

**PENGARUH TINGKAT BAGI HASIL DAN LAYANAN *MOBILE*
BANKING TERHADAP MINAT MASYARAKAT MENABUNG PADA
UUS BTN MEDAN JUANDA**

SKRIPSI

Oleh:

Fifi Ariska Siregar

NIM 53154119

Program Studi

PERBANKAN SYARIAH



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA

MEDAN

2019

**PENGARUH TINGKAT BAGI HASIL DAN LAYANAN *MOBILE*
BANKING TERHADAP MINAT MASYARAKAT MENABUNG PADA
UUS BTN MEDAN JUANDA**

SKRIPSI

Diajukan Salah Satu Syarat Untuk Memeroleh Gelar Sarjana (S1) Pada Jurusan
Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Sumatera Utara

Oleh:

Fifi Ariska Siregar

NIM: 53154119

Program Studi

PERBANKAN SYARIAH



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA

MEDAN

2019

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Fifi Ariska Siregar**
NIM : 53154119
Tempat/tgl Lahir : Rantauprapat, 27 Desember 1996
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Jl. Williem Iskandar, No.245, Kelurahan Sidorejo Hilir, Kecamatan Medan
Tembung

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul **“PENGARUH TINGKAT BAGI HASIL DAN LAYANAN *MOBILE BANKING* TERHADAP MINAT MASYARAKAT MENABUNG PADA UUS BTN MEDAN JUANDA ”** benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan didalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Medan, 06 November 2019

Yang membuat pernyataan



Fifi Ariska Siregar
NIM. 53154119

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul :

**PENGARUH TINGKAT BAGI HASIL DAN LAYANAN *MOBILE*
BANKING TERHADAP MINAT MASYARAKAT MENABUNG PADA
UUS BTN MEDAN JUANDA**

Oleh :

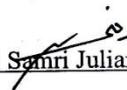
Fifi Ariska Siregar

Nim: 53154119

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) Pada Program Studi Perbankan Syariah.

Medan 25 September 2019

Pembimbing I


Dr. Yenni Samri Julianti Nasution, MA

NIP.197907012009122003

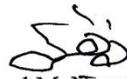
Pembimbing II


Aqwa Naser Daulay, SE.i., M. Si

NIP.1100000091

Mengetahui

Ketua Jurusan Perbankan Syariah


Zuhrinal M. Nawawi, M.A

NIP. 197608182007101001

PENGESAHAN

Skripsi berjudul "**PENGARUH TINGKAT BAGI HASIL DAN LAYANAN MOBILE BANKING TERHADAP MINAT MASYARAKAT MENABUNG PADA UUS BTN MEDAN JUANDA**" a.n Fifi Ariska Siregar, NIM. 53154119 Jurusan Perbankan Syariah telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SU Medan pada tanggal 23 Oktober 2019. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Jurusan Perbankan Syariah.

Medan, 05 November 2019

Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Jurusan Perbankan Syariah UIN SU

Ketua

Sekretaris


Zuhrial M. Nawawi, MA
NIP. 1976 0818 200710 1 001


Muhammad Lathief Ihamv Nst, M.E.I
NIP. 1989 0426 201903 1 007

Anggota – anggota


1. Dr. Hj. Yenni Samri J Nasution, MA
NIP. 1979 0701 200912 2 003


2. Aqwa Naser Daulay, M.Si
NIP. 1100 000 091


3. Dr. Sugianto, MA
NIP. 1967 0607 200003 1 003


4. Annio Indah Lestari, MM
NIB. 1974 0309 201101 2 003

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam UIN – SU Medan


Dr. Andri Soemitra, MA
NIP. 1976 0507 200604 1 002

ABSTRAK

Fifi Ariska Siregar, NIM 53154119. “**Pengaruh Tingkat Bagi Hasil dan Layanan *Mobile Banking* Terhadap Minat Masyarakat Menabung Pada UUS BTN Medan Juanda**”. Dibawah bimbingan pembimbing I Ibu Dr. Hj. Yenni Samri Juliati Nasution, MA dan pembimbing II Bapak Aqwa Naser Daulay, SE.i., M.Si.

