



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, TINGKAT KEPERCAYAAN, BAGI
HASIL, KESESUAIAN HUKUM *SYARI'AH*, DAN REPUTASI BANK
TERHADAP TABUNGAN *MUDHARABAH* DI BNI *SYARIAH* CABANG
JEMBER**

SKRIPSI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Akuntansi (S1) dan mencapai gelar Sarjana Ekonomi

Oleh

Amelia Rizkiyanti Rukmana

NIM. 120810301163

**PROGRAM STUDI STRATA 1 AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS JEMBER**

2018

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Orang tuaku tercinta, Ayah Muhammad Sidik dan Ibu Fatimatussuhra yang tercinta terima kasih atas kasih sayang, dukungan, nasihat dan doa yang senantiasa mengiringi setiap langkah keberhasilanku;
2. Kakakku Faizal Rizki Rovianto, Aprilia Santi dan adikku Shafiril Ramdhani yang telah menemaniku, mendukung secara moril maupun materiil serta kasih sayang yang telah diberikan;
3. Sahabatku Sandra Putri K dan Riski Sekarsari S.P yang telah menyemangati dan menemani disituasi apapun;
4. Saudara di Jember Dede Hari dan Dede Santi yang sentiasa memberikan dukungan, nasihat dan doanya;
5. Sepupuku tercinta dan tersayang Widad Syafirayana dan Risha Damitri yang tak henti memberikan dukungan semangat dan doa;
6. Teman-temanku, Ratih, Nia, Novita, dan semua teman angkatan 2012 yang telah membantu selama ini proses perkuliahan;
7. Dosen Pembimbingku: Dr. Siti Maria Wardayati, Msi., Ak dan Dr. Ahmad Roziq, SE., MM., Ak yang telah membimbingku dengan kesabaran;
8. Almamater tercintaku Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember

MOTTO

“Allah mencintai pekerjaan yang apabila bekerja ia menyelesaikannya dengan baik”.

(HR. Thabrani)

Hidup ini seperti sepeda. Agar terus seimbang, kau harus terus bergerak.

(Albert Einstein)

Sesungguhnya bersama kesukaran itu ada keringanan. Karena itu bila kau sudah selesai (mengerjakan yang lain). Dan berharaplah kepada Tuhanmu.

(Q.S Al Insyirah : 6-8)

PERNYATAAN

Saya yang Bertanda Tangan di bawah ini:

Nama : Amelia Rizkiyanti Rukmana

NIM : 120810301163

menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa Skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tingkat Kepercayaan, Bagi Hasil, Kesesuaian Hukum *Syari’ah*, dan Reputasi Bank Terhadap Tabungan *Mudharabah* di BNI *Syari’ah* Cabang Jember” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi manapun, dan bukan hasil jiplakan. Saya bertanggungjawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 9 Maret 2018

Yang menyatakan,

Amelia Rikiyanti Rukmana

NIM: 120810301163

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, TINGKAT KEPERCAYAAN, BAGI
HASIL, KESESUAIAN HUKUM *SYARI'AH*, DAN REPUTASI BANK
TERHADAP TABUNGAN *MUDHARABAH* DI BNI *SYARIAH* CABANG
JEMBER**

Oleh

Amelia Rizkiyanti Rukmana

NIM. 120810301163

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Siti Maria Wardayati, Msi., Ak

Dosen Pembimbing Anggota : Dr. Ahmad Roziq, SE., MM., Ak

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Sripsi : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, TINGKAT KEPERCAYAAN, BAGI HASIL, KESESUAIAN HUKUM SYARI'AH, DAN REPUTASI BANK TERHADAP TABUNGAN MUDHARABAH DI BNI SYARIAH CABANG JEMBER

Nama Mahasiswa : Amelia Rizkiyanti Rukmana

NIM : 120810301163

Jurusan : S-1 Akuntansi

Tanggal Persetujuan :

Yang Menyetujui,

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. Siti Maria Wardayati, M.Si., Ak
NIP. 196608051992012001

Dr. Ahmad Roziq S.E., M.M., Ak
NIP. 197004281997021001

Mengetahui

Ketua Program Studi S1 Akuntansi,

Dr. Agung Budi Sulistiyo, S.E, M.Si, Ak.
NIP. 19780927 200112 1 002

PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, TINGKAT
KEPERCAYAAN, BAGI HASIL, KESESUAIAN HUKUM SYARIAH,
DAN REPUTASI BANK TERHADAP TABUNGAN MUDHARABAH
DI BNI SYARIAH CABANG JEMBER

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama Mahasiswa : Amelia Rizkiyanti Rukmana

NIM : 12080301163

Jurusan : Akuntansi

telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal:

16 April 2018

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 : Dra. Wasito, M.Si, Ak. : (.....)

NIP. 19600103 199103 1 001

Anggota : Aisa Tri Agistini, S.E., M.Sc. : (.....)

NIP. 19880803 201404 2 002

Anggota : Andriana, S.E., M.Sc, Ak. : (.....)

NIP. 19820929 201912 2 002

4 X 6

Mengetahui/Menyetujui
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Dekan,

Dr. Muhammad Miqdad. S.E, M.M, Ak, CA
NIP. 19710727 199003 2 001

ABSTRAK

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tingkat Kepercayaan, Bagi Hasil, Kesesuaian Hukum Syari'ah, dan Reputasi Bank Terhadap Tabungan Mudharabah di BNI Syariah Cabang Jember

Amelia Rizkiyanti Rukmana

Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jember

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh variabel kualitas pelayanan, tingkat kepercayaan, bagi hasil, kesesuaian hukum *syari'ah*, dan reputasi bank terhadap tabungan *mudharabah*. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasinya adalah seluruh pemilik tabungan *mudharabah* BNI Syariah Cabang Jember. Teknik sampling menggunakan metode *purpose sampling* yaitu pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang ditetapkan oleh peneliti dengan menggunakan kuesioner dan wawancara sebagai alat pengumpulan data. Total jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 80 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan kualitas pelayanan, tingkat kepercayaan, bagi hasil, kesesuaian hukum syariah dan reputasi bank berpengaruh signifikan terhadap tabungan *mudharabah* di BNI Syariah Cabang Jember.

Kata Kunci: kualitas pelayanann, tingkat kepercayaan, bagi hasil, kesesuaian hukum *syari'ah*, reputasi bank, tabungan *mudharabah*

ABSTRACT

The Influence of Service Quality, Level of Trust, Profit Sharing, Conformity of Shari'a Law and Bank Reputation on Mudharabah Savings in BNI Syariah Branch of Jember

Amelia Rizkiyanti Rukmana

Accounting Departement, Economics Faculty and Business, University of Jember

This research was conducted to examine the effect of service quality variables, trust level, profit sharing, conformity of shari'a law, and bank reputation to mudharabah saving. This research is a quantitative research. Its population is the owner of mudharabah savings BNI Syariah Jember Branch. Sampling technique using purposive sampling method that is sempel based on certain criteria determined by the researchers by using questionnaires and interviews as a means of data collection. The total number of samples used in this study were 80 respondents. The results of this study indicate that service quality, trust level, profit sharing, conformity of sharia law, and bank reputation have significant impact on mudharabah saving in BNI Syariah Jember Branch.

Keywords: quality of service, level of trust, profit sharing, conformity of shari'a law, bank reputation, mudharabah saving

RINGKASAN

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tingkat Kepercayaan, Bagi Hasil, Kesesuaian Hukum Syari'ah, dan Reputasi Bank terhadap Tabungan *Mudharabah* di BNI Syariah Cabang Jember; Amelia Rizkiyanti Rukmana; 120810301163; 2017; halaman; Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

Tabungan *mudharabah* merupakan salah satu produk yang dananya disimpan oleh nasabah yang akan dikelola oleh pihak bank dengan tujuan memperoleh keuntungan yang nantinya akan diberikan kepada nasabah berdasarkan kesepakatan bersama. Tabungan *mudharabah* adalah tabungan yang dijalankan berdasarkan akad *mudharabah*. Dalam hal ini bank syariah bertindak sebagai *mudharib* (pengelola dana) sedangkan nasabah bertindak sebagai *shahibil* (pemilik dana).

Pentingnya keberadaan produk tabungan *mudharabah* menimbulkan persaingan antar bank syariah termasuk BNI Syariah Cabang Jember. Persaingan yang terjadi ini menuntut pihak bank syariah mengetahui faktor-faktor yang merangsang nasabah untuk menggunakan produk tabungan *mudharabah* yang ditawarkan. Setelah nasabah menggunakan produk tabungan *mudharabah* pihak bank syariah akan meningkatkan stimulasinya agar nasabah terus berkeinginan menggunakan produk tabungan *mudharabah*. Faktor-faktor yang dianggap mampu memberikan peningkatan kepada nasabah adalah faktor kualitas pelayanan, tingkat kepercayaan, bagi hasil, kesesuaian hukum *syari'ah*, dan reputasi bank.

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, tingkat kepercayaan, bagi hasil, kesesuaian hukum *syari'ah*, dan reputasi bank terhadap tabungan *mudharabah* di BNI Syariah Cabang Jember. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah seluruh pemilik rekening tabungan *mudharabah* di BNI Syariah Cabang Jember yang berjumlah 721 orang. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purpose sampling*, dengan jumlah responden sebanyak 80 nasabah tabungan *mudharabah* di BNI Syariah Cabang Jember yang telah menggunakan produk tersebut minimal 3 bulan. Metode analisis yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif, uji kualitas data, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, tingkat kepercayaan, bagi hasil, kesesuaian hukum *syari'ah*, dan reputasi bank berpengaruh signifikan terhadap tabungan *mudharabah* di BNI Syariah Cabang Jember.

PRAKATA

Puji syukur ke hadirat Allah Swt. Atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “kualitas Pelayanan, Tingkat Kepercayaan, Bagi Hasil, Kesesuaian Hukum Syari’ah, dan Reputasi Bank terhadap Tabungan *Mudharabah* di BNI Syariah Cabang Jember”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada pihak-pihak sebagai berikut:

1. Dr. Muhammad Miqdad, S.E., MM., Ak, CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember,
2. Dr. Yosefa Sayekti, S.E., M.Com., selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember,
3. Dr. Agung Budi Sulistiyo, S.E, M.Si., selaku Ketua Program Studi S1 Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember,
4. Taufik Kurrohman, SE, M.Si, Ak selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing saya selama menjadi Mahasiswa,
5. Dr. Siti Maria Wardayati, Msi., Ak., selaku Pembimbing Utama, dan Dr. Ahmad Roziq, SE., MM., Ak., selaku Dosen Pembimbing Anggota yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan perhatian dalam penulisan skripsi ini,
6. Seluruh Bapak dan Ibu dosen beserta staf karyawan di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember,
7. Kedua orang tuaku tercinta, Ayah Muhammad Sidik dan Ibu Fatimatussuhra yang penuh kesabaran dan ketulusan hati mencurahkan cinta, kasih sayang kasih sayang, dukungan, nasihat dan doa dalam penyusunan skripsi ini,

8. Kakakku Faizal Rizki Rovianto, Aprilia Santi dan adikku Shafiril Ramdhani terima kasih atas bimbingan, inspirasi, dorongan, bantuan serta nasihat-nasihatnya selama ini.
9. Sahabat-sahabatku serta teman-temanku di Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Jember, Sandra Putri K, Riski Sekarsari S.P, Ratih Tri Puspitasari, terima kasih atas bimbingan, semangat, dukungan dan solidaritas mulai dari awal kuliah sampai sekarang, semoga kita semua menjadi orang yang sukses.
10. Saudara-saudaraku Dede Hari, Dede Santi, Widad Syafirayana dan Risha Damitri yang telah memberikan semangat, bantuan dan nasihat selama ini.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

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

Penulis

Jember, 9 Maret 2018

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN MOTO	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PEMBIMBINGAN	v
HALAMAN PERSETUJUAN	vi
HALAMAN PENGESAHAN.....	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
RINGKASAN	x
PRAKATA	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1. Kualitas Pelayanan	10
2.1.2. Tingkat Kepercayaan	12
2.1.3. Bagi Hasil	13
2.1.4. Hukum Islam Bank <i>Syariah</i>	17
2.1.5. Reputasi Bank	22
2.1.6. Nasabah dan Tabungan <i>Mudharabah</i>	26
2.2 Penelitian Terdahulu	31
2.3 Kerangka Konseptual	32
2.4 Hipotesis	33
BAB 3. METODE PENELITIAN	38
3.1 Jenis Penelitian	38
3.2 Populasi dan Sampel.....	38
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	39
3.4 Teknik Pengumpulan Data	40
3.5 Definisi Operasional dan Variabel Pengukurannya.....	41
3.6 Metode Analisis Data.....	45
3.7 Kerangka Pemecahan Masalah	51
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Gambaran Umum dan Objek Penelitian.....	52
4.1.1 Sejarah PT. Bank Nasional Indonesia (BNI) <i>Syariah</i> Cabang Jember	52
4.1.2 Visi dan Misi BNI <i>Syariah</i> Cabang Jember	52
4.1.3 Macam-Macam Produk Tabungan <i>Mudharabah</i> di BNI <i>Syariah</i> Cabang Jember	53
4.2 Gambaran Responden Penelitian	57
4.2.1 Gambaran Responden Berdasarkan Usia.....	57

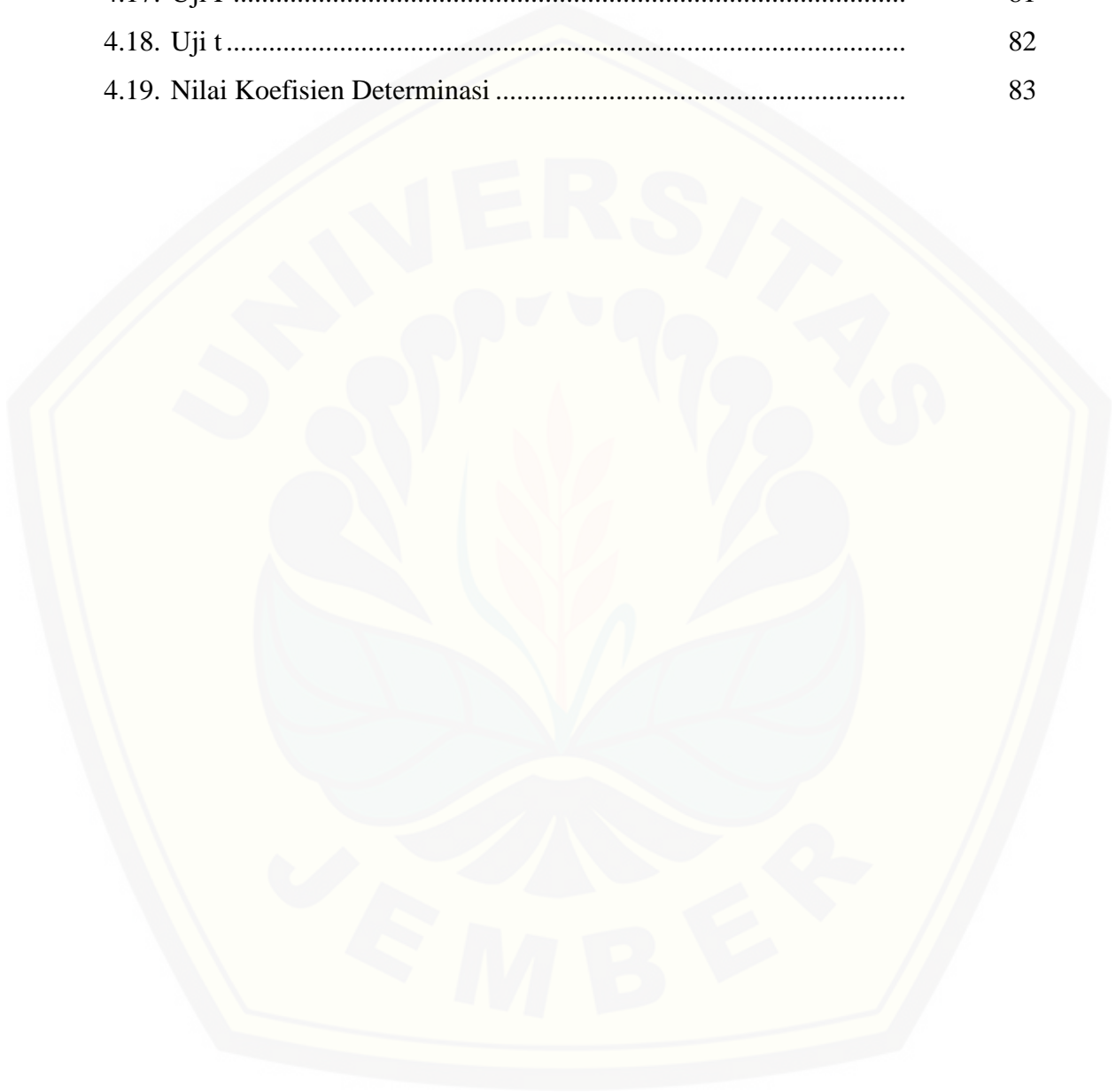
4.2.2	Gambaran Responden Berdasarkan Kelamin	58
4.2.3	Gambaran Responden Berdasarkan Kepercayaan	59
4.2.4	Gambaran Responden Berdasarkan Pendidikan	60
4.2.5	Gambaran Responden Berdasarkan Profesi.....	61
4.2.6	Gambaran Responden Berdasarkan Periode Kepemilikan Tabungan	63
4.3	Analisis Deskriptif Statistik	64
4.4	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian	65
4.4.1	Tanggapan Responden Berkaitan Dengan Variabel Kualitas Pelayanan.....	65
4.4.2	Tanggapan Responden Berkaitan Dengan Variabel Tingkat Kepercayaan	66
4.4.3	Tanggapan Responden Berkaitan Dengan Variabel Bagi Hasil	68
4.4.4	Tanggapan Responden Berkaitan Dengan Variabel Kesesuaian Hukum <i>Syariah</i>	69
4.4.5	Tanggapan Responden Berkaitan Dengan Variabel Reputasi Bank	70
4.4.6	Tanggapan Responden Berkaitan Dengan Variabel Tabungan <i>Mudharabah</i>	72
4.5	Uji Instrumen	73
4.5.1	Uji Validitas	73
4.5.2	Uji Reabilitas	76
4.6	Uji Asumsi Klasik	76
4.6.1	Uji Normalitas.....	77
4.6.2	Uji Heteroskedastitas	78
4.7	Uji Regresi Linier Berganda	79
4.8	Uji Hipotesis	81
4.8.1	Uji F	81

4.8.2 Uji t	82
4.8.3 Uji R^2 (Koefisien Determinasi)	83
4.9 Pembahasan.....	84
BAB 5. KESIMPULAN	97
5.1. Kesimpulan.....	97
5.2. Keterbatasan	97
5.3. Saran	98
DAFTAR PUSTAKA	99

DAFTAR TABEL

	Halaman
1.1. Statistik Individual Perbankan <i>Syariah</i>	3
2.1. Perbankan Imbalan yang Berdasarkan Bunga dan Bagi Hasil	5
2.2. Perbedaan Tabungan Wadiah dan Tabungan Mudharabah	29
2.3. Penelitian Terdahulu	31
3.1. Operasional Variabel Penelitian	43
4.1. Usia Responden	57
4.2. Jenis Kelamin Responden.....	58
4.3. Kepercayaan Responden	59
4.4. Pendidikan Responden.....	61
4.5. Profesi Responden	62
4.6. Periode Kepemilikan Responden.....	63
4.7. Hasil Analisis Deskriptif Statistik	64
4.8. Skor Jawaban Responden Terhadap Item-Item Pertanyaan Pada Variabel Kualitas Pelayanan (X1)	65
4.9. Skor Jawaban Responden Terhadap Item-Item Pertanyaan Pada Variabel Tingkat Kepercayaan (X2).....	66
4.10. Skor Jawaban Responden Terhadap Item-Item Pertanyaan Pada Variabel Bagi Hasil (X3)	68
4.11. Skor Jawaban Responden Terhadap Item-Item Pertanyaan Pada Variabel Kesesuaian Hukum <i>Syariah</i> (X4).....	69
4.12. Skor Jawaban Responden Terhadap Item-Item Pertanyaan Pada Variabel Reputasi Bank (X5).....	71
4.13. Skor Jawaban Responden Terhadap Item-Item Pertanyaan Pada Variabel Tabungan <i>Mudharabah</i> (Y)	72
4.14. Rekapitulasi Hasil Uji Validitas	74

4.15. Hasil Uji Realibilitas.....	76
4.16. Hasil Perhitungan Nilai Koefisien Regresi.....	80
4.17. Uji F.....	81
4.18. Uji t.....	82
4.19. Nilai Koefisien Determinasi	83



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1. Kerangka Konseptual.....	33
3.1. Kerangka Pemecahan Masalah	51
4.1. Diagram Frekuensi Responden Berdasarkan Usia	58
4.2. Diagram Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
4.3. Diagram Frekuensi Responden Berdasarkan Kepercayaan	60
4.4. Diagram Frekuensi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	61
4.5. Diagram Frekuensi Responden Berdasarkan Profesi	62
4.6. Diagram Frekuensi Responden Berdasarkan Periode Kepemilikan.....	63
4.7. Hasil Uji Normalitas	77
4.8. Hasil Uji Heteroskedastitas.....	78

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perekonomian dunia sekarang mengalami kemajuan yang luar biasa. Kemajuan perekonomian mencakup semua sektor, baik sektor industri (*manufaktur*), jasa, dan perbankan. Termasuk di Indonesia, perkembangan perekonomian ini menuntut masyarakat untuk memilih perbankan yang cocok untuk melaksanakan sirkulasi dana yang ada, baik pada perorangan atau organisasi. Konsumen mempunyai beberapa pertimbangan dan alasan untuk menentukan keputusan mereka dalam memilih Bank sebagai organisasi yang digunakan untuk sirkulasi dana mereka.