Latar belakang masalah dalam penelitian ini adalah tidak kompetitifnya bagi hasil yang diberikan dan sedikit transaksi yang bisa dilakukan pada layanan *mobile banking* yang diberikan oleh UUS BTN kepada nasabah namun dengan demikian setiap tahunnya nasabah selalu bertambah lebih banyak dari tahun sebelumnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh tingkat bagi hasil dan layanan *mobile banking* terhadap minat masyarakat menabung pada UUS BTN Medan Juanda. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Dan sampel dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat Kecamatan Medan Polonia dengan pengambilan populasi menggunakan slovin yaitu sebanyak 100 orang. Instrumen pengambilan data menggunakan angket/kuesioner yang diuji validitas, normalitas dan realibilitas. Pada variabel terikat yaitu variabel minat dan variabel bebas yaitu tingkat bagi hasil dan layanan *mobile banking*. Teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda, uji hipotesis, uji t, uji F dan koefisien determinasi. Hasil uji t menunjukkan bahwa tingkat bagi hasil (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat (Y) menabung pada UUS BTN Medan Juanda dengan t hitung $(8,464) > (1,6607)$. Layanan *mobile banking* (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat (Y) menabung pada UUS BTN Medan Juanda dengan t hitung $(2,274) > (1,6607)$. Serta terdapat pengaruh signifikan tingkat bagi hasil dan layanan *mobile banking* secara bersama-sama terhadap minat masyarakat menabung pada UUS BTN Medan Juanda dengan $F_{hitung} (42,580) > F_{tabel} (3,09)$ dan nilai signifikan $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$). Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,437 atau 43,7%. Hal ini berarti minat masyarakat dapat dijelaskan oleh variabel tingkat bagi hasil dan layanan *mobile banking*.

Kata Kunci: Tingkat Bagi Hasil, Layanan *Mobile Banking* dan Minat.

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR TABEL.....	iv
DAFTAR GAMBAR	v
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Batasan Masalah.....	9
D. Rumusan Masalah	9
E. Tujuan Penelitian.....	10
F. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Landasan Teori	11
1. Minat.....	11
a. Pengertian Minat.....	11
b. Minat Nasabah	13
c. Aspek-Aspek Minat	15
d. Faktor-Faktor yang Menimbulkan Minat Usaha Menjadi Nasabah.....	16
e. Faktor-Faktor yang Menimbulkan Minat.....	19
2. Perbankan Syariah	20
a. Pengertian Perbankan Syariah	20
b. Dasar Hukum Bank Syariah.....	23
c. Prinsip-Prinsip Bank Syariah.....	26
d. Akad-Akad Jual Beli dan Sewa	28
3. Bagi Hasil	30
a. Pengertian Bagi Hasil	30
b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Bagi Hasil	31
c. Indikator Bagi Hasil.....	34
4. Layanan <i>Mobile Banking</i>	34
a. Pengertian <i>Mobile Banking</i>	34
b. Manfaat <i>Mobile Banking</i>	35

c. Indikator Layanan <i>Mobile Banking</i>	36
B. Penelitian Terdahulu.....	37
C. Kerangka Teoritis	40
D. Hipotesis	41
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan Penelitian.....	42
B. Waktu dan Tempat Penelitian	42
C. Populasi dan Sampel	42
D. Jenis dan Sumber Data	43
1. Jenis Data.....	43
2. Sumber Data	43
E. Teknik Pengumpulan Data	43
F. Definisi Operasional Variabel	44
G. Analisis Data	45
1. Uji Deskripsi.....	45
2. Uji Validitas dan Reabilitas	45
3. Uji Asumsi Klasik	46
4. Uji Regresi Linear Berganda	48
5. Uji Hipotesis	48
BAB IV TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHSAN	
A. Temuan Penelitian.....	50
1. Gambaran Umum Perusahaan	50
2. Nilai-Nilai Budaya PT.Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk	54
3. Ruang Lingkup Bidang Usaha UUS BTN.....	55
B. Hasil Penelitian.....	62
1. Deskripsi Hasil Penelitian.....	62
2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	69
a. Uji Validitas	70
b. Uji Reliabilitas	72
3. Uji Asumsi Klasik	74
a. Uji Normalitas.....	74
b. Uji Autokorelasi.....	76