Berdasarkan Undang Undang No. 21 tahun 2008 bank adalah badan usaha yang menghipun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit/atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat. Kasmir (2012: 4-5), bank mempunyai dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan, menyalurkan dana ke masyarakat dengan memberikan pinjaman kepada masyarakat yang mengajukan permohonan serta memberikan jasa-jasa bank lainnya seperti transfer, *clearing*, inkaso dan lain-lain. Dalam kegiatan operasionalnya bank dibagi menjadi bank konvensional dan bank syariah.

Sejarah keberadaan bank syariah dalam sistem perbankan Indonesia sebenarnya telah dikembangkan sejak tahun 1992, ditandai dengan berdirinya bank syariah. Bank syariah merupakan lembaga keuangan layaknya bank konvensional tetapi menggunakan prinsip syariah yaitu keadilan, keseimbangan dan kemaslahatan. Tujuan utama bank syariah adalah sebagai upaya kaum muslimin untuk mendasari segenap aspek kehidupan ekonominya berlandaskan Al-Quran dan As-Sunnah. Berdirinya *Islamic Development Bank* (IDB) telah memotivasi banyak negara islam untuk mendirikan lembaga keuangan syariah.

Selama masa krisis tahun 1997-1998 Bank Syariah dapat bertahan dan menunjukkan kinerja yang relatif lebih baik dibandingkan bank konvensional. Itu

terlihat pada kegiatan operasional Bank Syariah yang tidak terjadi *negative spread*. Pada tahun 1998, pemerintah mengeluarkan Undang-undang No. 10 Tahun 1998 yang mengubah beberapa ketentuan dalam Undang-undang No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan. Undang-undang No. 10 tahun 1998 memungkinkan pengimplementasian *dual banking system* yaitu terselenggaranya dua sistem perbankan (konvensional dan syariah) secara berdampingan.

Undang-undang No. 10 tahun 1998 disempurnakan kembali dengan diberlakukannya Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah yang terbit tanggal 16 Juli 2008. Dengan diberlakukannya Undang Undang No. 21 Tahun 2008 maka pengembangan industri perbankan syariah nasional semakin memiliki landasan hukum yang memadai dan akan mendorong pertumbuhannya secara lebih cepat lagi.

Tabel 1.1 Statistik Individual Perbankan Syariah

Kelompok	Kantor Cabang	Kantor Cabang Pembantu	Kantor Kas
Bank Umum Syariah	473	1207	189
1. PT. Bank Aceh Syariah	26	85	15
2. PT. Bank Muamalat Indonesia	83	193	80
3. PT. Bank Victoria Syariah	9	5	-
4. PT. Bank BRI syariah	52	205	12
5. PT. Bank Jabar Banten Syariah	9	56	1
6. PT. Bank BNI Syariah	68	169	18
7. PT. Bank Syariah Mandiri	130	437	54
8. PT. Bank Mega Syariah	32	34	1
9. PT. Bank Panin Syariah	16	5	1
10. PT. Bank Syariah Bukopin	12	7	4
11. PT. BCA Syariah	10	8	3
12. PT. Maybank Syariah Indonesia	1	-	-

13. PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah	25	3	-
--	----	---	---

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan Desember 2016, Statistik Perbankan Syariah

Dilihat dari tabel bank BNI *Syariah* yang merupakan bank yang bersaing dengan bank syariah yang lainnya. Dalam operasional bank syariah pada bagian penghimpunan dana hampir sama dengan perbankan konvensional, artinya dalam sistem perbankan syariah dikenal produk berupa giro, tabungan dan deposito untuk menghimpun dana masyarakat serta adanya 2 akad yaitu *wadiah* dan *mudharabah* (pasal 19 ayat 1 Undang-Undang No. 21 tahun 2008). *Wadiah* dapat diartikan secara murni titipan dari satu pihak ke pihak lain (Abdul Ghofur Ansori,2007: 81). *Mudharabah* merupakan salah bentuk akad kerja sama yang akan diberikan dan disepakati nasabah. Sistem dari mudharabah ini merupakan akad kerja sama usaha antara dua pihak dimana pihak pertama menyediakan seluruh modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola. Keuntungan usaha dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak. Dalam penentuan kontraknya, harus dilakukan diawal ketika akan memulai akad mudharabah tersebut (Nurhayati,2009:112).

Sejak BNI Syariah resmi beroperasi pada 19 Juni 2010 sebagai Bank Umum Syariah (BUS), Desember 2016 jumlah cabang BNI Syariah mencapai 68 Kantor Cabang, 169 Kantor Cabang Pembantu dan 18 Kantor Kas. BNI Syariah masih tergolong baru berdiri namun sudah banyak penghargaan yang diperoleh pada tahun 2010 mendapatkan penghargaan ICSA 2010 sebagai The Best Achieving Total Customer Satisfaction, pada tahun 2011 dan 2012 mendapatkan penghargaan Indonesia Brand Champion 2011 dan 2012 sebagai Brand Quality Champion of Islamic Banking, pada tahun 2013 mendapatkan penghargaan Bank Predikat Baik Laporan Keuangan 2012, pada tahun 2014 mendapatkan penghargaan Delivering Positive Customer Experience-Excellent Service Experience Award 2014-Bisnis Indonesia & Carre, pada tahun 2015 mendapatkan penghargaan Anugerah Perbankan Indonesia 2015 - Peringkat I, Risk Management - Economic Review, pada tahun 2016 mendapatkan penghargaan Indonesia Corporate Secretary Communication

Award 2016 - The Best Quick Minded Corporate Secretary for Indonesia Syariah Bank Company - Economic Review, pada tahun 2107 mendapatkan penghargaan Infobank 6th Digital Brand Awards 2017 - The Best Digital Brand 2012-2017 Kategori KPR Bank Umum Syariah. Salah satu Kantor Cabang BNI Syariah adalah BNI Syariah Cabang Jember.

BNI syariah Cabang Jember menawarkan berbagai produk layanan, yang salah satunya adalah tabungan *mudharabah*. Menurut Adiwarmanto (2013:359) tabungan *mudharabah* adalah tabungan yang dijalankan berdasarkan akad *mudharabah*. Dalam hal ini bank syariah bertindak sebagai *mudharib* (pengelola dana) sedangkan nasabah bertindak sebagai *shahibil* (pemilik dana). Dari hasil pengelolaan dana *mudharabah*, bank syariah akan membagikan kepada pemilik dana sesuai dengan nisbah yang telah disepakati dan dituang dalam akad pembukaan rekening. Dalam hal ini pengelolaan bank tidak bertanggung jawab terhadap kerugian yang bukan disebabkan kelalaiannya.

Sebagai salah satu bank yang menganut prinsip syariah dan bersaing dengan bank syariah yang lain, BNI syariah dituntut untuk memenangkan persaingan dengan cara mendapatkan nasabah dan mempertahankan nasabah yang dimiliki. Untuk mendukung hal tersebut bank dituntut memahami perilaku atau sikap nasabah. Produk tabungan *mudharabah* yang ditawarkan oleh pihak bank syariah ini akan menjanjikan perolehan manfaat ekonomis dan perolehan pahala bagi para nasabah. Pemberian manfaat tersebut merupakan salah satu cara pihak bank syariah untuk menstimulasi nasabahnya untuk terus meningkatkan menambah tabungan *mudharabah*nya. Stimulasi yang diberikan ini meliputi kualitas pelayanan, promosi, tingkat kepercayaan, bagi hasil, kesesuaian hukum syariah, reputasi bank, dan perolehan informasi.

Penelitian Rohmah *et al* (2015) mengatakan tingkat kepercayaan, bagi hasil, kesesuaian hukum syariah, reputasi bank dan perolehan informasi berpengaruh terhadap keinginan menambah tabungan *mudharabah* di BRI Syariah Cabang Jember.

Faktor tingkat kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keinginan menambah tabungan *mudharabahi* di BRI Syariah Cabang Jember dengan nilai pengaruh sebesar 28,4%. Hal ini dikarenakan tidak adanya keraguan nasabah terhadap bank syariah maka akan mendorong untuk menambah tabungan *mudharabah*-nya. Faktor bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap keinginan menambah tabungan *mudharabah* di BRI Syariah Cabang Jember dengan nilai pengaruh sebesar 24,5%. Kesesuaian hukum syariah berpengaruh terhadap keinginan menambah tabungan *mudharabah* di BRI Syariah Cabang Jember dengan nilai pengaruh sebesar 22,5%. Faktor reputasi bank berpengaruh terhadap jumlah keinginan menambah tabungan *mudharabah* di BRI Syariah Cabang Jember dengan nilai pengaruh sebesar 26,5%. Faktor perolehan informasi berpengaruh terhadap keinginan menambah tabungan *mudharabah* di BRI Syariah Cabang Jember dengan nilai pengaruh sebesar 17,8%.

Kualitas pelayanan merupakan stimulasi selanjutnya yang dapat mempengaruhi nasabah menambah tabungan *mudharabah*. Menurut Tjiptono kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampainnya agar dapat memenuhi harapan dan pelanggan tersebut. Hal ini didukung oleh beberapa peneliti, misalnya Lovenia (2012) meneliti tentang analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian tersebut adalah kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima dengan tingkat layanan yang diharapkan. Agar dapat bersaing, bertahan, dan berkembang, maka perusahaan perbankan dituntut untuk mampu memberikan pelayanan berkualitas yang dapat memenuhi dan mampu memberikan pelayanan. Kualitas pelayanan bank syariah akan memberikan stimulasi eksternal kepada nasabah, sehingga mereka dapat menambah tabungan *mudharabah*-nya di bank syariah.

Penelitian ini merupakan penelitian pengembangan riset sebelumnya. Penelitian yang dilakukan oleh Rohmah *et al* (2015) menggunakan lima variabel independen

yaitu, tingkat kepercayaan, bagi hasil, kesesuaian hukum syariah, reputasi bank, dan perolehan informasi. Sedangkan variabel dependen yaitu keinginan menambah tabungan *mudharabah* di BRI Syariah Cabang Jember. Perbedaannya terletak pada penambahan variabel kualitas pelayanan dan tempat penelitian yang dilakukan di BNI Syariah Cabang Jember.

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti bermaksud mengadakan penelitian yang membahas tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tingkat Kepercayaan, Bagi Hasil, Kesesuaian Hukum Syariah, dan Reputasi Bank Terhadap Tabungan *Mudharabah* di BNI Syariah Cabang Jember”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

- 1) Apakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap tabungan *mudharabah* di BNI Syariah Cabang Jember?
- 2) Apakah pengaruh tingkat kepercayaan terhadap tabungan *mudharabah* di BNI Syariah Cabang Jember?
- 3) Apakah pengaruh bagi hasil terhadap tabungan *mudharabah* di BNI Syariah Cabang Jember?
- 4) Apakah pengaruh kesesuaian hukum *syariah* terhadap tabungan *mudharabah* di BNI Syariah Cabang Jember?
- 5) Apakah pengaruh reputasi bank terhadap tabungan *mudharabah* di BNI Syariah Cabang Jember?

1.3. Tujuan Penelitian

- 1) Untuk menguji dan menganalisis apakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap tabungan *mudharabah* di BNI Syariah Cabang Jember.

- 2) Untuk menguji dan menganalisis apakah pengaruh tingkat kepercayaan terhadap tabungan *mudharabah* di BNI Syariah Cabang Jember.
- 3) Untuk menguji dan menganalisis apakah pengaruh bagi hasil terhadap tabungan *mudharabah* di BNI Syariah Cabang Jember.
- 4) Untuk menguji dan menganalisis apakah pengaruh kesesuaian hukum *syariah* terhadap tabungan *mudharabah* di BNI Syariah Cabang Jember.
- 5) Untuk menguji dan menganalisis apakah pengaruh reputasi bank terhadap tabungan *mudharabah* di BNI Syariah Cabang Jember.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Bagi Bank Syariah

- 1) Sebagai bahan untuk meningkatkan kualitas pelayanan, tingkat kepercayaan, bagi hasil, kesesuaian hukum *syariah*, dan reputasi bank kepada nasabah, agar dapat menambah tabungan *mudharabah* terus meningkat, yang nantinya dapat menambah dana pihak ketiga di BNI Syariah Cabang Jember.
- 2) Sebagai bahan korekasi seberapa baik kualitas pelayanan kepada nasabah sehingga bank *syariah* memiliki citra yang baik di mata masyarakat, sehingga tingkat kepercayaan masyarakat terhadap bank semakin meningkat dan reputasi bank semakin baik.
- 3) Sebagai bahan motivasi pihak pimpinan bank *syariah* untuk merencanakan program pelayanan yang berkualitas agar semakin baik kualitas pelayanannya kepada nasabah, bagi hasil yang diinginkan, prosuk yang sesuai dengan hukum *syariah*, meningkatkan reputasi bank terhadap pihak nasabah atas kondisi bank dalam melaksanakan kegiatan operasionalnya.

1.4.2 Manfaat Bagi Akademis

- 1) Sebagai bahan untuk menambah referensi dan informasi pengaruh tentang kualitas pelayanan, bagi hasil, kesesuaian hukum *syariah*, dan reputasi bank terhadap tabungan *mudharabah* di BNI Syariah Cabang Jember.

- 2) Mengembangkan dan menambah wawasan pembaca berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan, bagi hasil, kesesuaian hukum *syariah*, dan reputasi bank terhadap tabungan *mudharabah* di BNI *Syariah* Cabang Jember.
- 3) Sebagai bahan kajian untuk mengembangkan penelitian lebih lanjut tentang kualitas pelayanan, bagi hasil, kesesuaian hukum *syariah*, dan reputasi bank terhadap tabungan *mudharabah* di BNI *Syariah* Cabang Jember.

1.4.3 Manfaat Bagi Nasabah Bank *Syariaah*

- 1) Sebagai bahan pertimbangan untuk menambah tabungan *mudharabah* di BNI *Syariah* Cabang Jember dengan mempertimbangkan kualitas pelayanan, bagi hasil, kesesuaian hukum *syariah*, dan reputasi bank.
- 2) Sebagai bahan pertimbangan pengambilan kebiaksanaan untuk mempertimbangkan pemilihan untuk menambah atau mengurangi tingkat tabungan di bank *syariah* atau bank konvensional dengan mempertimbangkan faktor kualitas pelayanan, bagi hasil, kesesuaian hukum *syariah*, dan reputasi bank.

1.4.4 Manfaat Bagi Penulis

Untuk mengembangkan dan menambah wawasan penulis berkaitan dengan masalah yang diteliti yakni pengaruh kualitas pelayanan, bagi hasil, kesesuaian hukum *syariah*, dan reputasi bank terhadap menambah tabungan *mudharabah* di BNI *Syariah* Cabang Jember.

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Kualitas Pelayanan

Tjiptono (2007:11) mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian untuk digunakan (fitnes untuk digunakan). Definisi lain yang menekankan orientasi harapan pelanggan pertemuan. Kualitas adalah tujuan yang sulit dipahami, karena harapan para konsumen akan selalu berubah. Setiap standar baru ditemukan, maka konsumen akan menuntut lebih untuk mendapatkan standar baru lain yang lebih baru dan lebih baik. Dalam pandangan ini, kualitas adalah proses dan bukan hasil akhir atau meningkatkan kualitas kontinuitas (Kadir, 2001:19). Menurut ISO-8402 (Loh, 2001:35) kualitas adalah totalitas fasilitas dan karakteristik dari produk atau jasa yang memenuhi kebutuhan tersurat maupun tersirat. Kualitas memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan.

Pelayanan (*service*) menurut Kotler (2003:464) adalah sebagai suatu tindakan ataupun kinerja yang bisa diberikan pada orang lain. Sebuah pelayanan ialah suatu proses keseluruhan sebuah pembentukan citra dari perusahaan, baik dengan melalui media berita, membentuk sebuah budaya perusahaan secara internal, ataupun melakukan sebuah komunikasi mengenai pandangan perusahaan pada para pemimpin pemerintah serta publik yang lainnya yang berkepentingan (Perangin-angin, 2001:138).

Dari hal tersebut bisa dikatakan kualitas pelayanan adalah tingkat mutu dari suatu yang ditawarkan kepada pihak lain yaitu konsumen. Kualitas pelayanan sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dan ketepatan pengiriman dalam menyeimbangkan harapan konsumen (Tjiptono, 2007:25). Menurut Parasuraman, 1990 dalam Yogiarto (2015:31) terdapat lima dimensi kualitas jasa yang dijadikan pedoman oleh pelanggan dalam menilai kualitas jasa, yaitu:

- 1) *Tangibles*, atau bukti fisik yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensi kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pembri jasa, yang meliputi fisik (gedung, tanah, dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.
- 2) *Realibility*, atau keandalan yaitu kemampuan organisasi untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurat yang tinggi.
- 3) *Responsiveness*, atau ketanggapan yaitu suatu kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Memberikan konsumen menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi negatif dalam kualitas pelayanan.
- 4) *Assurance*, atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain, komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompeten (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).
- 5) *Emphaty*, atau memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

Pada dasarnya, definisi kualitas pelayanan berfokus kepada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk membimbing harapan pelanggan.

2.1.2 Kepercayaan

Kepercayaan adalah kemauan seseorang untuk bertumpu pada orang lain dimana kita memiliki keyakinan padanya. Menurut Moorman *et al* (dalam Ishak dan Luthfi (2011:59) mendefinisikan kepercayaan sebagai kesediaan untuk bergantung kepada pihak lain yang telah dipercaya. Berdasarkan studi yang dilakukan oleh Dwyer dan Scuor (2000) seperti dikutip oleh Ferrinadewi (2005:1), kepercayaan merupakan faktor penting dalam kondisi perubahan dan transaksi yang terpisah menjadi hubungan pertukaran yang terus menerus.

Moorman *et al* (dalam Rohmah, 2015), kepercayaan adalah kondisi adanya kerjasama antar dua belah pihak yang terlibat dalam suatu hubungan, dimana salah satu pihak dianggap berperan sebagai *controlling assets* (memiliki sumber-sumber, pengetahuan) sementara pihak lain menilai bahwa berbagai penggunaan sumber-sumber tersebut dalam suatu ikatan akan memberikan manfaat.

Kepercayaan muncul dari adanya interaksi anatara dua pihak yang disebut *trustor* dan *trustee*. *Trustor* merupakan pihak yang memberikan kepercayaan sedangkan *trustee* adalah pihak yang menerima kepercayaan dari *trustor*. Menurut Bhattachajee, 2002 (dalam Rohmah 2015), faktor yang membentuk kepercayaan seseorang terhadap orang adalah kemampuan (*ability*, *benevolence*, dan *intergritas*).

a. Kemampuan (*ability*)

Ability adalah kemampuan mengetahui apakah *trustee* memiliki skill atau kemampuan yang dapat membuat tujuan atau keinginan *trustor* tercapai. Beberapa hal yang memengaruhi tingkat *ablity* adalah kualitas produk pelayanan, pengalaman usaha, sistem pengamanan, serta eksistensi usaha.

b. *Benevolence*

Benevolence adalah kemampuan mempersepsikan bahwa *trustee* akan menggunakan seluruh kemampuan dan keterampilan yang dimilikinya untuk mewujudkan keinginan atau kepentingan *trustor*. Beberapa hal yang memengaruhi

tingkat *benevolence* adalah pelayanan, kemampuan menghasilkan keuntungan (laba) usaha, dan kepuasan bagi *trustor*.

c. Integritas

Integritas secara sederhana bermakna kesesuaian antara ucapan dan perbuatan seseorang. Beberapa hal yang memengaruhi tingkat integritas adalah pemenuhan kebutuhan *trustor*, penyampaian informasi kepada *trustor*, dan pengakuan *trustor* atas kualitas dan kejujuran *trustee*.

2.1.3 Bagi Hasil

Konsumen di dalam membeli produk terutama jaa juga diperoleh oleh tingkat keuntungan atau manfaat yang diperolehnya dalam menggunakan suatu produk atau jasa. Adapun tingkat keuntungan yang diperoleh konsumen pada jasa bank terutama bank syariah adalah bagi hasil. Menurut Antonio (2001:90), bagi hasil adalah suatu sistem pengelolaan danan dalam perekonomian Islam yakni pembagian hasil usaha antara pemilki modal (*shahibul maal*) dan pengelola (*Mudharib*).

Muchtasib (2006) yang dikutip oleh Rohmah (2016:16) mengatakan, sistem bagi hasil merupakan sistem dimana dilakukannya perjanjian atau ikatan bersama di dalam melakukan kegiatan usaha, dimana di dalam usaha tersebut diperjanjikan adanya pembagian hasil atas keuntungan yang akan di dapat antara kedua belah pihak atau lebih yang terjadi dengan adanya kerelaan (*An-Tarodhin*) di masing-masing pihak tanpa adanya unsur paksaan.

Anshori (2007) dalam Rohmah (2015:17) metode perhitungan bagi hasil meliputi metode *profit and loss sharing*, motode *profit sharing*, dan metode *revenue sharing*.

a. Metode *Profit and Loss Sharing*

Sistem *Profit and Loss Sharing* dalam pelaksanaannya merupakan bentuk dari perjanjian kerjasama antara pemodal (investor) dan pengelola modal (*enterpreneur*) dalam menjalankan kegiatan usaha ekonomi, dimana diantata keduanya akan terikat kontrak bahwa di dalam usaha tersebut jika mendapat keuntungan akan dibagi kedua pihak sesuai nisbah kesepakatan di awal perjanjian,

dan begitu pula bila usaha mengalami kerugian akan ditanggung bersama sesuai porsi masing-masing. Keuntungan yang didapat dari hasil usaha tersebut akan dilakukan pembagian setelah dilakukan perhitungan terlebih dahulu atas biaya-biaya yang telah dikeluarkan selama proses usaha. Keuntungan yang diperoleh adalah keuntungan bersih (*net profit*) yang merupakan lebih dari selisih atas pengurangan total *cost* terhadap total *revenue*.

b. Metode *Profit Sharing*

Profit Sharing menurut etimologi Indonesia adalah bagi keuntungan. Dalam kamus ekonomi diartikan pembagian laba. *Profit* secara istilah adalah perbedaan yang timbul ketika total pendapatan (*total revenue*) suatu perusahaan lebih besar dari biaya total (*total cost*). Di dalam istilah lain *profit sharing* adalah perhitungan bagi hasil didasarkan kepada hasil bersih dari total pendapatan setelah dikurangi dengan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh pendapatan tersebut.

c. Metode *Revenue Sharing*

Revenue Sharing berarti pembagian hasil, penghasilan atau pendapatan. *Revenue* (pendapatan) dalam kamus ekonomi adalah hasil uang yang diterima oleh suatu perusahaan dari penjualan barang-barang (*goods*) dan jasa-jasa (*services*) yang dihasilkannya dari pendapatan penjualan (*sales revenue*). Dalam arti lain *revenue* merupakan besaran yang mengacu pada perkalian antara jumlah output dan dihasilkan dari kegiatan produksi dikalikan dengan harga barang atau jasa dari suatu produksi tersebut.

Perbedaan antara sistem ekonomi Islam dengan sistem ekonomi lainnya adalah terletak pada penerapan bunga (Antoni: 2011: 51). Perekonomian Islam menyatakan bahwa bunga pada penerapan *riba* yang diharamkan oleh syariat Islam. Perekonomian Islam berbasis *syariah*, sehingga bunga tidak diterapkan dan sebagai gantinya diterapkan sistem bagi hasil yang dalam syariat Islam dihalalkan untuk dilakukan.

Wiroso (2005:8) mengatakan, pembayaran imbalan bank syariah kepada deposan (pemilik dana) dalam bentuk bagi hasil besarnya sangat tergantung dari pendapatan

yang diperoleh oleh bank sebagai *mudharib* atau pengelola dana *mudharabah* tersebut, apabila bank syariah memperoleh hasil usaha yang besar maka distribusi hasil usaha didasarkan pada jumlah yang besar, sebaliknya apabila bank syariah memperoleh hasil usaha yang kecil maka distribusi hasil usaha juga didasarkan pada umlah yang kecil juga. Hal ini berbeda dengan bank konvensional, dimana pembayaran imbalan dalam bentuk bunga dibayarkan dengan jumlah tetap tidak terpengaruh dengan pendapatan yang diterima bank konvensional.

Tabel 2.1. Perbandingan imbalan yang berdasarkan bunga dan bagi hasil

No	Bunga	Bagi hasil
1.	Penentuan bunga dibuat pada waktu akad tanpa berpedoman pada untung rugi.	Penentuan besarnya rasio hasil dibuat pada waktu akad dengan berpedoman pada kemungkinan untung rugi.
2.	Besarnya persentase berdasarkan pada jumlah uang (modal) yang dipinjamkan.	Besarnya rasio bagi hasil berdasarkan pada jumlah keuntungan yang diperoleh.
3.	Pembayaran bunga tetap seperti yang dijanjikan tanpa pertimbangan apakah proyek yang dijalankan oleh pihak nasabah untung atau rugi.	Bagi hasil tergantung pada ,keuntungan proyek yang dijalankan sekiranya itu tidak mendapatkan keuntungan maka kerugian akan ditanggung bersama oleh kedua belah pihak.
4.	Jumlah pembayaran bunga tidak meningkat sekalipun bunga jumlah keuntungan terlibat atau keadaan ekonomi sedang “booming”.	Jumlah pembagian laba meningkat sesuai dengan peningkatan jumlah pendapatan.
5.	Eksistensi bunga diragukan (walau tidak dikecam) oleh semua agama termasuk Islam.	Tidak ada yang meragukan seabsahan keuntungan bagi hasil.

Sumber: Antonio, 2001:60

Mustaqim (2006) dalam Rohmah (2015:19) mengatakan bahwa, beberapa hal yang bagi membentuknya bagi hasil adalah nisbah bagi hasil, bagi hasil sesuai dengan

akad, keuntungan yang diperoleh atas pengelolaan dana, serta saldo nominal tabungan nasabah.

a. Nisbah Bagi Hasil

Nisbah bagi hasil adalah proporsi bagi hasil antara nasabah dan bank *syariah*. Nisbah bagi hasil akan memberikan gambaran bagi hasil yang diterima oleh nasabah dan bank *syariah*. Faktor yang mempengaruhi nisbah bagi hasil adalah persentase nisbah bagi hasil. Semakin tinggi persentase nisbah bagi hasil, maka akan semakin besar keuntungan yang diterima. Sebaliknya, apabila persentase nisbah bagi hasil semakin rendah, maka keuntungan yang diterima akan semakin kecil.

b. Bagi Hasil yang Sesuai dengan Akad

Bagi hasil yang sesuai dengan akad merupakan perbandingan antara bagi hasil yang ditawarkan dengan bagi hasil yang benar-benar diterima oleh nasabah. Salah satu faktor yang membentuk bagi hasil adalah jumlah penerimaan bagi hasil sesuai dengan persentase nisbah bagi hasil yang telah disepakati di awal akad. Tingkat kesesuaian antara nisbah dengan bagi hasil yang diterima akan menunjukkan konsistensi pihak bank *syariah* dalam mewujudkan janjinya atas oembagian hasil usaha yang telah dibuatnya dengan nasabah di awal akad. Kesesuaian anatara nisbah bagi hasil dengan besarnya bagi hasil yang diterima oleh pihak nasabah merupakan salah satu pembuktian pihak bank *syariah* dalam menciptakan konsumen nasabahnya.

c. Keuntungan yang Diperoleh atas Pengelolaan Dana

Dana yang disimpan oleh nasabah dalam bentuk tabungan Mudharabah akan dikelola oleh pihak bank *syariah* dengan menginvestasikan dana tersebut kedalam proyek atau usaha-usaha yang layak dan menguntungkan serta memenuhi semua aspek syariah. Salah satu faktor yang membentuk bagi hasil adalah keuntungan yang diperoleh dari kegiatan pengeloaan dana nasabah”. Proses investasi dana nasabah yang dilakukan oleh pihak bank *syariah* ini diharapkan akan

menghasilkan keuntungan yang besar, dan hasil yang diperoleh dari proses investasi dana tabungan mudhrabah ini sangat menentukan tingkat keuntungan yang akan diterima oleh pihak bank syariah dan nasabah. Semakin tinggi keuntungan yang diperoleh dari usaha pengelolaan dana, maka semakin besar pula keuntungan yang akan diterima oleh pihak bank dan pihak nasabah. Semakin rendah keuntungan yang diperoleh dari usaha pengelolaan dana, maka semakin kecil keuntungan yang akan diterima oleh pihak bank dan pihak nasabah.

d. Saldo Nominal Tabungan Nasabah

Saldo nominal tabungan merupakan jumlah nominal rupiah yang tetera di rekening tabungan nasabah. Saldo nominal tabungan menggambarkan jumlah nominal dana yang dimiliki oleh nasabah setelah adanya kegiatan penambahan maupun pengurangan dana. Salah satu faktor yang membentuk bagi hasil adalah saldo nominal tabungan nasabah, sebab saldo nominal inilah yang akan digunakan dalam menjalankan kegiatan investasi”. Semakin besar saldo nominal tabungan nasabah maka dana yang akan dikelola oleh pihak bank syariah akan semakin besar, sehingga tingkat keuntungan yang akan diterima juga akan semakin besar. Semakin rendah saldo nominal tabungan nasabah maka dana yang akan dikelola oleh pihak bank syariah akan semakin kecil, sehingga tingkat keuntungan yang akan diterima juga akan semakin kecil.

2.1.4 Hukum Islam Bank *Syariah*

Bank *syariah* merupakan bank yang melaksanakan kegiatannya dengan aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana atau pembayaran kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan *syariah*. Menurut Widyaningsih (2005:39), prinsip utama yang dianut bank *syariah* adalah larangan riba (bunga) dalam berbagai transaksi, menjalankan bisnis dan aktivitas perdagangan yang berbasis pada perolehan keuntungan yang sah menurut *syariah*.

Karakteristik bank *syariah* adalah menghindari transaksi MAGHRIB. Dalam UU No 21 Tahun 2008 dijelaskan bahwa bank *syariah* dalam melaksanakan kegiatannya harus menghindari MAGHRIB, yaitu *maysir*, *gharar*, *haram*, *riba*, dan *bathil*.

1. *Maysir*

Kata *maysir* dalam bahasa Arab berarti mudah, kaya, lapang. Jika dikaitkan dengan makna yang dimaksud sebenarnya, maka *maysir* adalah cara untuk mendapatkan uang dengan cara mudah, atau cara menjadi kaya dengan mudah tanpa harus melakukan jerih payah yang lazim dilakukan secara ekonomis. Dalam peraturan Bank Indonesia No 7/46/PBI/2005 dalam penjelasan pasal 2 ayat 3 menjelaskan bahwa *maysir* adalah transaksi yang mengandung perjudian, untung-untungan, atau spekulasi yang tinggi. Yudistira (2006) menyatakan bahwa, setiap transaksi yang dikategorikan sebagai *masyir* maka mengandung unsur-unsur berikut ini:

- a. Hal atau nilai yang didapat dari perbuatan atau transaksi tersebut, tidak menentukan atau ditentukan kemudian.
- b. Memiliki resiko kerugian yang cukup dominan bagi sebagian atau seluruh pihak yang melakukan transaksi tersebut.
- c. Keuntungan yang diperoleh sebagian pihak merupakan kerugian atau potensi kerugian bagi pihak yang lainnya.

Beberapa definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa *maysir* adalah perjudian, yakni segala bentuk transaksi yang mengandung unsur untung-untungan, taruhan, yang ketika akad itu terjadi hasil yang akan diperoleh belum jelas, dalam transaksi tersebut akan ada sebagian pihak yang diuntungkan dan sebagian pihak yang dirugikan. Terdapat beberapa dalil yang melarang melaksanakan transaksi *maysir*. Dalil tersebut diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. *Mereka bertanya kepadamu (Muhammad) tentang khamar dan maysir. Katakanlah, "Pada keduanya terdapat dosa yang besar dan beberapa manfaat bagi manusia, tetapi dosa keduanya lebih besar dari manfaatnya". Dan mereka bertanya kepadamu (Muhammad) apa yang mereka nafkahkan. Katakanlah, " yang lebih dari keperluan". (QS. Al-Baqarah: 219)*

- b. *Hai orang-orang yang beriman. Sesungguhnya (minuman) khamar, maysir, (berkorban untuk) berhala, mengundi nasib dengan panah, adalah termasuk perbuatan syaitan. Maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu mendapatkan keberuntungan. (QS. Al-Maaidah, 5:90)*

Rahmawaty (2008) dalam Rohmah (2015:26) menyatakan, bank *syariah* yang menerapkan prinsip *syariah* dengan baik, maka setiap keuntungan yang diperoleh merupakan hasil dari kegiatan usaha pengelolaan dana yang dimilikinya. Kegiatan pengelolaan dana ini dilakukan oleh bank *syariah* dengan menjalankan berbagai kegiatan investasi yang nantinya akan menghasilkan keuntungan.

2. *Gharar*

Kata *gharar* menurut bahasa Arab berarti pertaruhan. Sehingga Syaikhul Islam Ibnu Taimiyyah menyatakan *gharar* adalah yang tidak ada hasilnya. Prof Madya Dr. Saiful Azhar Rosly menyatakan, *gharar* yang dimaksud dalam pembahasan sah atau tidak sesuatu kontrak itu merujuk kepada risiko dan ketidakpastian daripada perbuatan manipulasi manusia mengakibatkan kemudharatan ke atas pihak yang dizalimi. Sehingga dari penjelasan tersebut dapat diambil kesimpulan, *gharar* adalah semua jual beli yang mengandung ketidakjelasan. Dalil yang menyatakan mengenai larangan *gharar* adalah:

- a. *dan janganlah sebagian kamu memakan harta sebagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang batil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu mengetahui. (QS. Al-Baqarah, 2:188)*
- b. *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesama dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (QS. An-Nisaa, 4:29)*

Rahmawaty (2008) dalam Rohmah (2015:27) menyatakan, bang *syariah* yang menerapkan prinsip *syariah* dengan baik akan menciptakan berbagai produk layanan yang bersifat jelas dari segi wujud, kualitas, manfaat, serta proses transaksinya. Kejelasan produk layanan yang ditawarkan pihak bank *syariah* sangat penting, agar nasabah yang hendak menggunakan jasa layanan tersebut tidak keraguan atas produk.

3. *Haram*

Haram adalah sebuah status hukum terhadap suatu aktivitas atas keadaan suatu benda (misalnya makanan). Aktivitas yang berstatus *haram* atau makanan yang dianggap haram adalah dilarang secara keras. Qardhawi (2006) menyatakan, Islam telah mengharamkan sesuatu, maka wasilah dan cara apapun yang dapat membawa kepada perbuatan *haram*, hukumnya adalah *haram*. Didalam Islam bahwa dosa perbuatan *haram* tidak terbatas pada pribadi si pelakunya itu sendiri secara langsung, tetapi meliputi daerah yang sangat luas sekali, termasuk semua orang yang bersekutu dengan dia baik melalui harta maupun perbuatan.

Rahnawaty (2008) dalam Rohmah (2015:27) menyatakan, bank *syariah* yang menerapkan prinsip *haram* dalam menjalankan transaksinya dengan menhalankan transaksi yang benar menurut hukum *syariah* dan tidak dilarang oleh agama.

4. *Riba*

Riba berarti menetaokan bung/melembihkan jumlah pinjaman saat pengambilan berdasarkan persentase tertentu dari jumlah pinjaman pokok, yang dibebaskan kepada pinjaamn. Riba secara bahasa bermakna *ziyadah* (tambahan). Dalam pengertian lain, secara linguistik *riba* juga berarti tumbuh dan membesar.

Riba hukumnya adalah hara berdasarkan pada firman-firman Allah SWT dan sanda-sabda Rasulullah SAW, diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. *Orang-orang yang makan (mengambi) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata*

(berpendapat), *Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan), dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya. (QS. Al-Baqarah, 2:275)*

- b. *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertawaqal kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan. (QS. Ali Imran, 3:130)*

Rahmawati (2008) dalam Rohmah (2015:27) menyatakan, bank *syariah* yang menerakan prinsip *syariah* dengan baik akan menghindari aktivitas yang berasaskan pada sistem bunga karena hal tersebut merupakan salah satu bentuk *riba* dan menggantinya dengan sistem bagi hasil, selain itu bank *syariah* akan mentaati aturan Fatwa DSN No 69/DSN-MUI/VI/2008 tentang pelarangan *riba*. Sistem bunga yang melekat pada bank konvensional dipandang salah satu bentuk transaksi yang diharamkan oleh agama Islam, dikarenakan pada sistem bunga terdapat pengambilan tambahan yang merupakan hak orang lain dan hal ini merupakan *riba*.

5. *Bathil*

Bathil berasal dari kata bathala, yang berarti rusak, salah, palsu, tidak sah, tidak memenuhi syarat dan rukun, keluar dari kebenaran, terlarang atau haram menurut ketentuan agama. Dalam melakukan transaksi, prinsip yang harus dijunjung adalah tidak ada kedzhaliman yang dirasa pihak-pihak yang terlibat. Semuanya harus sama-sama rela dan adil sesuai takarannya. Transaksi yang terjadi akan merekatkan ukhuwah pihak-pihak yang terlibat dan diharap agar bisa tercipta hubungan yang selalu baik. Kecurangan, ketidakjujuran, menutupi cacat barang, mengurangi timbangan tidak dibenarkan. Atau hal-hal kecil seperti menggunakan barang tanpa izin, meminjam dan

tidak bertanggungjawab atas kerusakan harus sangat diperhatikan dalam bermuamalat. Dalil yang menyatakan mengenai larangan berbuat *bathil* adalah:

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. Dan barangsiapa berbuat demikian dengan melanggar hak dan aniaya, maka Kami kelak akan memasukkannya ke dalam neraka. Yang demikian itu adalah mudah bagi Allah.”
(QS. Al-Nisa, 2:29-30)

Rahmawaty (2008) dalam Rohmah (2015:28) menyatakan, Bank syariah yang menerapkan prinsip syariah dengan baik akan menjunjung tinggi nilai keadilan dalam menjalankan transaksinya, sehingga tidak ada pihak yang merasa didzalimi. Adil dalam konteks ini tidak berarti sama, melainkan sesuai dengan proporsi campur tangan pihak yang bekerja sama tersebut. Pihak bank syariah hendaknya bersifat adil dalam membagikan hasil usaha yang diperolehnya kepada nasabah, sesuai dengan persentase yang telah disepakati di awal akad agar nasabah tidak merasa didzalimi.

2.1.5 Reputasi Bank

Reputasi adalah suatu nilai yang diberikan kepada individu, instansi atau negara. Reputasi tidak dapat diperoleh dalam waktu singkat karena harus dibangun bertahun-tahun untuk menghasilkan sesuatu yang bisa dinilai oleh publik. Reputasi pada dasarnya adalah nama baik yang dinilai dari pihak eksternal dan internal. Menurut Fitriwati (2001), disamping itu juga adanya integritas yang tinggi dari pihak penyedia jasa atas pelayanan yang diberikan kepada konsumen agar perusahaan dapat memberikan pelayanan terbaik, kemampuan dari penyedia jasa untuk menjalin hubungan kedekatan dengan konsumen agar perusahaan tersebut dapat memberikan pelayanan yang sesuai dengan konsumen yang bermacam-macam.

Pursetyaningsih (2008:192) menyatakan, reputasi merupakan kepercayaan menyeluruh atau keputusan mengenai tingkat dimana sebuah perusahaan diberi penghargaan tinggi dan terhormat. Bagi suatu bank dimana produk utama yang dihasilkan adalah suatu jasa, maka reputasi dan nama baik sangat menentukan. Aziz (2001:16) mengatakan, upaya pemasaran yang dilakukan oleh suatu perusahaan, terutama merujuk adanya anggapan bahwa reputasi yang berupa citra merk (*brand image*), citra perusahaan (*company image*), reputasi merk (*brand reputation*), nama yang baik (*the best name*), pelayanan prima (*service excellent*) dan semua yang berhubungan dengan kepuasan nasabah mendapatkan prioritas. Triani *et al* (2006:25) hakikat reputasi adalah sebagai berikut:

1. Reputasi memainkan peran penting dalam setiap proses pertukaran antara perusahaan, individu atau perusahaan dan individu.
2. Sinyal reputasi dirancang untuk mempengaruhi targetnya secara positif.
3. Ketika sinyal reputasi berkonotasi buruk, maka akan timbul hasil yang negatif.

Fitrijanti (2005:35), ada beberapa faktor yang diperlukan untuk membentuk reputasi yaitu sebagai berikut:

1. *Financial performance & long-term investment value*: Apakah perusahaan memiliki track record yang baik? Dan apakah perusahaan dapat menunjukkan keuntungan ber-investasi jangka panjang?
2. *Corporate governance & leadership*: Apakah pimpinan perusahaan memiliki integritas yang tinggi? Apakah perusahaan memiliki visi masa depan yang realistis?
3. *Communications & crisis management*: Apakah perusahaan memberikan informasi yang bermanfaat secara transparan agar stakeholder memahami value, tujuan, pencapaian dan prospek masa depan-nya? Dan bagaimana pula perusahaan memberikan respon atas kejadian buruk yang menimpa perusahaan dan mempengaruhi stakeholder-nya?
4. *Regulatory compliance*: Apakah perusahaan menjalankan aktivitas bisnis sesuai dengan hukum dan regulasi yang ada?

5. *Delivering customer*: apakah perusahaan secara konsisten menghasilkan produk yang berkualitas? Bagaimana perusahaan menangani komplain dan bagaimana pula kinerja customer service-nya?
6. *Corporate social responsibility*: apakah perusahaan menyadari pengaruh sosial, etika dan lingkungan dari aktivitas yang dilakukannya? Dan bagaimana perusahaan meresponnya?
7. *Workplace talent & culture*: bagaimana perusahaan memperlakukan para karyawannya? Apa yang dirasakan dengan bekerja di perusahaan tersebut?

Putrianti (2005) dalam Rohmah (2015:32) menyatakan bahwa, untuk mengukur konsep reputasi perusahaan, maka akan ditemukan bahwa reputasi merupakan konsep yang bersifat multidimensionalitas. Hal ini berarti konsep reputasi merupakan sebuah konsep yang luas dan terbentuk dari beberapa faktor, yaitu sebagai berikut:

1. Manajemen Perusahaan

Manajemen adalah suatu proses perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengendalian upaya dari anggota organisasi serta penggunaan semua sumber daya yang ada pada organisasi untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan sebelumnya. Hal yang memengaruhi manajemen perusahaan adalah karyawan yang bekerja sesuai tugasnya sehingga tidak melakukan kesalahan dalam melayani pelanggan.

2. Prospek Usaha

Prospek adalah peluang yang terjadi karena adanya usaha seseorang dalam memenuhi kebutuhan hidupnya juga untuk mendapatkan profit atau keuntungan. Hal yang mempengaruhi prospek usaha adalah peluang yang besar untuk terus berkembang di masa yang akan datang.

3. Produk

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan dan

kebutuhan. Hal yang mempengaruhi produk adalah produk-produk layanan yang lebih menguntungkan konsumen.

4. Ketersediaan Produk

Ketersediaan produk adalah banyaknya atribut baik yang berwujud maupun tidak berwujud yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Ketersediaan produk menunjukkan kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan konsumennya. Hal yang mempengaruhi ketersediaan produk adalah ketersediaan produk-produk pelayanan yang lengkap sesuai dengan tuntutan kebutuhan konsumen.

5. Lingkungan Kerja

Lingkungan kerja sebagai segala sesuatu yang ada di sekitar para pekerja yang dapat mempengaruhi dirinya dalam menjalankan tugas-tugas yang diembankan. Hal yang mempengaruhi lingkungan kerja adalah kondisi entitas yang kondusif sehingga pelanggan dapat merasa nyaman untuk menjalankan transaksi di entitas tersebut.

6. Tanggung Jawab Sosial

Tanggung jawab sosial merupakan salah satu bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan sosial yang ada di sekitarnya. CSR perilaku bisnis, di mana pengambilan keputusannya mempertimbangkan tanggung jawab sosial dan memberikan perhatian secara lebih seimbang terhadap kepentingan stakeholders yang beragam. Beberapa hal yang membentuk tanggung jawab sosial adalah pelayanan yang adil dan adanya pelaksanaan program sosial yang bermanfaat bagi masyarakat.

7. Ketertarikan Emosional

Ketertarikan emosional adalah sesuatu yang bisa dibangun oleh kedekatan dan kualitas hubungan kita terhadap seseorang. Beberapa hal yang membentuk ketertarikan emosional pelanggan adalah karyawan perusahaan yang berusaha untuk membangun kedekatan dan menjaga kualitas hubungan dengan pelanggan melalui sikap ramah dalam melayani nasabah.

8. Identitas Perusahaan

Identitas perusahaan atau jati diri perusahaan adalah semua perwakilan atau perwujudan media visual dan fisik yang menampilkan suatu jati diri organisasi sehingga dapat membedakan organisasi/perusahaan tersebut dengan organisasi/perusahaan lainnya. Beberapa hal yang membentuk identitas perusahaan adalah logo perusahaan serta penerapan nilai-nilai dan norma-norma dalam menjalankan aktivitasnya.

9. Kinerja Keuangan

Pengertian kinerja keuangan adalah penentuan ukuran-ukuran tertentu yang dapat mengukur keberhasilan suatu organisasi atau perusahaan dalam menghasilkan laba. Kinerja keuangan merupakan usaha formal yang telah dilakukan oleh perusahaan yang dapat mengukur keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan laba, sehingga dapat melihat prospek, pertumbuhan, dan potensi perkembangan baik perusahaan dengan mengandalkan sumber daya yang ada. Beberapa hal yang mempengaruhi kinerja keuangan adalah kemampuan dalam mengelola dan mengendalikan sumber dana yang dimiliki, sehingga memperoleh laba dalam menjalankan bisnisnya.

2.1.6 Nasabah dan Tabungan *Mudharabah*

a. Definisi Nasabah

Kamus Perbankan mengartikan nasabah adalah orang atau badan yang mempunyai rekening simpanan atau pinjaman pada bank (Pratama, 2015: 46). Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No 21 tahun 2008, nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank syariah dan atau unit. Terdapat rumusan nasabah pada Undang-Undang No 2 pasal 1 angka 17 dan 18 sebagai berikut:

1. Nasabah penyimpan dana: nasabah yang menempatkan dananya di Bank Syariah atau UUS dalam bentuk simpanan berdasarkan akad antar bank syariah atau UUS dan nasabah yang bersangkutan

2. Nasabah investor: nasabah yang menempatkan dananya di bank syariah atau UUS dalam bentuk investas berdasarkan akad antara bank atau UUS dan nasabah.

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bawasannya nasabah adalah pihak eksternal bank yang menggunakan jasa perbankan untuk menyimpan uangnya.

b. Definisi Tabungan *Mudharabah*

Antoni (2011:115) menyatakan, tabungan *mudharabah* adalah tabungan yang menerapkan akad *mudharabah*, diantaranya adalah keuntungan dari dana yang digunakan harus dibagi antara nasabah (*shahibul maal*) dan bank (*mudharib*) dan adanya tenggang. Karim (2005:20), 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* 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 atau tidak diinvestasikan.

Muhammad (dalam Sutedi, 2009:80), tabungan *mudharabah* adalah dana yang disimoan akan dikelola oleh pihak bank dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan dan keuntungan tersebut akan diberikan kepada nasabah berdasarkan kesepakatan bersama. Tabungan tersebut dapat diambil setiap saat oleh penabung sesuai dengan perjanjian yang disepakati, namun tidak di perkenankan saldo negatif.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa tabungan *mudharabah* adalah dimana nasabah berperan sebagai pemilik modal (*shahibul maal*), sementara bank sebagai pengelola dana (*mudharib*). Nantinya, sebagai pengelola dana, bank menyalurkan uang nasabah tersebut untuk membiayai usaha. Lalu, keuntungan dari usaha itu akan dibagi sesuai kesepakatan porsi bagi hasil (*nisbah*) yang telah disepakati antara bank dan nasabah.

Tabungan *mudharabah* dalam transaksinya terdapat landasan hukum tertentu, agar pelaksanaan transaksi sesuai dengan prinsip-prinsip agama. Menurut Antoni (2011:155),

para cendekiawan fiqih Islam meletakkan *mudharabah* pada posisi yang khusus dan memberikan landasan hukum tersendiri sebagai berikut:

1. *"Dan orang-orang yang berjalan di muka bumi mencari sebagian karunia Allah"* (QS. Al-Muzammil, 73:20). *Mudharib* sebagai *entrepreneur* adalah sebagian dari orang-orang yang melakukan *dharib* (perjalanan) untuk mencari karunia Allah SWT dari keuntungan investasi.
2. Sunnah Rasulullah SAW: Drai Suhaib r.a bahwa Rasulullah SAW bersabda: *"Tiga perkara didalamnya terdapat keberkahan, menjual dengan pembayaran kredit, muqaradhah (nama lain mudharabah) dan mencampur gandum dengan tepung untuk keperluan rumah dan bukan untuk dijual"*. (HR Ibnu Majah)
3. Diriwayatkan oleh Ibnu Abbas bahwasannya Sayyidina Abbas jikalau memberikan dana ke mitra usahanya secara mudharabah ia mensyaratkan agar ananya tidak mengarungi lautan, menuruni lembah yang berbahaya, atau membeli ternak yang berparu-paru basah, jikalau menyalahi peraturan maka yang bersangkutan bertanggung jawab atas dana tersebut. Disampaikannyalah syarat-syarat tersebut kepada Rasulullah SAW dan beliau pun memperkenankannya (Majma' Azzawaid 4/161)

Ascarya (2007:228) mengatakan, terdapat standarisasi dalam pelaksanaan akad tabungan *mudharabah* adalah sebagai berikut:

1. 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.
2. Bank wajib meminta nasabah untuk mengisi formulir jika tidak terjadi akad yang disertakan.
3. Nasabah wajib menandatangani formulir permohonan tersebut sebagai bukti adanya kehendak dari pihak pemilik dana untuk menyerahkan dananya kepada bank pengelola.

4. Apabila bank setuju, bank wajib menandatangani formulir tersebut sebagai bukti adanya kesanggupan pihak bank sebagai pihak yang mengelola dana.
5. 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.
6. 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.
7. 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.
8. Tabungan hanya dapat ditutup setelah periode investasi berakhir.

Tabel 2.2 Perbedaan Tabungan *Wadiah* dengan Tabungan *Mudharabah*

Perbedaan	Tabungan <i>Wadiah</i>	Tabungan <i>Mudharabah</i>
Akad	<i>Wadiah Yad Adh-dhamana</i>	<i>Mudharabah</i>
Pengembalian Dana atau Keuntungan	Tidak ada pembagian bagi hasil untuk nasabah	Dibagi melalui bagi hasil
Insentif atau Bonus	1. Tidak diperjanjikan di awal 2. Tidak ditentukan besarnya diawal karena bersifat sukarela	Tabungan yang sifatnya mengikat adanya kerjasama antara nasabah dan bank
Peranan Nasabah dan Bank	Nasabah: Penitip suatu barang atau jasa. Bank: Lembaga penitip barang atau jasa	Nasabah: <i>Shahibul Mal</i> (pemilik dana) Bank: Mudharib (pengelola dana)

Sumber: Mirsad (2013)

Jumlah tabungan mudharabah merupakan jumlah simpanan mudharabah nasabah di bank setelah adanya kegiatan penambahan ataupun pengurangan uang tabungan

mudharabah yang disimpan oleh nasabah. Jumlah tabungan mudharabah menggambarkan nominal uang yang dimiliki oleh nasabah di bank. Semakin tinggi penambahan yang dilakukan dan semakin rendah kegiatan pengambilan uang yang dilakukan oleh nasabah maka jumlah tabungan mudharabah yang dimiliki nasabah di bank akan semakin besar. Menurut Shaleh dan Muhib (2004) dalam Rohmah (2015:41), faktor atau dimensi informasi yang membentuk jumlah 41 tabungan adalah keinginan untuk menambah tabungan, keinginan untuk mengurangi tabungan, besarnya tambahan uang menabung, besarnya pengambilan uang tabungan, kenaikan tabungan jika dibandingkan dengan bulan sebelumnya, dan peningkatan tabungan selama dibagikannya bagi hasil.

1. Keinginan untuk Menambah Jumlah Tabungan

Keinginan untuk menambah jumlah tabungan merupakan dorongan dari dalam diri seseorang untuk meningkatkan jumlah tabungan mudharabah yang dimilikinya di bank.

2. Besarnya Tambahan Uang Tabungan

Besarnya tambahan uang tabungan merupakan besarnya penambahan uang tabungan mudharabah yang ditabungkan oleh nasabah di bank dengan tujuan untuk meningkatkan jumlah saldo tabungan mudharabah yang dimilikinya.

3. Kenaikan Tabungan jika Dibandingkan dengan Bulan Sebelumnya

Kenaikan tabungan jika dibandingkan dengan bulan sebelumnya merupakan perbandingan antara jumlah tabungan mudharabah yang dimiliki oleh nasabah pada bulan ini dengan jumlah tabungan mudharabah bulan sebelumnya.

4. Peningkatan Tabungan Setelah Menerima Bagi Hasil

Peningkatan tabungan selama dibagikannya bagi hasil merupakan peningkatan jumlah uang tabungan mudharabah yang dimiliki oleh nasabah, setelah diterimanya bagi hasil yang diberikan oleh pihak bank.

5. Keinginan untuk Mengurangi Tabungan

Keinginan untuk mengurangi jumlah tabungan merupakan dorongan dari dalam diri seseorang untuk mengurangi jumlah tabungan mudharabah yang dimilikinya di bank.

6. Besarnya Penarikan Uang Tabungan

Besarnya pengambilan uang tabungan merupakan pengurangan uang tabungan mudharabah yang telah disimpan oleh nasabah melalui kegiatan penarikan atau pengambilan yang nantinya akan mengurangi saldo nominal tabungan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Daulay (2006)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bagi dan Keyakinan terhadap Keputusan Menabung Nasabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Utama Medan	Analisis regresi linier berganda	Pelayanan, bagi hasil, dan agama mempunyaipengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Utama Medan.
2	Haryani (2010)	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Medan	Analisis deskriptif dan Analisis regresi linier berganda	Terdapat pengaruh positif dan signifikan dari kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah untuk menabung pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Medan
3	Yahya (2010)	Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan jasa bank syariah (studi kasus PT. Bank Syariah Mandiri Tbk. Cabang pembantu Lebak)	Analisis faktor konfirmotori	Faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan jasa bank syariah adalah faktor promosi
4	Saekhoni (2012)	Pengaruh Pendapatan dan Bagi Hasil Terhadap Minat Masyarakat Menabung di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung	Analisis statistika inferensial	Bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di BMT

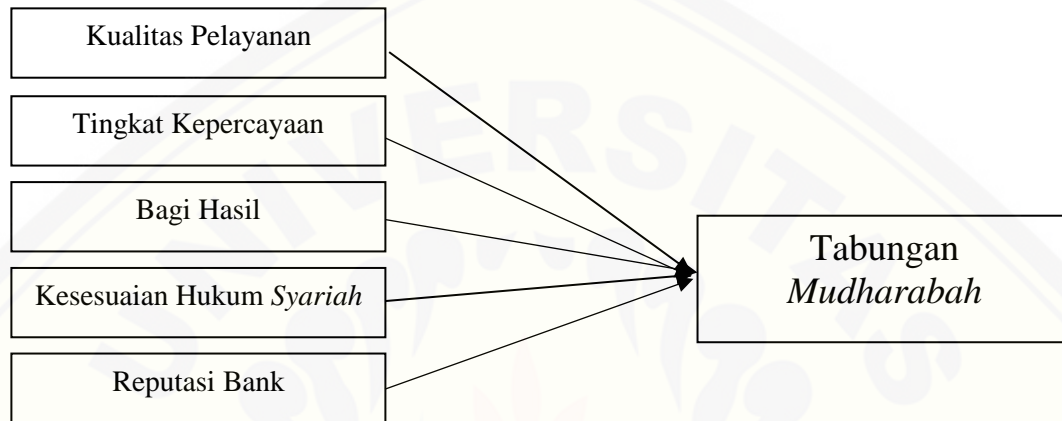
No	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
				Istiqomah Karangrejo Tulungagung
5	Fajriyah (2013)	Pengaruh promosi, Reputasi, dan Lokasi Strategis terhadap Keputusan nasabah menggunakan Produk Tabungan Haji Bank Mandiri KCP Tangerang Bntaro Sektor III	Analisis regresi linier berganda	Promosi, reputasi, dan lokasi strategis berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan tabungan haji baik secara parsial maupun simultan
6	Setiyanisih (2014)	Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen dengan <i>Switching Cost</i> Sebagai Variabel Mediasi	Analisis regresi linier berganda	Kepuasan dan kepercayaan konsumen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap rintangannya pengalihan maupun loyalitas konsumen.
7	Rohmah (2015)	Pengaruh Tingkat Kepercayaan, Bagi Hasil, Kesesuaian Hukum <i>Syariah</i> , Reputasi Bank, dan Perolehan Informasi terhadap Keinginan Menambah Tabungan <i>Mudharabah</i> di Bank Rakyat Indonesia <i>Syariah</i> Cabang Jember	Analisis regresi linier berganda	Tingkat kepercayaan, bagi hasil, kesesuaian hukum <i>syariah</i> , reputasi bank, dan perolehan informasi berpengaruh positif terhadap keinginan menambah tabungan <i>mudharabah</i> di Bank Rakyat Indonesia <i>Syariah</i> Cabang Jember
8	Aini (2016)	Pengaruh Imbalan Bagi Hasil dan Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan <i>Mudharabah</i> Pada Bank Mandiri Cabang Jember	Analisis regresi linier berganda	Hubungan imbalan bagi hasil dan pelayanan terhadap kepuasan nasabah tabungan <i>mudharabah</i> berpengaruh secara positif.

Sumber: data diolah dari berbagai referensi, 2017

2.3 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual adalah suatu model yang menjelaskan secara teoritis model konseptual variabel-variabel penelitian, tentang bagaimana pertautan teori-teori yang berhubungan dengan variabel-variabel penelitian yang ingin diteliti, yaitu variabel bebas (independen) dengan variabel terikat (dependen). Penelitian ini menggunakan tujuh variabel bebas yaitu kualitas pelayanan, promosi, tingkat kepercayaan, bagi hasil,

kesesuaian hukum *syariah*, reputasi bank, dan perolehan informasi serta variabel terikat yaitu tabungan *mudharabah* di BNI *Syariah* Cabang Jember. Adapun yang menjadi kerangka konseptual dari penelitian ini adalah:



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

2.4 Hipotesis

2.4.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Tabungan *Mudharabah* di BNI *Syariah* Cabang Jember

Parasuraman (1990) dalam Yogiarto (2015), kualitas pelayanan adalah tingkat mutu dai suatu yang ditawarkan kepada pihak lain yaitu konsumen. Tjiptono (2007:11) mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian untuk digunakan (*fitnes* untuk digunakan). Loina (2001:138) mengatakan, sebuah pelayanan ialah suatu proses keseluruhan sebuah pembentukan citra dari perusahaan, baik dengan melalui media berita, membentuk sebuah budaya perusahaan secara internal, ataupun melakukan sebuah komunikasi mengenai pandangan perusahaan pada para pemimpin pemerintah serta publik yang lainnya yang berkepentingan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Haryani (2010) , terdapat pengaruh positif dan signifikan dari kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah untuk menabung pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Medan. Hasil penelitian lainnya dilakukan oleh Daulay (2006), kualitas pelayanan dan bagi hasil mempengaruhi keputusan menabung pada bank Mandiri Syariah Cabang Utama Medan. Dengan demikian hipotesis yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

H1 = *Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap tabungan mudharabah di BNI Syariah Cabang Jember*

2.4.2 Pengaruh Tingkat Kepercayaan terhadap Tabungan *Mudharabah* di BNI Syariah Cabang Jember

Moorman *et al* (dalam Rohmah, 2015), kepercayaan adalah kondisi adanya kerjasama antar dua belah pihak yang terlibat dalam suatu hubungan, dimana salah satu pihak dianggap berperan sebagai *controlling assets* (memiliki sumber-sumber, pengetahuan) sementara pihak lain menilai bahwa berbagai penggunaan sumber-sumber tersebut dalam suatu ikatan akan memberikan manfaat.

Kepercayaan muncul dari adanya interaksi antara dua pihak yang disebut *trustor* dan *trustee*. *Trustor* merupakan pihak yang memberikan kepercayaan sedangkan *trustee* adalah pihak yang menerima kepercayaan dari *trustor*. Menurut Bhattachajee, 2002 (dalam Rohmah 2015), faktor yang membentuk kepercayaan seseorang terhadap orang adalah kemampuan (*ability*, *benevolence*, dan *intergritas*).

Setyaningsih (2014) menghasilkan penelitian kepuasan dan kepercayaan konsumen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap rintangannya pengalihan maupun loyalitas konsumen. Hasil penelitian ini juga didukung oleh peneliti Rohmah (2015) yang menyatakan bahwa, tingkat kepercayaan berpengaruh positif terhadap keinginan menambah tabungan *mudharabah*. Dengan demikian hipotesis yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

H2 = *Tingkat kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap tabungan mudharabah di BNI Syariah Cabang Jember*

2.4.3 Pengaruh Bagi Hasil terhadap Tabungan *Mudharabah* di BNI Syariah Cabang Jember

Antonio (2001:90), bagi hasil adalah suatu sistem pengelolaan danan dalam perekonomian Islam yakni pembagian hasil usaha antara pemilki modal (*shahibul maal*) dan pengelola (*Mudharib*). Muchtasib (2006) yang dikutip oleh Rohmah (2016:16) mengatakan, sistem bagi hasil merupakan sistem dimana dilakukannya perjanjian atau ikatan bersama di dalam melakukan kegiatan usaha, dimana di dalam usaha tersebut diperjanjikan adanya pembagian hasil atas keuntungan yang akan di dapat antara kedua belah pihak atau lebih yang terjadi dengan adanya kerelaan (*An-Tarodhin*) di masing-masing pihak tanpa adanya unsur paksaan. Makin tinggi nisbah bagi hasil atau bertambah optimalnya bagi hasil serta makin jelas ketentuan dalam ketentuan pembagian hasil maka memperbesar kemungkinan nisbah semakin terpengaruh untuk memutuskan menggunakan jasa perbankan syariah tabungan mudharabah.

Hasil penelitian Daulay (2006), kualitas pelayanan dan bagi hasil mempengaruhi keputusan menabung pada bank Mandiri Syariah Cabang Utama Medan. Hasil penelitian lainnya yang dilakukan oleh Saekoni (2012), bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung. Didukung juga oleh penelitian Rohmah (2015) yang mengatakan bagi hasil berpengaruh positif terhadap keinginan menambah tabungan *mudharabah* di Bank Rakyat Indonesia Cabang Jember. Dengan demikian hipotesis yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

H3 = *Bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap tabungan mudharabah di BNI Syariah Cabang Jember*

2.4.4 Pengaruh Kesesuaian Hukum *Syariah* terhadap Tabungan *Mudharabah* di BNI *Syariah* Cabang Jember

Bank *syariah* merupakan bank yang melaksanakan kegiatannya dengan aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana atau pembayaran kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan *syariah*. Menurut Widyaningsih (2005:39), prinsip utama yang dianut bank *syariah* adalah larangan riba (bunga) dalam berbagai transaksi, menjalankan bisnis dan aktivitas perdagangan yang berbasis pada perolehan keuntungan yang sah menurut *syariah*.

Penelitian Daulay (2006) menyatakan bahwa, agama berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung pada bank Mandiri Syariah Cabang Utama Medan. Penelitian Rohmah (2015) juga mendukung penelitian ini yang mengatakan kesesuaian hukum *syariah* berpengaruh terhadap keinginan menambah tabungan *mudharabah* di Bank Rakyat Indonesia Cabang Jember. Dengan demikian hipotesis yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

H4 = *Kesesuaian hukum syariah berpengaruh signifikan terhadap tabungan mudharabah di BNI Syariah Cabang Jember*

2.4.5 Pengaruh Reputasi Bank terhadap Nasabah Menambah Tabungan *Mudharabah* di BNI *Syariah* Cabang Jember

Reputasi pada dasarnya adalah nama baik yang dinilai dari pihak eksternal dan internal. Menurut Fitriwati (2001), disamping itu juga adanya integritas yang tinggi dari pihak penyedia jasa atas pelayanan yang diberikan kepada konsumen agar perusahaan dapat memberikan pelayanan terbaik, kemampuan dari penyedia jasa untuk dapat menjalin hubungan kedekatan dengan konsumen agar perusahaan tersebut dapat memberikan pelayanan yang sesuai dengan konsumen yang bermacam-macam.

Pursetyaningsih (2008:192) menyatakan, reputasi merupakan kepercayaan menyeluruh atau keputusan mengenai tingkat dimana sebuah perusahaan diberi penghargaan tinggi dan terhormat. Bagi suatu bank di antara produk utama yang

dihasilkan adalah suatu jasa, maka reputasi dan nama baik sangat menentukan. penelitian ini didukung oleh Rohmah (2015) mengatakan bahwa, variabel reputasi bank (X5) berpengaruh terhadap keinginan menambah tabungan *mudharabah*. Dengan demikian hipotesis yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

H5 = *Reputasi Bank berpengaruh signifikan terhadap tabungan mudharabah di BNI Syariah Cabang Jember*



BAB 3. METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan salah satu bentuk penelitian pada bidang akuntansi *syariah*, namun pada penelitian ini hanya diatasi pada analisa pengaruh kualitas pelayanan, promosi, tingkat kepercayaan, bagi hasil, kesesuaian hukum *syariah*, reputasi bank, dan perolehan informasi terhadap tabungan *mudharabah* di BNI *Syariah* Cabang Jember. Penelitian ini mencoba untuk menentukan pengaruh kualitas pelayanan, tingkat kepercayaan, bagi hasil, kesesuaian hukum *syariah*, dan reputasi bank terhadap tabungan *mudharabah* di BNI *Syariah* Cabang Jember.

Sugiyono (2009: 13), penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafah positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.2. Populasi dan Sampel

Populasi adalah sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu (Indriantoro dan Supomo, 2014:12). Populasi pada penelitian ini terdiri atas seluruh pemilik rekening tabungan *mudharabah* di BNI *Syariah* Cabang Jember yakni sebesar 721 orang. Mengingat banyaknya populasi pada penelitian ini, maka akan diwakili oleh sampel.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2012: 116). Teknik dalam pengambilan sampel ini menggunakan *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2012:122). Pemilihan sampel secara *purposive sampling* dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh sampel yang *representatif* berdasarkan kriteria yang ditentukan. Penentuan kriteria sampel diperlukan untuk menghindari timbulnya kesalahan dalam

penentuan sampel penelitian yang selanjutnya akan berpengaruh terhadap hasil analisis. Sampel penelitian yang diambil adalah berdasarkan kriteria-kriteria berikut ini:

1. Nasabah yang dijadikan sampel adalah nasabah yang hanya menggunakan produk tabungan *mudharabah* saja di BNI Syariah Cabang Jember.
2. Nasabah tersebut telah menjadi pengguna produk tabungan *mudharabah* minimal selama 3 bulan. Penggunaan kriteria 3 bulan ini digunakan karena nasabah akan merasakan manfaat bagi hasil meskipun bagi hasil sudah dibagikan sejak bulan pertama, namun masih bersifat fluktuatif sehingga nasabah belum merasakan manfaat bagi hasil secara maksimal.

Roscoe (dalam Sugiyono, 2009:129) memberikan saran tentang ukuran sampel penelitian sebagai berikut:

1. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
2. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivaritave (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel penelitian ada 5 (*independent+dependent*) maka jumlah anggota sampel $10 \times 5 = 50$.

Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda. Dalam penelitian ini terdapat 7 variabel bebas dan 1 variabel terikat. Sehingga total variabelnya ada 8 maka jumlah sampel yang dijadikan responden adalah $8 \times 10 = 80$ responden.

3.3. Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Sugiyono (2012:139) mengatakan, data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Pengumpul data dalam penelitian ini adalah data mengenai pendapat/presepsi/pengalaman nasabah lama tentang pengaruh kualitas pelayanan, tingkat kepercayaan, bagi hasil, kesesuaian hukum *syariah*, dan reputasi bank terhadap tabungan *mudharabah*. Data sekunder adalah sumber data yang diperoleh dengan cara membaca, mempelajari dan memahami melalui media lain yang

bersumber dari literatur, buku-buku, serta dokumen perusahaan (Sugiyono, 2012:140). Data sekunder pada penelitian ini adalah data tentang sejarah, data yang berhubungan dengan produk tabungan *mudharabah*, data bagi hasil BNI *Syariah* Cabang Jember.

Sumber data pada penelitian ini dibagi mejadi dua bagian. Sumber data yang pertama adalah sumber data primer. Sumber data primer dalam penelitian diperoleh dari responden dalam hal ini adalah nasabah tabungan *mudharabah* BNI *Syariah* Cabang Jember sehingga data penelitian dapat diperoleh secara langsung. Sumber data kedua merupakan sumber data sekunder. Sumber data sekunder diperoleh dari Kepala BNI *Syariah* Cabang Jember.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui kuesioner, sedangkan data sekunder diperoleh dengan cara wawancara. Menurut Sugiyono (2012:137), kuesioner merupakan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawab. Teknik pengumpulan data dengan kuesioner ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana pendapat/pengalaman nasabah lama tentang pengaruh kualitas pelayanan, tingkat kepercayaan, bagi hasil, kesesuaian hukum *syariah*, dan reputasi bank terhadap tabungan *mudharabah* di BNI *Syariah* Cabang Jember.

Kuesioner ini diberikan kepada nasabah BNI *Syariah* Cabang Jember yang hanya menggunakan produk tabungan *mudharabah* dan telah menjadi nasabah selama minimal 3 bulan. Kuesioner disebarkan secara langsung oleh peneliti kepada responden tepat di depan pintu masuk BNI *syariah* Cabang Jember. Peneliti terlebih dahulu menanyakan kepada responden mengenai jenis produk yang digunakan oleh nasabah dan lama menjadi nasabah. Setelah memenuhi kriteria penelitian, peneliti kemudian menyampaikan secara langsung satu per satu pernyataan yang ada dalam kuesioner kepada responden, kemudian mencentang jawaban yang diberikan oleh responden.

Sugiyono (2012:137), wawancara dapat dilakukan secara terstruktur (peneliti telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh) maupun tidak terstruktur (peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara

sistematis dan lengkap sebagai pengumpul datanya) dan dapat dilakukan secara langsung (tatap muka) maupun secara tidak langsung (melalui media seperti telepon). Wawancara ini dilakukan oleh peneliti untuk mengetahui data-data yang mendukung penelitian.

3.5. Definisi Operasional dan Variabel Pengukurnya

Definisi operasional masing-masing variabel dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut :

3.5.1. Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2012:59). Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan, tingkat kepercayaan, bagi hasil, kesesuaian hukum *syariah*, dan reputasi bank.

a. Kualitas Pelayanan (X_1)

Kualitas pelayanan merupakan suatu tingkat mutu dari kualitas atas standar pelayanan yang diberikan kepada nasabah ketika nasabah melakukan kegiatan atau transaksi di bank diukur dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, kenyamanan serta empati. Kualitas pelayanan bisa menunjang atau menaikkan peluang nasabah untuk memutuskan menggunakan jasa perbankan

Pengukuran menggunakan skala Likert dengan penilaian 1 sampai 5 yakni dengan nilai (1) sangat tidak setuju, (2) tidak setuju, (3) netral, (4) setuju, (5) sangat setuju. Pernyataan atas kuesioner variabel kualitas pelayanan nomor 1 – 13.

b. Tingkat Kepercayaan (X_2)

Kepercayaan adalah kondisi adanya kerjasama antar dua belah pihak yang terlibat dalam suatu hubungan, dimana salah satu pihak dianggap berperan sebagai *controlling assets* (memiliki sumber-sumber, pengetahuan) sementara pihak lain menilai bahwa berbagai penggunaan sumber-sumber tersebut dalam suatu ikatan akan memberikan manfaat.

Pengukuran menggunakan skala Likert dengan penilaian 1 sampai 5 yakni dengan nilai (1) sangat tidak setuju, (2) tidak setuju, (3) netral, (4) setuju, (5) sangat setuju. Pernyataan atas kuesioner variabel kualitas pelayanan nomor 14 – 23.

c. Bagi Hasil (X_3)

Bagi hasil adalah suatu sistem pengelolaan danan dalam perekonomian Islam yakni pembagian hasil usaha antara pemilki modal (*shahibul maal*) dan pengelola (*Mudharib*). Makin tinggi nisbah bagi hasil atau bertambah optimalnya bagi haisl serta makin jelas ketentuan dalam ketentuan pembagian hasil maka memperbesar kemungkinan nsabah semakin terpengaruh untuk memutuskan menggunakan jasa perbankan syariah tabungan mudharabah.

Pengukuran menggunakan skala Likert dengan penilaian 1 sampai 5 yakni dengan nilai (1) sangat tidak setuju, (2) tidak setuju, (3) netral, (4) setuju, (5) sangat setuju. Pernyataan atas kuesioner variabel kualitas pelayanan nomor 24 – 27.

d. Kesesuaian Hukum *Syariah* (X_4)

Bank *syariah* merupakan bank yang melaksanakan kegiatannya dengan aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana atau pembayaran kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan *syariah*. Pengukuran menggunakan skala Likert dengan penilaian 1 sampai 5 yakni dengan nilai (1) sangat tidak setuju, (2) tidak setuju, (3) netral, (4) setuju, (5) sangat setuju. Pernyataan atas kuesioner variabel kualitas pelayanan nomor 28 – 33.

e. Reputasi Bank (X_5)

Reputasi pada dasarnya adalah nama baik yang dinilai dar pihak eksternal dan internal, disamping itu juga adanya intergritas yang tinggi dari pihak penyedia jasa atas pelayanan yang diberikan kepda konsumen agar perusahaan dapat memberikan pelayanan terbaik, kemampuan dari penyedia jasa untuk dapat menjalin hubungan kedekatan dengan konsumen agar perusahaan tersebut dapat memberikan pelayanan yang sesuai dengan konsumen yang bermacam-macam. Pengukuran menggunakan skala Likert dengan penilaian 1 sampai 5 yakni dengan nilai (1) sangat tidak setuju, (2)

tidak setuju, (3) netral, (4) setuju, (5) sangat setuju. Pernyataan atas kuesioner variabel kualitas pelayanan nomor 43 – 42.

3.5.2. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah tipe variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2012:59). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan.

a. Tabungan *mudharabah* (Y)

Jumlah tabungan *mudharabah* merupakan jumlah simpanan *mudharabah* nasabah di bank setelah adanya kegiatan penambahan atau pengurangan uang tabungan *mudharabah* yang disimpan nasabah. (Shaleh dan Muhib, 2004 dalam Rohmah 2015). Pengukuran menggunakan skala Likert dengan penilaian 1 sampai 5 yakni dengan nilai (1) sangat tidak setuju, (2) tidak setuju, (3) netral, (4) setuju, (5) sangat setuju. Pernyataan atas kuesioner variabel kualitas pelayanan nomor 43 – 48.

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
Kualitas Pelayanan (X_1)	Tingkat mutu dari suatu yang ditawarkan kepada pihak lain yaitu konsumen. (Parasuraman, 1990 dalam Yogiarto, 2015)	1. Tangibles 2. Reliability 3. Responsiveness 4. Assurance 5. Empaty	Skala Ordinal
Tingkat Kepercayaan (X_2)	Keyakinan atau ketersediaan satu pihak kepada lain dengan adanya harapan bahwa pihak yang dipercaya berbuat sesuai apa yang diharapkan dan menjauh dari perbuatan yang merugikan. (Bhattachjee, 2002 dalam Rohmah, 2015)	1. Ability 2. Benevolence 3. Integritas	Skala Ordinal
Bagi Hasil (X_3)	Bentuk perolehan kembalian atas kontrak investasi yang	1. Nisbah bagi hasil 2. Bagi hasil sesuai dengan akad	Skala Ordinal

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
	telah dilakukan dengan pihak bank syariah. (Mustaqim, 2006 dalam Rohmah, 2015)	3. Keuntungan yang diperoleh atas pengelolaan dana 4. Saldo nominal tabungan nasabah	
Kesesuaian Hukum Syariah (X_4)	Salah satu faktor penting yang harus diperhatikan nasabah sesuai pelaksanaan operasional perbankan dengan prinsip-prinsip bank syariah. (Rahmawatu, 2008 dalam rohmah, 2015)	1. Maysir 2. Gharar 3. Haram 4. Riba 5. Bathil	Skala Ordinal
Reputasi Bank (X_5)	Untuk mengukur konsep reputasi perusahaan, maka ditemukan bahwa reputasi merupakan konsep yang bersifat multidimensionalitas. (Putrianti, 2005 dalam Rohmah 2015)	1. Manajemen perusahaan 2. Prospek usaha 3. Produk 4. Ketersediaan produk 5. Lingkungan kerja 6. Tanggungjawab sosial 7. Ketertarikan emosional 8. Identitas perusahaan 9. Kinerja keuangan	Skala Ordinal
Tabungan Mudharabah (Y)	Jumlah tabungan <i>mudharabah</i> merupakan jumlah simpanan <i>mudharabah</i> nasabah di bank setelah adanya kegiatan penambahan atau pengurangan uang tabungan <i>mudharabah</i> yang disimpan nasabah. (Shaleh dan Muhibb, 2004 dalam Rohmah 2015)	1. Keinginan untuk menambah jumlah tabungan 2. Besarnya tambahan uang tabungan 3. Kenaikan tabungan jika dibandingkan dengan bulan sebelumnya 4. Peningkatan tabungan setelah menerima bagi hasil 5. Keinginan untuk mengurangi tabungan 6. Besarnya penarikan uang tabungan	Skala Ordinal

Sumber: Data dioah, 2017

3.6. Metode Analisis Data

3.6.1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2012:147). Analisis deskriptif bersifat penjelasan statistik dengan memberikan gambaran data tentang jumlah data, minimum, maksimum, mean, dan standar deviasi (Prayitno, 2010:12). Analisis deskriptif data penelitian dapat digunakan untuk memperkaya pembahasan, melalui analisis ini dapat diketahui bagaimana tanggapan responden terhadap setiap indikator variabel yang sedang diteliti. Agar lebih mudah menginterpretasikan variabel yang sedang diteliti, maka dilakukan kategorisasi terhadap skor tanggapan. Prinsip kategorisasi jumlah skor tanggapan responden diadopsi teori Sugiyono (2013), yaitu berdasarkan rentang skor maksimum dan skor minimum, kemudian dibagi jumlah kategori yang diinginkan dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Rentang Skor Kategori} = \frac{\text{Skor Maksimum} - \text{Skor Minimum}}{5}$$

Keterangan:

$$\begin{aligned} \text{Skor maksimum} &= 5 \\ \text{Skor minimum} &= 1 \end{aligned}$$

3.6.2. Uji Kualitas Data

Mengingat pengumpulan data yang dilakukan dengan kuesioner, maka kualitas dan kesanggupan responden dalam menjawab pertanyaan merupakan hal yang sangat penting dalam penelitian ini. Apabila alat yang dilakukan dalam proses pengumpulan data tidak valid, maka hasil penelitian yang diperoleh tidak mampu menggambarkan keadaan yang sebenarnya. Oleh karena itu dalam penelitian ini akan dimulai dengan pengujian validitas dan reliabilitas terhadap daftar pertanyaan yang digunakan dalam kuesioner.

a. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kehandalan dan kesahihan suatu instrumen. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur (Sugiyono, 2012:90). Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis yang menghitung koefisien antara skor item dengan skortotalnya, dengan menggunakan prosedur statistik *person's product moment correlation*. Biasanya syarat minimum yang dapat memenuhi syarat jika $r < 0,3$. Sehingga apabila ada korelasi dengan skor total kurang dari 0,3 maka butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid (Sugiono, 2012:92).

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan terhadap pertanyaan-pertanyaan yang sudah valid untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten. Kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan yang ada dalam kuesioner tersebut adalah konsisten dari waktu ke waktu. Pengujian ini dilakukan untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten. Suatu pertanyaan atau pernyataan yang baik adalah pernyataan yang jelas mudah dipahami dan memiliki interpretasi yang sama meskipun disampaikan kepada responden yang berbeda dan waktu yang berlainan. Uji reliabilitas menggunakan *cronbach's alpha*. Suatu instrumen dikatakan reliabel, bila koefisien reliabilitas minimal 0,6 (Sugiyono, 2012:93).

3.6.3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang dilakukan sebanyak tiga macam uji asumsi klasik yaitu uji normalitas data, multikolinearitas dan heterokedastisitas. Ini dikarenakan pengambilan data pada penelitian ini menggunakan data kuesioner murni.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti yang diketahui bahwa uji

t dan uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Uji ini perlu dilakukan karena semua perhitungan statistik parametrik memiliki asumsi normalitas sebaran. Disini untuk mendeteksi normalitas data digunakan pendekatan *Normal P-P Plots*.

Latan, (2013: 42) “Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel independen, variabel dependen atau keduanya mempunyai distribusi normal ataukah mutlak regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Mendeteksi normalitas dengan melihat penyebaran data titik pada sumbu diagonal dari grafik Dasar pengambilan keputusan antara lain:

1. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas;
 2. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas
- b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar scatterplott model tersebut (Latan, 2013:66). Dasar pengambilan keputusan antara lain :

- 1) Jika ada pola tertentu. Seperti titik-titik (*point-point*) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.6.4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi Linear Berganda merupakan salah satu analisis yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh suatu variabel terhadap variabel lain. Dalam analisis regresi variabel yang mempengaruhi disebut *independen variable* (variabel bebas) dan variabel yang dipengaruhi disebut *dependent variable* (variabel terikat). Jika dalam persamaan regresi hanya terdapat salah satu variabel bebas dan satu variabel terikat, maka disebut sebagai regresi sederhana, sedangkan jika variabel bebasnya lebih dari satu, maka disebut sebagai persamaan regresi linear berganda (Prayitno, 2010:61).

Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, tingkat kepercayaan, bagi hasil, kesesuaian hukum *syariah*, dan reputasi bank terhadap nasabah menambah tabungan *mudharabah* di BNI Syariah Cabang Jember, digunakan analisis regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + \beta_5X_5 + e$$

Keterangan :

α	=	bilangan konstanta
$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5, \beta_6, \beta_7$	=	Koefisien regresi
X_1	=	Kualitas pelayanan
X_2	=	Tingkat kepercayaan
X_3	=	Bagi hasil
X_4	=	Kesesuaian hukum <i>syariah</i>
X_5	=	Reputasi bank
Y	=	tabungan <i>mudharabah</i>
e	=	faktor gangguan

3.6.5. Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui signifikansi dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat yang terdapat dalam model. Uji Hipotesis yang dilakukan adalah :

a. Uji F

Uji F adalah uji kelayakan model yang harus dilakukan dalam analisis regresi linier. Jika uji F tidak signifikan maka tidak disarankan untuk melakukan uji t atau uji parsial. Uji dilakukan dengan menggunakan tabel Anova yang bertujuan menguji kelayakan model regresi yang digunakan. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikan 0,05. Ketentuan yang digunakan adalah (berdasarkan probabilitas) :

- 1) Jika probabilitas $> 0,05$ maka H_0 tidak berhasil ditolak yang berarti bahwa model regresi tidak dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen
- 2) Jika probabilitas $< 0,05$ maka H_0 berhasil ditolak yang berarti bahwa model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen

Atau dapat menggunakan perbandingan antara F hitung dan F tabel dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut :

- 1) $F_{hitung} > F_{tabel}$: maka H_a diterima dan H_0 ditolak yang berarti bahwa model regresi layak digunakan dalam penelitian
- 2) $F_{hitung} < F_{tabel}$: maka H_a ditolak dan H_0 diterima berarti bahwa model regresi tidak layak untuk digunakan dalam penelitian (Ghozali, 2011:84)

b. Uji R^2 (Koefisien Determinasi)

Koefisien determinasi adalah data untuk mengetahui seberapa besar prosentase pengaruh langsung variabel bebas yang semakin dekat hubungannya dengan variabel terikat atau dapat dikatakan bahwa penggunaan model tersebut bisa dibenarkan. Dari koefisien determinasi (R^2) dapat diperoleh suatu nilai untuk mengukur besarnya sumbangan dari beberapa variabel X terhadap variasi naik turunnya variabel Y (Prayitno, 2010:66).

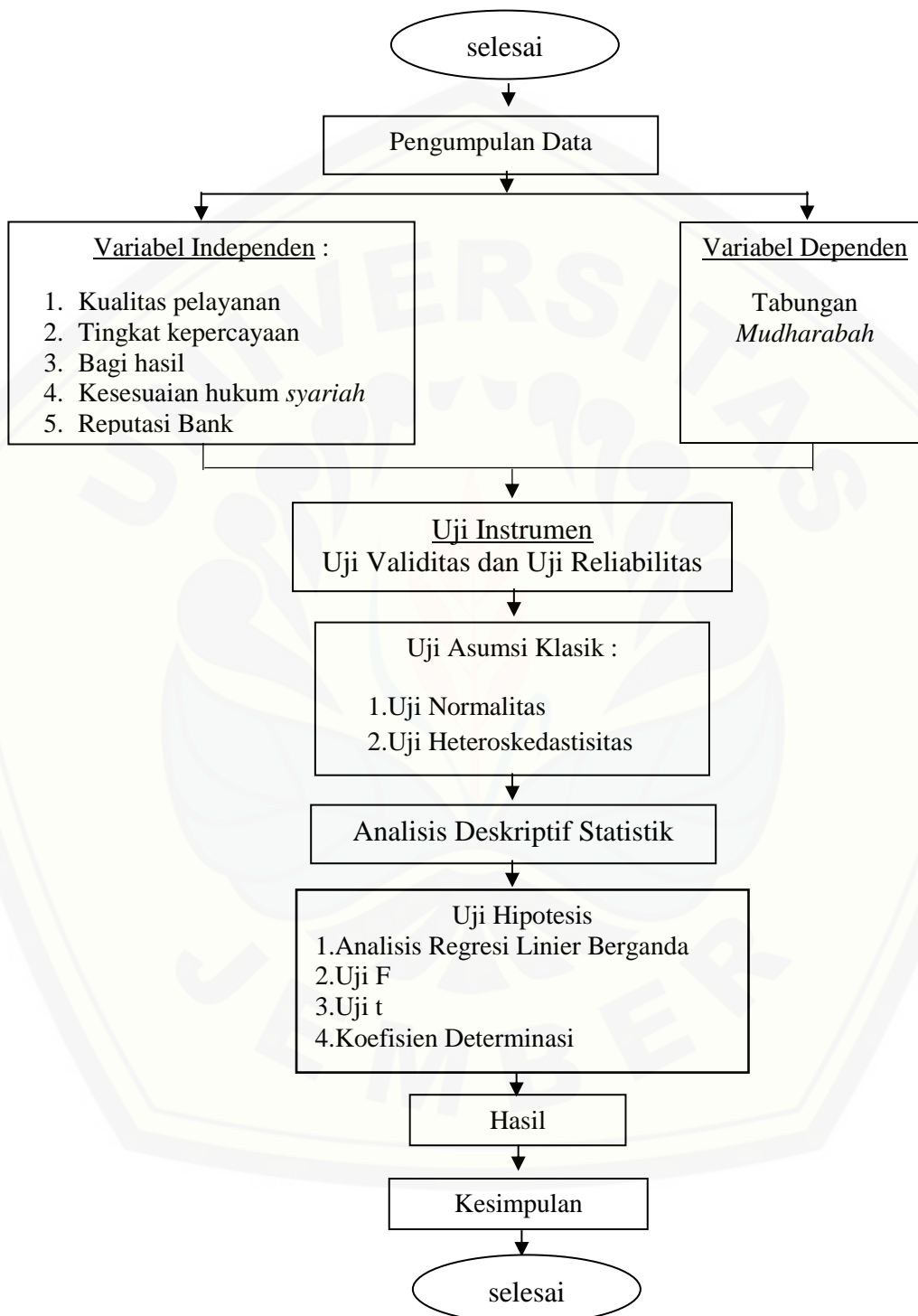
c. Uji t

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Adapun prosedur pengujiannya adalah setelah

melakukan perhitungan terhadap t hitung, kemudian membandingkan nilai t hitung dengan t tabel. Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

- a. Apabila t hitung $>$ t tabel dan tingkat signifikansi (α) $<$ 0,05 maka H_0 yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen ditolak. Ini berarti secara parsial variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Apabila t hitung $<$ t tabel dan tingkat signifikansi (α) $>$ 0,05, maka H_0 diterima, yang berarti secara parsial variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Ghozali, 2011:84).

3.7. Kerangka Pemecahan Masalah



Gambar 3.1 Kerangka Pemecahan Masalah

BAB 5. KESIMPULAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut ;

1. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap tabungan *mudharabah* di BNI Syariah Cabang Jember.
2. Tingkat kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap tabungan *mudharabah* di BNI Syariah Cabang Jember.
3. Bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap tabungan *mudharabah* di BNI Syariah Cabang Jember.
4. Kesesuaian hukum *syariah* berpengaruh signifikan terhadap tabungan *mudharabah* di BNI Syariah Cabang Jember;
5. Reputasi bank berpengaruh signifikan terhadap tabungan *mudharabah* di BNI Syariah Cabang Jember.

5.2. Keterbatasan

Penelitian Penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan, yang meliputi :

1. Penelitian ini dilakukan pada satu bank *syariah* saja sehingga tidak dapat membandingkan hasil penelitian yang telah diperoleh.
2. Penelitian hanya terpusat pada produk pendanaan bank *syariah* yang berupa tabungan *mudharabah* saja.
3. Adanya lima pilihan jawaban kuesioner membuat para responden cenderung menjawab netral ketika mereka merasa tidak setuju dengan pernyataan yang ada, sehingga jawaban yang diperoleh cenderung kurang akurat.

5.3. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan diatas, maka diajukan beberapa saran yang bertujuan untuk kebaikan dan kemajuan BNI *Syariah* Cabang Jember, sebagai berikut ;

1. Pihak BNI *Syariah* Cabang Jember diharapkan lebih meningkatkan kualitas pelayanan, agar nasabah semakin nyaman dalam bertransaksi;
2. Pihak BNI *Syariah* Cabang Jember diharapkan dapat lebih membentuk kepercayaan nasabahnya, diharapkan nasabah akan tetap terjaga dan nasabah akan lebih meyakini layanan yang disediakan oleh bank;
3. Pihak BNI *Syariah* Cabang Jember diharapkan dapat lebih memberikan persentase penawaran yang lebih besar dalam bagi hasil, agar keuntungan yang ada akan merangsang nasabahnya untuk tetap menabung;
4. Pihak BNI *Syariah* Cabang Jember diharapkan lebih membentuk reputasi sebagai bank *syariah* pada nasabahnya dan non nasabah, agar nasabahnya kan tetap menggunakan dan meningkatkan jumlah tabungan dan juga untuk non nasabah diharapkan agar tertarik bergabung menjadi nasabah;
5. Diharapkan penelitian selanjutnya menambah variabel, agar mengetahui apa saja yang memengaruhi tabungan *mudharabah*;
6. Diharapkan penelitian selanjutnya tidak hanya menggunakan satu bank *syariah*;

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, Inayatul. 2016. Pengaruh Imbalan Bagi Hasil dan Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Mudharabah Pada Bank Mandiri Cabang Jember. *Skripsi*. Jember: Fakultas Ekonomi Universitas Muhamadiyah Jember.
<http://digilib.unmuhjember.ac.id/gdl.php?mod=browse&op=read&id=umj-1x-inayatulai-3700>. (Diakses pada tanggal 20 Maret 2017)
- Akbar , Mirsad R. 2013. Antara Tabungan Wadiah Dan Tabungan Mudharabah. (Online).
<http://mirsadakbar.blogspot.com/2013/09/antara-tabungan-wadiah-dan-tabungan.html> (Diakses tanggal 28 Maret 2017)
- Anshori, Abdul Ghofur. 2007. *Perbankan Syariah di Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. 2001. *Bank Syariah dan Praktek*. Jakarta :Gema Insani.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. 2011. *Bank Syariah: dari Teori ke Praktik*. Cetakan XVII. Jakarta: Gema Insani.
- Ascarya, dan Diana Yumanita. 2005. *Bank Syariah: Gambaran Umum, Seri Kebanksentralan Nomor 14*. Jakarta: Bank Indonesia Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan.
- Astuti, Tri. 2013. Persepsi Nasabah tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung Nasabah (Studi Kasus BRI Cabang Sleman). *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Aziz, Sisnanto. 2001. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Reputasi (Studi pada Bank Mandiri Purwokerto. *Skripsi*. Universitas Diponegoro.

- Bodnar, George h., dan Hopwood, William. 2000. *Sistem Informasi Akuntansi*. Terjemahan oleh Amir Abadi Yusuf dan Rudi M. Tambunan. Jakarta: Salemba Empat.
- Darmawan, Deni. 2006. *Dasar-dasar Teknologi Informasi dan Komunikasi*. Upi Press, Bandung.
- Daulay, Raihanah. 2006. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil terhadap Keputusan Menabung Nasabah pada Bank Mandiri Syariah di Kota Medan. *Jurnal Manajemen & Bisnis Vol 10 No. 1*
- Fajriyah, Neneng. 2013. Pengaruh Promosi, Reputasi, dan Lokasi Strategis Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji Bank Mandiri KCP Tangerang Bintaro Sektor III. *Skripsi*. Jakarta: Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
<http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/23879/1/Neneng%20Fajriyah%20NIM%20%20108081000058.pdf> (Diakses pada tanggal 17 Februari 2017)
- Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 69/DSN-MUI/VI/2008. *Surat Berharga Syariah Negara*. 26 Juni 2008. Jakarta: Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia
<http://www.dsnmui.or.id/index.php?mact=News,cntnt01,detail,0&cntnt01articleid=71&cntnt01origid=59&cntnt01detailtemplate=Fatwa&cntnt01returnid=61>.
(Diakses pada tanggal 3 Maret 2017)
- Ferrinadewi, Erna, 2005. Atribut Produk yang Dipertimbangkan dalam Pembelian Kosmetik dan Pengaruhnya pada Kepuasan Konsumen di Surabaya. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol. 7. No. 2 pp. 139-151*.
- Fitriawati, Eka. 2001. Analisis Pengaruh Pelayanan Prima terhadap Reputasi Perusahaan. *Skripsi*. Semarang: Universitas Diponegoro.

- Fitrijanti, Tettet dan Jogiyanto Hartono M. 2005. Kesempatan Investasi: Konstruksi Proksi dan Analisis Hubungannya dengan Kebijakan Pendanaan dan Dividen. *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia Vol. 5. No. 1 Januari 2005, hal 35-63.*
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Progeam IBM*. Edisi kelima. Semarang: universitas Diponegoro.
- Haryani, Dina. 2010. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung pada PT Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Medan. *Skripsi*. Universitas Sumatera Utara.
<http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/22543/Cover.pdf?sequence=7>. (Diakses pada tanggal 22 Maret 2017)
- Indriantoro, N. Dan Supomo, B, 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi & Manajemen*. Edisi Pertama. Cetakan Keenam. Yogyakarta:BPFE-Yogyakarta.
- Indriyo, Gitosudarman. 2000. *Manajemen Pemasaran edisi pertama*. Yogyakarta: BPFE
- Ishak, Asmai., Zhafiri Luthfi. 2011. Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas: Studi Tentang Peran Mediasi Switching Costs. *Jurnal Siasat Bisnis vol. 15, No. 1, Januari 2011 : 56- 66.*
- Kadir, Abdul. 2001. *Dasar Pemograman Web Dinamis Menggunakan PHP*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Kadir, Abdul. 2002. *Pengenalan Sistem Informasi*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Kasmir. 2012. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Karim , Andiwarman. 2005. *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuanagan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

- Kusrini, Andri Koniyo. 2007. *Tuntunan Praktis Membangun Sistem Informasi Akuntansi Dengan Visual Basic dan Microsoft SQL Server*. Yogyakarta: Andi.
- Kotler, Philip. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 11. Jakarta: Indeks kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Latan, Hengky. 2013. *Model Persamaan Struktural: Teori dan Implementasi Amos*. Bandung: Alfabeta.
- Lovenia, Christiana Okky Augusta, Sutopo. 2012. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada Nasabah Bank Jateng Cabang Utama). *Thesis*. Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis Unoversitas Diponegoro
<http://eprints.undip.ac.id/35662/>. (Diakses 27 Februari 2017)
- Nurhayati Sri. 2009. *Akuntansi Syariah di Indonesia*. Jakarta: Salempa Empat.
- Otoritas Jasa Keuangan. 2016. Statistik Perbankan Syariah. (Online)
<http://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Pages/Statistik-Perbankan-Syariah---Desember-2016.aspx>. (Diakses pada tanggal 21 September 2016)
- Perangin angin, Loina (2001). *Hubungan Masyarakat : Membina Hubungan Baik Dengan Publik*. Bandung : CV. Lalolo.
- Pratama, Indra Rizki. 2015. Pengaruh Budaya dan Persepsi Masyarakat Terhadap keputusan nasabah pada BMT Dinar Amatu Tulungagung. *Skripsi*, Jurusan Perbankan Syariah.
repo.iain-tulungagung.ac.id/1647/1/A.docx. (Diakses pada tanggal 3 November 2016)

- Priyatno, Duwi. 2010. *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Mediakom.
- Presiden Republik Indonesia. 2008. *Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah*. Jakarta: Tidak Diterbitkan.
- Pursetyaningsih. Pengaruh Harga, Reputasi, Kualitas Jasa, Promosi, Keterpaksaan Berpindah, dan Rekomendasi pada Perilaku Nasabah Berpindah Bank. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*. Tahun 1 No 3.
- Rohmah, Ika R.Q dan A. Roziq. Variable Penentu dan Ekskalasi Jumlah Tabungan Mudharabah di BRI Syariah Cabang Jember. *Jurnal Ilmiah Vol 10 No.1*.
- Setyaningsih, Dwi Nur dan D. Koeshartono. Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen dengan *Switching Cost* Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ekonomi Vol 15 No. 3*.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Cetakan ke-17. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Cetakan ke-17. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy & Gregorius Chandra. (2005). *Service, Quality, & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Triani, Apriliani dan Nikmah, 2006. "Reputasi Panjamin Emisi, Reputasi Auditor, Persentase Penjamin Emisi, Ukuran Perusahaan, dan Fenomena Underpricing: Studi Empiris Pada Bursa Efek Jakarta". *Jurnal Simposium Nasional Akuntansi 9*.
- Wirnyaningsih. 2005. *Bank dan asuransi Islam di Indonesia*. Jakarta: Prenada Media .
- Wiroso. (2013). *Prinsip Dasar Perbankan Syariah*. Jakarta: IAI.

Yahya, Subchan. 2010. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah untuk Menggunakan Jasa Bank Syariah (Studi Kasus PT. Bank Mandiri Tbk. Cabang Pembantu Lebak). *Skripsi*. Jakarta: Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.

<http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/955/1/97383->

[SUBCHAN%20YAHYA-FEB.PDF](#). (Diakses pada tanggal 10 Januari 2017)

Yogiarto, Atanasius Hardian Permana. 2015. Pengaruh Bagi Hasil, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah (Studi Kasus pada Nasabah Bank Muamalat Pekalongan). *Skripsi*. Yogyakarta Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.

<http://eprints.uny.ac.id/26852/1/18.%20SKRIPSI%20PENUH.pdf>. (Diakses pada

tanggal 19 Februari 2017)

Yulianti, Devi., A. Mayes, dan S. Basri. 2104. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Simpanan *Mudharabah* Pada BMS Cabang Pekanbaru. *JOM FEKON 1(2): 13-14*.

LAMPIRAN 1. KUESIONER PENELITIAN

Perihal : Perihal Pengisian Kuesioner

Lampiran : Satu berkas

Kepada Yth.

Bapak / Ibu / Sdr/i Nasabah

BNI Cabang Jember

Di Tempat

Bapak/Ibu/Saudara/I dalam rangka menyelaesaikan karya ilmiah (skripsi) pada program studi Akuntansi di Universitas Jember maka saya.

Nama : Amelia Rizkiyanti Rukmana

NIM : 120810301163

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Profesi, Tingkat Kepercayaan, Bagi Hasil, Kesesuaian Hukum *Syariah*, Reputasi Bank, dan Perolehan Informasi terhadap Tabungan *Mudharabah* di BNI Cabang Jember

Untuk membantu kelancaran penelitian ini, Saya mohon dengan hormat kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini. Peran serta Bapak/Ibu/Saudara/i akan sangat bermanfaat bagi keberhasilan penelitian yang dilaksanakan.

Atas ketersediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk menjawab Pernyataan pada kuesioner ini, kami ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Amelia Rizkiyanti Rukmana

NIM : 120810301163

Kuesioner

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Profesi, Tingkat Kepercayaan, Bagi Hasil, Kesesuaian Hukum Syariah, Reputasi Bank, dan Perolehan Informasi terhadap Tabungan *Mudharabah* di BNI Cabang Jember

IDENTITAS PRIBADI

Mohon dengan hormat kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/i untuk menjawab Pernyataan di bawah ini:

1. Nama Responden :
2. Usia :
 17-27 tahun 28-38 tahun >38 tahun
3. Jenis Kelamin :
 Laki – laki Perempuan
4. Kepercayaan :
 Muslim Non - Muslim
5. Pendidikan Terakhir :
 SMA Diploma Sarjana
6. Pekerjaan/Profesi :
 PNS Wiraswasta Lainnya
 Swasta Mahasiswa
7. Periode Kepemilikan Tabungan *Mudharabah*
 3 – 7 bulan 8 – 12 bulan > 1 tahun

Pernyataan-pernyataan berikut digunakan untuk menjelaskan variabel-variabel bebas dalam penelitian yang meliputi variabel kualitas pelayanan, promosi, tingkat kepercayaan, baginhasil, kesesuaian hukum *syariah*, reputasi bank, dan perolehan informasi. Mohon Bapak/Ibu/Saudara/i memberikan tanda (V) pada kolom yang sudah tersedia sesuai dengan keadaan sebenarnya. Alternatif jawaban yang digunakan adalah sebagai berikut:

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

A. Variabel Kualitas Pelayanan (Parasuraman 1990 dalam Yogiarto, 2015)

No	Daftar Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1	BNI Cabang Jember memberikan fasilitas penunjang yang dimiliki bank cukup lengkap dengan bank syariah lain					
2	Petugas BNI Cabang Jember selalu berpenampilan rapi dan bersih					
3	Kebersihan dan kenyamanan BNI Cabang Jember selalu terjaga					
4	Petugas BNI Cabang Jember memberi pelayanan yang sama dan adil pada setiap nasabah					
5	Petugas BNI Cabang Jember bersedia membantu ketika mengalami kendala					
6	Petugas BNI Cabang Jember memproses dengan cepat atas transaksi yang nasabah lakukan					
7	Ketika ada kesalahan dan kekeliruan yang terjadi petugas BNI Cabang Jember akan menindaklanjuti dengan segera					

No	Daftar Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
8	Dalam proses transaksi yang sedang dilakuakn dengan nasabah, petugas BNI Cabang Jember selalu berkomunikasi dengan baik					
9	Nasabah percaya bahwa petugas BNI Cabang Jember mempunyai komitmen dalam bidang keuangan					
10	Petugas BNI Cabang Jember selalu memberikan informasi terbaru tentang produk dan pelayanan bank					
11	Petugas BNI Cabang Jember melayani dengan sopan dan ramah dibandingkan bank syariaah lain					
12	Nasabah merasa nyaman dan aman dalam bertransaksi di BNI Cabang Jember dibandingkan bank syariaah lain					
13	Petugas BNI Cabang Jember memahami akan kebutuhan pelanggan secara spesifik					

B. Variabel Tingkat Kepercayaan (Bhattachjee, 2002 dalam Rohmah 2015)

No	Daftar Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
14	BNI Cabang Jember menawarkan produk layanan yang lebih berkualitas dan menguntungkan di banding bank syariaah yang lain					
15	BNI Cabang Jember merupakan bank syariaah yang lama beroperasi sehingga berpengalaman dalam melayani nasabahnya di bankding bank syariaah yang lain					
16	Sistem pengamanan di BNI Cabang Jember sangat terjamin sehingga nasabah merasa aman dalam melakukan segala bentuk transaksi termasuk menyimpan dana					
17	BNI Cabang Jember memiliki eksistensi usaha yang baik di mata					

No	Daftar Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
	nasabah dan masyarakat jika dibandingkan bank syariah lain					
18	Pelayanan yang diberikan oleh karyawan BNI Cabang Jember terhadap nasabah cukup baik jika dibandingkan dengan bank syariah yang lain					
19	Bank Muamalat KC Jember memiliki kemampuan yang baik dalam menghasilkan keuntungan usaha yang dibuktikan dengan diterimanya bagi hasil oleh nasabah					
20	Karyawan BNI Cabang Jember memberikan pelayanan yang baik jika dibandingkan dengan bank syariah yang lain sehingga nasabah merasa puas					
21	Kebutuhan nasabah dalam menjalankan proses transaksi di BNI Cabang Jember selalu terpenuhi, misalnya kebutuhan akan informasi bagi hasil					
22	Pihak BNI Cabang Jember <i>customer service</i> senantiasa menyampaikan informasi penting kepada nasabah seperti informasi perubahan persentase bagi hasil yang akan diterima					
23	BNI Cabang Jember adalah bank syariah yang berkualitas, dikarenakan memiliki tingkat kejujuran yang tinggi dalam menjalankan berbagai transaksi jika dibandingkan dengan bank syariah lain					

C. Variabel Bagi Hasil (Mustaqim, 2006 dalam Rohmah 2015)

No	Daftar Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
24	Persentase bagi hasil (kesepakatan) bagi hasil tabungan <i>mudharabah</i> yang ditawarkan oleh BNI Cabang Jember					

No	Daftar Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
	cukup besar jika dibandingkan dengan bank syariah yang lain					
25	Bagi hasil yang telah diterima oleh nasabah BNI Cabang Jember setiap bulannya telah sesuai dengan persentase nisbah (kesepakatan) bagi hasil di awal akad					
26	Bagi hasil yang diterima nasabah akan berfluktuasi (berubah) setiap bulan sesuai dengan keuntungan yang diperoleh BNI Cabang Jember atas pengelolaan dana tabungan <i>mudharabah</i>					
27	Bagi hasil yang diterima oleh nasabah BNI Cabang Jember akan berfluktuasi (berubah) setiap bulannya sesuai saldo tabungan <i>mudharabah</i> nasabah					

D. Variabel Kesesuaian Hukum Variabel Kesesuaian Hukum Syariah (Rahmawaty, 2008 dalam Rohmah, 2015)

No	Daftar Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
28	Bagi hasil yang diperoleh nasabah merupakan bagian dari hasil usaha yang diterima BNI Cabang Jember atas transaksi pengelolaan dana tabungan <i>mudharabah</i> nasabah melalui berbagai kegiatan pembiayaan misalnya di bidang perumahan dan pertanian					
29	Tabungan <i>mudharabah</i> adalah salah satu produk BNI Cabang Jember yang bersifat jelas baik dari segi wujud, kualitas, manfaat, serta proses transaksinya dibandingkan produk tabungan <i>mudharabah</i> bank syariah yang lain					
30	Bagi hasil yang diterima nasabah BNI Cabang Jember benar-benar diperoleh dari transaksi yang benar menurut hukum syariah dan tidak dilarang oleh agama seperti investasi pada					

No	Daftar Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
	perusahaan minuman keras ataupun pendanaan aktivitas perjudian					
31	Nasabah memilih produk tabungan <i>mudharabah</i> BNI Cabang Jember dikarenakan adanya dorongan dalam untuk menghindari sistem bunga pada bank konvensional yang diidentikkan dengan riba dan menggantinya dengan sistem bagi hasil					
32	Adanya sistem bagi hasil produk tabungan <i>mudharabah</i> adalah salah satu wujud dari penerapan Fatwa DSN No 69/DSN-MUI/VI/2008 tentang pelanggaran riba oleh BNI Cabang Jember					
33	BNI Cabang Jember membagikan hasil usaha pengelolaan dana tabungan <i>mudharabah</i> kepada nasabah secara adil, yakni sesuai dengan persentase bagi hasil yang telah disepakati di awal akad sehingga nasabah tidak terzalimi					

E. Variabel Reputasi Bank (Putranti, 2005 dalam Rohmah, 2015)

No	Daftar Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
34	Nasabah senantiasa memperoleh layanan tepat sasaran dalam menjalankan berbagai transaksi termasuk transaksi tabungan <i>mudharabah</i> , dikarenakan karyawan BNI Cabang Jember bekerja sesuai tugasnya sehingga mereka tidak melakukan kesalahan dalam melayani nasabah					
35	BNI Cabang Jember memiliki berbagai jenis produk yang inovatif kepada nasabah, sehingga BNI Cabang Jember memiliki peluang yang besar untuk terus berkembang di masa yang akan datang					

No	Daftar Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
36	BNI Cabang Jember menawarkan produk-produk layanan yang lebih menguntungkan bagi nasabah jika dibandingkan dengan produk bank <i>syariah</i> yang lain, termasuk pada produk tabungan <i>mudharabahnya</i>					
37	BNI Cabang Jember menyediakan berbagai produk pelayanan yang lebih lengkap jika dibandingkan dengan bank <i>syariah</i> yang lain, mulai dari prosuk pendanaan, produk pembiayaan, serta produk jasa lainnya					
38	Nasabah merasa nyaman dalam menjalankan berbagai transaksi termasuk transaksi tabungan <i>mudharabah</i> , dikarenakan BNI Cabang Jember memiliki lingkungan kerja yang kondusif					
39	BNI Cabang Jember bersifat adil dalam membagikan hasil usaha kepada nasabah, serta melaksanakan beberapa program sosial seperti pembayaran zakat kepada Badan Amil Zakat Daerah (BAZDA) dan memberikan berbagai bantuan sosial kepada masyarakat sekitarnya seperti pengobatan gratis dan pembagian sembako					
40	Nasabah merasa tertarik untuk terus menjalin kerja sama dengan BNI Cabang Jember dikarenakan dalam melayani nasabahnya para karyawan bersikap ramah, sehingga kualitas hubungan antara karyawan dan nasabah akan terjaga dengan baik					
41	Karyawan BNI Cabang Jember akan senantiasa memberi salam sebelum membantu nasabah dalam menjalankan berbagai transaksi, selain itu logo BNI Cabang Jember sangat menarik jika					

No	Daftar Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
	dibandingkan dengan bank <i>syariah</i> yang lain					
42	BNI Cabang Jember memiliki kemampuan yang baik dalam mengelola dan mengendalikan dana pihak ketiga tabungan <i>mudharabah</i> yang dimilikinya, sehingga mampu mendapatkan laba atas kegiatan pengelolaan dana tersebut yang dibuktikan dengan diterimanya bagi hasil oleh nasabah					

F. Variabel Tabungan *Mudharabah* (Shaleh dan Muhib, 2004 diadopsi oleh Rohmah 2015)

Pernyataan berikut dapat digunakan untuk menjelaskan mengenai variabel jumlah tabungan *mudharabah*. Mohon Bapak/Ibu/Saudara/i meberikan tanda (V) pada kolom yang sudah tersedia sesuai dengan keadaan sebenarnya. Dengan alternatif jawaban sebagai berikut:

- 1 = Sangat kecil (SK)
- 2 = Kecil (K)
- 3 = Tetap (T)
- 4 = Besar (B)
- 5 = Sangar Besar (SB)

No	Daftar Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SK	K	T	B	SB
43	Seberapa besar saudara selaku nasabah untuk menambah uang tabungan <i>mudharabah</i> di BNI Cabang Jember setiap bulannya					
44	Seberapa besar saudara melakukan kegiatan penambahan uang taungan <i>mudharabah</i> di BNI Cabang Jember setiap bulannya					
45	Sebagai nasabah seberapa besar kenaikan jumlah tabungan					

	<i>mudharabah</i> saudara di BNI Cabang Jember bulan ini jika dibandingkan dengan bulan sebelumnya					
46	Sebagai nasabah di BNI Cabang Jember seberapa besar peningkatan jumlah tabungan <i>mudharabah</i> saudara setelah menerima bagi hasil yang diberikan oleh pihak perbankan					

Pernyataan berikut dapat digunakan untuk menjelaskan mengenai variabel jumlah tabungan *mudharabah*. Mohon Bapak/Ibu/Saudara/i memberikan tanda (V) pada kolom yang sudah tersedia sesuai dengan keadaan sebenarnya. Dengan alternatif jawaban sebagai berikut:

- 5 = Sangat kecil (SK)
- 4 = Kecil (K)
- 3 = Tetap (T)
- 2 = Besar (B)
- 1 = Sangat Besar (SB)

No	Daftar Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SB	B	T	K	SK
47	Seberapa besar keinginan saudara selaku nasabah untuk mengurangi uang tabungan <i>mudharabah</i> anda di BNI Cabang Jember setiap bulannya					
48	Seberapa besar saudara melakukan kegiatan penarikan uang tabungan <i>mudharabah</i> anda di BNI Cabang Jember					

LAMPIRAN 2. REKAPITULASI JAWABAN RESPONDEN

No.	Kualitas Pelayanan (X1)												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5
2	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4
3	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5
4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5
5	3	3	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	3
6	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5
7	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5
8	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5
9	3	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5
10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
11	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5
12	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5
13	5	5	4	4	5	4	5	3	4	5	5	4	4
14	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
15	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5
16	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
17	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5
18	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4
19	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
23	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5
24	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5
25	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5
26	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5
27	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4
28	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5
29	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5
30	3	3	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	3
31	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5
32	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5
33	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5
34	3	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5
35	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
36	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5
37	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5
38	5	5	4	4	5	4	5	3	4	5	5	4	4
39	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
40	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5
41	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4

42	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5
43	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4
44	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
48	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5
49	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5
50	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5
51	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5
52	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4
53	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5
54	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5
55	3	3	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	3
56	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5
57	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5
58	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5
59	3	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5
60	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
61	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5
62	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5
63	5	5	4	4	5	4	5	3	4	5	5	4	4
64	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
65	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5
66	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
67	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5
68	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4
69	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
71	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
73	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5
74	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5
75	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5
76	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
78	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5
79	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5
80	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5

No.	Tingkat Kepercayaan (X2)										Bagi Hasil (X4)				Kesesuaian Hukum Syariah (X5)	
	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29
1	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4
3	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4
4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	3	4
6	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4
7	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	1
8	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4
9	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	1	1	1	1	4	4
10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
11	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	1	1	1	1	5	4
12	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4
13	5	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4
14	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4
15	3	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4
16	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4
17	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4
18	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4
19	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4
20	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5
22	4	4	4	5	3	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4
23	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4
24	4	4	5	5	4	4	4	3	5	4	5	5	5	4	4	5
25	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4

26	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4
28	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4
29	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	3	4
31	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4
32	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5
33	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4
34	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	3	4	4
35	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4
36	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4
37	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4
38	5	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4
39	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4
40	3	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4
41	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4
42	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4
43	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4
44	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4
45	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5
47	4	4	4	5	3	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4
48	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4
49	4	4	5	5	4	4	4	3	5	4	5	5	5	4	4	5
50	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4
51	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4
53	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4
54	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	3	4

56	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4
57	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5
58	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4
59	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	3	4	4
60	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4
61	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4
62	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4
63	5	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4
64	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4
65	3	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4
66	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4
67	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4
68	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4
69	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4
70	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4
71	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5
72	4	4	4	5	3	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4
73	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4
74	4	4	5	5	4	4	4	3	5	4	5	5	5	4	4	5
75	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4
76	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5
77	4	4	4	5	3	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4
78	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4
79	4	4	5	5	4	4	4	3	5	4	5	5	5	4	4	5
80	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4

No.	Kesesuaian Hukum Syariah (X4)				Reputasi (X5)									
	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	
1	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	
2	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	
3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	
4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	
5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	3	3	4	4	
6	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	
7	4	1	1	1	5	4	5	5	5	5	5	5	5	
8	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	
9	1	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	
10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
11	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	
12	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	
13	4	5	4	5	3	4	5	5	4	4	4	3	4	
14	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	
15	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	
16	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	
17	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	
18	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	
19	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	
20	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	
23	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	
24	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	
25	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	
26	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	
27	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	
28	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	
29	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	
30	4	4	5	5	5	5	4	5	4	3	3	4	4	
31	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	
32	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	
33	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	
34	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	
35	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
36	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	
37	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	
38	4	5	4	5	3	4	5	5	4	4	4	3	4	
39	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	
40	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	

41	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
42	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4
43	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4
44	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4
45	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
48	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4
49	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4
50	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4
51	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5
52	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4
53	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5
54	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4
55	4	4	5	5	5	5	4	5	4	3	3	4	4
56	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4
57	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
58	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5
59	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4
60	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
61	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4
62	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5
63	4	5	4	5	3	4	5	5	4	4	4	3	4
64	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
65	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
66	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
67	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4
68	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4
69	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4
70	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5
71	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
73	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4
74	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4
75	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4
76	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
78	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4
79	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4
80	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4

No.	Tabungan Mudharabah (Y)					
	43	44	45	46	47	48
1	4	4	4	4	4	4
2	4	4	4	4	4	4
3	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4
6	4	5	4	4	5	5
7	4	4	4	5	4	4
8	4	4	5	4	5	5
9	4	4	4	1	1	1
10	1	1	1	1	1	1
11	5	5	5	4	5	5
12	4	4	4	4	4	4
13	5	4	4	4	3	3
14	4	5	5	5	4	4
15	3	4	4	4	4	4
16	4	4	4	5	4	4
17	4	4	4	5	4	4
18	4	4	4	5	4	4
19	4	4	5	4	5	5
20	4	4	5	4	4	4
21	5	5	5	5	5	5
22	4	4	4	5	3	3
23	5	4	4	4	4	4
24	4	4	5	5	4	4
25	5	4	5	4	4	4
26	4	4	4	4	4	4
27	4	4	4	4	4	4
28	5	5	5	5	5	5
29	5	5	5	4	4	4
30	4	4	4	4	4	4
31	4	5	4	4	5	5
32	4	4	4	5	4	4
33	4	4	5	4	5	5
34	4	4	4	5	5	5
35	4	4	4	5	4	4
36	5	5	5	4	5	5
37	4	4	4	4	4	4
38	5	4	4	4	3	3
39	4	5	5	5	4	4
40	3	4	4	4	4	4
41	4	4	4	5	4	4
42	4	4	4	5	4	4
43	4	4	4	5	4	4

44	4	4	5	4	5	5
45	4	4	5	4	4	4
46	5	5	5	5	5	5
47	4	4	4	5	3	3
48	5	4	4	4	4	4
49	4	4	5	5	4	4
50	5	4	5	4	4	4
51	4	4	4	4	4	4
52	4	4	4	4	4	4
53	5	5	5	5	5	5
54	5	5	5	4	4	4
55	4	4	4	4	4	4
56	4	5	4	4	5	5
57	4	4	4	5	4	4
58	4	4	5	4	5	5
59	4	4	4	5	5	5
60	4	4	4	5	4	4
61	5	5	5	4	5	5
62	4	4	4	4	4	4
63	5	4	4	4	3	3
64	4	5	5	5	4	4
65	3	4	4	4	4	4
66	4	4	4	5	4	4
67	4	4	4	5	4	4
68	4	4	4	5	4	4
69	4	4	5	4	5	5
70	4	4	5	4	4	4
71	5	5	5	5	5	5
72	4	4	4	5	3	3
73	5	4	4	4	4	4
74	4	4	5	5	4	4
75	5	4	5	4	4	4
76	5	5	5	5	5	5
77	4	4	4	5	3	3
78	5	4	4	4	4	4
79	4	4	5	5	4	4
80	5	4	5	4	4	4

LAMPIRAN 3. ANALISIS STATISTIK DESKRIPTIF

	Descriptive Statistic				
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Pelayanan (X1)	80	13	65	56,488	5,763
Promosi (X2)	80	8	40	36,063	4,201
Tingkat Kepercayaan (X3)	80	10	50	43	4,508
Bagi Hasil (X4)	80	4	20	17,488	2,841
Kesesuaian Hukum Syaria'ah (X5)	80	6	30	25,575	3,181
Reputasi Bank (X6)	80	9	45	39,75	4,092
Perolehan Informasi (X7)	80	5	25	22,463	2,946
Tabungan Mudharaba (Y)	80	6	30	25,35	3,186
Valid N (listwise)	80				

LAMPIRAN 4. HASIL UJI VALIDITAS

Correlations

	item_1	item_2	item_3	item_4	item_5	item_6	item_7	item_8	item_9	item_10	item_11	item_12	item_13	total_X1	
item_1	Pearson Correlation	1	,684**	,298**	,245*	,355**	,403**	,453**	,237*	,146	,556**	,325**	,465**	,481**	,629**
	Sig. (2-tailed)		,000	,007	,028	,001	,000	,000	,035	,197	,000	,003	,000	,000	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
item_2	Pearson Correlation	,684**	1	,355**	,314**	,443**	,429**	,267*	,098	,301**	,629**	,457**	,457**	,399**	,643**
	Sig. (2-tailed)	,000		,001	,005	,000	,000	,017	,388	,007	,000	,000	,000	,000	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
item_3	Pearson Correlation	,298**	,355**	1	,540**	,771**	,673**	,502**	,570**	,529**	,553**	,576**	,675**	,566**	,807**
	Sig. (2-tailed)	,007	,001		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
item_4	Pearson Correlation	,245*	,314**	,540**	1	,532**	,498**	,439**	,447**	,694**	,287**	,222*	,615**	,544**	,677**
	Sig. (2-tailed)	,028	,005	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,010	,048	,000	,000	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80

item_5	Pearson Correlation	,355**	,443**	,771**	,532**	1	,629**	,472**	,403**	,412**	,618**	,466**	,549**	,362**	,748**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,001	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
item_6	Pearson Correlation	,403**	,429**	,673**	,498**	,629**	1	,518**	,614**	,578**	,609**	,453**	,757**	,388**	,808**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
item_7	Pearson Correlation	,453**	,267*	,502**	,439**	,472**	,518**	1	,618**	,530**	,409**	,550**	,668**	,353**	,726**
	Sig. (2-tailed)	,000	,017	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,001	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
item_8	Pearson Correlation	,237*	,098	,570**	,447**	,403**	,614**	,618**	1	,543**	,411**	,434**	,671**	,416**	,685**
	Sig. (2-tailed)	,035	,388	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
item_9	Pearson Correlation	,146	,301**	,529**	,694**	,412**	,578**	,530**	,543**	1	,268*	,305**	,601**	,329**	,658**
	Sig. (2-tailed)	,197	,007	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,016	,006	,000	,003	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80

item_10	Pearson Correlation	,556**	,629**	,553**	,287**	,618**	,609**	,409**	,411**	,268*	1	,658**	,442**	,487**	,754**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,010	,000	,000	,000	,000	,016	,000	,000	,000	,000	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
item_11	Pearson Correlation	,325**	,457**	,576**	,222*	,466**	,453**	,550**	,434**	,305**	,658**	1	,341**	,271*	,652**
	Sig. (2-tailed)	,003	,000	,000	,048	,000	,000	,000	,000	,006	,000	,000	,002	,015	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
item_12	Pearson Correlation	,465**	,457**	,675**	,615**	,549**	,757**	,668**	,671**	,601**	,442**	,341**	1	,602**	,839**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,002	,000	,000	
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	
item_13	Pearson Correlation	,481**	,399**	,566**	,544**	,362**	,388**	,353**	,416**	,329**	,487**	,271*	,602**	1	,672**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,001	,000	,001	,000	,003	,000	,015	,000	,000	
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	
total_X1	Pearson Correlation	,629**	,643**	,807**	,677**	,748**	,808**	,726**	,685**	,658**	,754**	,652**	,839**	,672**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	

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

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

Correlations

	item_14	item_15	item_16	item_17	item_18	item_19	item_20	item_21	item_22	item_23	total_X2
item_14 Pearson Correlation	1	,654**	,614**	,279*	,391**	,432**	,340**	,344**	,279*	,558**	,675**
Sig. (2-tailed)		,000	,000	,012	,000	,000	,002	,002	,012	,000	,000
N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
item_15 Pearson Correlation	,654**	1	,688**	,453**	,654**	,589**	,632**	,611**	,669**	,510**	,892**
Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
item_16 Pearson Correlation	,614**	,688**	1	,355**	,614**	,363**	,421**	,229*	,549**	,506**	,738**
Sig. (2-tailed)	,000	,000		,001	,000	,001	,000	,041	,000	,000	,000
N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
item_17 Pearson Correlation	,279*	,453**	,355**	1	,304**	,240*	,596**	,363**	,423**	,283*	,594**
Sig. (2-tailed)	,012	,000	,001		,006	,032	,000	,001	,000	,011	,000

N		80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
item_18	Pearson Correlation	,391**	,654**	,614**	,304**	1	,622**	,346**	,281*	,601**	,553**	,747**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,006		,000	,002	,012	,000	,000	,000
N		80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
item_19	Pearson Correlation	,432**	,589**	,363**	,240*	,622**	1	,333**	,452**	,629**	,552**	,723**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001	,032	,000		,003	,000	,000	,000	,000
N		80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
item_20	Pearson Correlation	,340**	,632**	,421**	,596**	,346**	,333**	1	,555**	,398**	,472**	,702**
	Sig. (2-tailed)	,002	,000	,000	,000	,002	,003		,000	,000	,000	,000
N		80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
item_21	Pearson Correlation	,344**	,611**	,229*	,363**	,281*	,452**	,555**	1	,484**	,389**	,654**
	Sig. (2-tailed)	,002	,000	,041	,001	,012	,000	,000		,000	,000	,000
N		80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
item_22	Pearson Correlation	,279*	,669**	,549**	,423**	,601**	,629**	,398**	,484**	1	,481**	,764**
	Sig. (2-tailed)	,012	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000

N		80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
item_23	Pearson Correlation	,558**	,510**	,506**	,283*	,553**	,552**	,472**	,389**	,481**	1	,734**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,011	,000	,000	,000	,000	,000		,000
N		80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
total_X2	Pearson Correlation	,675**	,892**	,738**	,594**	,747**	,723**	,702**	,654**	,764**	,734**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
N		80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80

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

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

Correlations

	item_24	item_25	item_26	item_27	total_X3	
item_24	Pearson Correlation	1	,758**	,721**	,412**	,857**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
N		80	80	80	80	80
item_25	Pearson Correlation	,758**	1	,747**	,474**	,884**

	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	80	80	80	80	80
item_26	Pearson Correlation	,721**	,747**	1	,519**	,888**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	80	80	80	80	80
item_27	Pearson Correlation	,412**	,474**	,519**	1	,726**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	80	80	80	80	80
total_X3	Pearson Correlation	,857**	,884**	,888**	,726**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	80	80	80	80	80

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

Correlations

		item_28	item_29	item_30	item_31	item_32	item_33	total_X4
item_28	Pearson Correlation	1	,335**	,302**	,413**	,398**	,262*	,583**
	Sig. (2-tailed)		,002	,006	,000	,000	,019	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80
item_29	Pearson Correlation	,335**	1	,431**	,834**	,767**	,640**	,866**
	Sig. (2-tailed)	,002		,000	,000	,000	,000	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80
item_30	Pearson Correlation	,302**	,431**	1	,448**	,435**	,378**	,649**
	Sig. (2-tailed)	,006	,000		,000	,000	,001	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80
item_31	Pearson Correlation	,413**	,834**	,448**	1	,727**	,610**	,875**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80
item_32	Pearson Correlation	,398**	,767**	,435**	,727**	1	,646**	,866**
	Sig. (2-tailed)							
	N	80	80	80	80	80	80	80

	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80
item_33	Pearson Correlation	,262*	,640**	,378**	,610**	,646**	1	,771**
	Sig. (2-tailed)	,019	,000	,001	,000	,000		,000
	N	80	80	80	80	80	80	80
total_X4	Pearson Correlation	,583**	,866**	,649**	,875**	,866**	,771**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	80	80	80	80	80	80	80

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

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

Correlations

	item_34	item_35	item_36	item_37	item_38	item_39	item_40	item_41	item_42	total_X5
item_34 Pearson Correlation	1	,543**	,411**	,434**	,671**	,416**	,410**	,532**	,460**	,748**

	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
item_35	Pearson Correlation	,543**	1	,268*	,305**	,601**	,329**	,315**	,345**	,345**	,616**
	Sig. (2-tailed)	,000		,016	,006	,000	,003	,004	,002	,002	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
item_36	Pearson Correlation	,411**	,268*	1	,658**	,442**	,487**	,432**	,219	,285*	,651**
	Sig. (2-tailed)	,000	,016		,000	,000	,000	,000	,050	,010	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
item_37	Pearson Correlation	,434**	,305**	,658**	1	,341**	,271*	,336**	,263*	,337**	,609**
	Sig. (2-tailed)	,000	,006	,000		,002	,015	,002	,019	,002	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
item_38	Pearson Correlation	,671**	,601**	,442**	,341**	1	,602**	,462**	,374**	,379**	,746**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,002		,000	,000	,001	,001	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
item_39	Pearson Correlation	,416**	,329**	,487**	,271*	,602**	1	,860**	,519**	,502**	,781**

	Sig. (2-tailed)	,000	,003	,000	,015	,000		,000	,000	,000	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
item_40	Pearson Correlation	,410**	,315**	,432**	,336**	,462**	,860**	1	,588**	,573**	,782**
	Sig. (2-tailed)	,000	,004	,000	,002	,000	,000		,000	,000	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
item_41	Pearson Correlation	,532**	,345**	,219	,263*	,374**	,519**	,588**	1	,960**	,752**
	Sig. (2-tailed)	,000	,002	,050	,019	,001	,000	,000		,000	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
item_42	Pearson Correlation	,460**	,345**	,285*	,337**	,379**	,502**	,573**	,960**	1	,758**
	Sig. (2-tailed)	,000	,002	,010	,002	,001	,000	,000	,000		,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
total_X5	Pearson Correlation	,748**	,616**	,651**	,609**	,746**	,781**	,782**	,752**	,758**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80

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

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

Correlations

		item_43	item_44	item_45	item_46	item_47	item_48	total_Y
item_43	Pearson Correlation	1	,654**	,614**	,264*	,374**	,374**	,673**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,018	,001	,001	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80
item_44	Pearson Correlation	,654**	1	,688**	,414**	,609**	,609**	,825**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80
item_45	Pearson Correlation	,614**	,688**	1	,347**	,590**	,590**	,799**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,002	,000	,000	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80
item_46	Pearson Correlation	,264*	,414**	,347**	1	,463**	,463**	,642**

	Sig. (2-tailed)	,018	,000	,002		,000	,000	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80
item_47	Pearson Correlation	,374**	,609**	,590**	,463**	1	1,000**	,878**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000	,000		,000	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80
item_48	Pearson Correlation	,374**	,609**	,590**	,463**	1,000**	1	,878**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000	,000	,000		,000
	N	80	80	80	80	80	80	80
total_Y	Pearson Correlation	,673**	,825**	,799**	,642**	,878**	,878**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	80	80	80	80	80	80	80

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

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

LAMPIRAN 5. HASIL UJI RELIABILITAS

X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,776	13

X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,711	10

X3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,772	4

X4

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,674	6

X5

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,687	9

Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,638	6

LAMPIRAN 6. TABEL F

Critical Values for the F-Distribution										
Level of Significance $\alpha = 0,05$										
$v_1 = n - (k+1)$	$v_2 = k$									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
51	4,030	3,179	2,786	2,553	2,397	2,283	2,195	2,126	2,069	2,022
52	4,027	3,175	2,783	2,550	2,393	2,279	2,192	2,122	2,066	2,018
53	4,023	3,172	2,779	2,546	2,389	2,275	2,188	2,119	2,062	2,015
54	4,020	3,168	2,776	2,543	2,386	2,272	2,185	2,115	2,059	2,011
55	4,016	3,165	2,773	2,540	2,383	2,269	2,181	2,112	2,055	2,008
56	4,013	3,162	2,769	2,537	2,380	2,266	2,178	2,109	2,052	2,005
57	4,010	3,159	2,766	2,534	2,377	2,263	2,175	2,106	2,049	2,001
58	4,007	3,156	2,764	2,531	2,374	2,260	2,172	2,103	2,046	1,998
59	4,004	3,153	2,761	2,528	2,371	2,257	2,169	2,100	2,043	1,995
60	4,001	3,150	2,758	2,525	2,368	2,254	2,167	2,097	2,040	1,993
61	3,998	3,148	2,755	2,523	2,366	2,251	2,164	2,094	2,037	1,990
62	3,996	3,145	2,753	2,520	2,363	2,249	2,161	2,092	2,035	1,987
63	3,993	3,143	2,751	2,518	2,361	2,246	2,159	2,089	2,032	1,985
64	3,991	3,140	2,748	2,515	2,358	2,244	2,156	2,087	2,030	1,982
65	3,989	3,138	2,746	2,513	2,356	2,242	2,154	2,084	2,027	1,980
66	3,986	3,136	2,744	2,511	2,354	2,239	2,152	2,082	2,025	1,977
67	3,984	3,134	2,742	2,509	2,352	2,237	2,150	2,080	2,023	1,975
68	3,982	3,132	2,740	2,507	2,350	2,235	2,148	2,078	2,021	1,973
69	3,980	3,130	2,737	2,505	2,348	2,233	2,145	2,076	2,019	1,971
70	3,978	3,128	2,736	2,503	2,346	2,231	2,143	2,074	2,017	1,969
71	3,976	3,126	2,734	2,501	2,344	2,229	2,142	2,072	2,015	1,967
72	3,974	3,124	2,732	2,499	2,342	2,227	2,140	2,070	2,013	1,965
73	3,972	3,122	2,730	2,497	2,340	2,226	2,138	2,068	2,011	1,963
74	3,970	3,120	2,728	2,495	2,338	2,224	2,136	2,066	2,009	1,961
75	3,968	3,119	2,727	2,494	2,337	2,222	2,134	2,064	2,007	1,959
76	3,967	3,117	2,725	2,492	2,335	2,220	2,133	2,063	2,006	1,958
77	3,965	3,115	2,723	2,490	2,333	2,219	2,131	2,061	2,004	1,956
78	3,963	3,114	2,722	2,489	2,332	2,217	2,129	2,059	2,002	1,954
79	3,962	3,112	2,720	2,487	2,330	2,216	2,128	2,058	2,001	1,953
80	3,960	3,111	2,719	2,486	2,329	2,214	2,126	2,056	1,999	1,951
81	3,959	3,109	2,717	2,484	2,327	2,213	2,125	2,055	1,998	1,950
82	3,957	3,108	2,716	2,483	2,326	2,211	2,123	2,053	1,996	1,948
83	3,956	3,107	2,715	2,482	2,324	2,210	2,122	2,052	1,995	1,947

LAMPIRAN 7. TABEL t

Critical Values for the t-Distribution (Two-Tailed)					
v = n – (k + 1)	α				
	0,1	0,05	0,025	0,01	0,005
50	1,676	2,009	2,311	2,678	2,937
51	1,675	2,008	2,310	2,676	2,934
52	1,675	2,007	2,308	2,674	2,932
53	1,674	2,006	2,307	2,672	2,929
54	1,674	2,005	2,306	2,670	2,927
55	1,673	2,004	2,304	2,668	2,925
56	1,673	2,003	2,303	2,667	2,923
57	1,672	2,002	2,302	2,665	2,920
58	1,672	2,002	2,301	2,663	2,918
59	1,671	2,001	2,300	2,662	2,916
60	1,671	2,000	2,299	2,660	2,915
61	1,670	2,000	2,298	2,659	2,913
62	1,670	1,999	2,297	2,657	2,911
63	1,669	1,998	2,296	2,656	2,909
64	1,669	1,998	2,295	2,655	2,908
65	1,669	1,997	2,295	2,654	2,906
66	1,668	1,997	2,294	2,652	2,904
67	1,668	1,996	2,293	2,651	2,903
68	1,668	1,995	2,292	2,650	2,902
69	1,667	1,995	2,291	2,649	2,900
70	1,667	1,994	2,291	2,648	2,899
71	1,667	1,994	2,290	2,647	2,897
72	1,666	1,993	2,289	2,646	2,896
73	1,666	1,993	2,289	2,645	2,895
74	1,666	1,993	2,288	2,644	2,894
75	1,665	1,992	2,287	2,643	2,892
76	1,665	1,992	2,287	2,642	2,891
77	1,665	1,991	2,286	2,641	2,890
78	1,665	1,991	2,285	2,640	2,889
79	1,664	1,990	2,285	2,640	2,888
80	1,664	1,990	2,284	2,639	2,887
81	1,664	1,990	2,284	2,638	2,886
82	1,664	1,989	2,283	2,637	2,885
83	1,663	1,989	2,283	2,636	2,884
84	1,663	1,989	2,282	2,636	2,883