c. Uji multikolinieritas	77
d. Uji Heterokedastisitas	78
4. Uji Regresi Linier Berganda	80
5. Uji Hipotesis	81
a. Uji Determinasi	81
b. Uji Parsial.....	82
c. Uji Simultan	83
C. Pembahasan Hasil Penelitian	
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	86
B. Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA	88
RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Table 1.1 Jumlah DPK UUS BTN	4
Tabel 1.2 Jumlah DPK UUS CIMB Niaga	4
Tabel 1.3 Perbandingan Distribusi Bagi Hasil	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	37
Tabel 3.1 Instrumen Skala Likert.....	44
Tabel 4.1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	63
Tabel 4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Umur/Usia.....	63
<u>Tabel 4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan</u>	64
Tabel 4.4 Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	65
Tabel 4.5 Hasil Angket Variabel Tingkat Bagi Hasil	66
Tabel 4.6 Hasil Angket Variabel Layanan <i>Mobile Banking</i>	67
Tabel 4.7 Hasil Angket Variabel Minat	68
Tabel 4.8 Output SPSS Uji Validitas Tingkat Bagi Hasil.....	70
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Tingkat Bagi Hasil	70
Tabel 4.10 Output SPSS Uji Validitas Layanan <i>Mobile Banking</i>	71
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Layanan <i>Mobile Banking</i>	71
Tabel 4.12 Output SPSS Uji Validitas Minat	72
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Variabel Minat	72
Tabel 4.14 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha	73
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Tingkat Bagi Hasil.....	73
Tabel 4.16 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Layanan <i>Mobile Banking</i>	73
Tabel 4.17 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat.....	74
Tabel 4.18 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov	75
Tabel 4.19 Hasil Uji Durbin Watson.....	77
Tabel 4.20 Hasil Uji Multikolinieritas	77
Tabel 4.21 Hasil Uji Heterokedastisitas	78
Tabel 4.22 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	80
Tabel 4.23 Hasil Uji Determinasi.....	81
Tabel 4.24 Hasil Uji Parsial	82
Tabel 4.25 Hasil Uji Simultan.....	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tampilan <i>Mobile banking</i> UUS BTN dalam Transaksi Pembelian dan Pembayaran.....	7
Gambar 1.2 Tampilan Mobile Banking UUS CIMB Niaga dalam Transaksi Pembelian dan Pembayaran	7
Gambar 2.1 Skema Dasar Pertimbangan Konsumen dalam Mengambil Keputusan menurut Schiffman dan Kanuk.....	14
Gambar 2.2 Kerangka Teoritis	40
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Perusahaan	53
Gambar 4.2 Histogram Hasil Uji Normalitas.....	75
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas P-P Plo	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank merupakan salah satu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai *financial intermediary* atau perantara keuangan dari dua pihak, yakni pihak yang kelebihan dana dan pihak yang kekurangan dana. Bank adalah suatu lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa dalam lalu lintas pembayaran dan peredaran uang.¹

Pengembangan sistem perbankan di Indonesia dilakukan dalam kerangka *dual-banking system* atau sistem perbankan ganda dalam kerangka Arsitektur Perbankan Indonesia (API), untuk menghadirkan alternatif jasa perbankan yang semakin lengkap kepada masyarakat Indonesia. Secara bersama-sama, sistem perbankan syariah dan perbankan konvensional secara sinergis mendukung mobilisasi dana masyarakat secara lebih luas untuk meningkatkan kemampuan pembiayaan bagi sektor-sektor perekonomian nasional.²

Bank Islam atau di Indonesia disebut bank syariah merupakan lembaga keuangan yang berfungsi memperlancar mekanisme ekonomi disektor riil melalui aktivitas kegiatan usaha (investasi, jual beli atau lainnya) berdasarkan prinsip syariah, yaitu aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan nilai-nilai syariah yang bersifat makro maupun mikro. Nilai-nilai makro yang dimaksud adalah keadilan, masalah, sistem zakat, bebas dari bunga (*riba*), bebas dari kegiatan spekulatif yang nonproduktif seperti perjudian (*maysir*), bebas dari hal-hal yang tidak jelas dan meragukan (*gharar*), bebas dari hal-hal yang merusak atau tidak sah (*bathil*), dan penggunaan uang sebagai alat tukar. Sementara itu nilai-nilai mikro yang harus dimiliki oleh pelaku perbankan syariah adalah sifat-

¹ UU RI Nomor 21 Tahun 2008 Tentang *Perbankan Syariah*, Pasal 1 Ayat 25.

² Bank Indonesia. Perbankan Syariah, www.bi.go.id/perbankan/syariah. Diunduh pada tanggal 02 Februari 2015.

sifat mulia yang dicontohkan oleh Rasulullah SAW. yaitu *shiddiq, amanah, tabligh* dan *fathonah*.

Perkembangan industri keuangan syariah nasional selama 10 tahun terakhir mengalami pertumbuhan yang cukup pesat, meskipun situasi perekonomian melambat pada tahun 2013-2015. Perbankan syariah saat ini sedang berlangsung proses konsolidasi dan menemukan kembali (*reinventing*) model bisnis yang lebih tepat dalam menyikapi kondisi perekonomian yang melambat serta mengantisipasi momentum perbaikan kinerja perekonomian ke depannya, sekaligus diharapkan memperoleh kembali era pertumbuhan perbankan syariah nasional kedepan seperti yang terjadi pada periode sebelumnya. Pada tahun 2016 sampai tahun 2018 perkembangan industry perbankan syariah di Indonesia semakin berkembang dibandingkan pada tahun-tahun sebelumnya. Ada 13 Bank Umum Syariah, 21 Unit Usaha Syariah dan 168 Bank Perkreditan Syariah.³

Seiring dengan perbaikan kinerja ekonomi nasional, perkembangan industri perbankan syariah pada tahun 2017 juga mencatatkan pertumbuhan yang menggembarakan baik dari sisi aset, pembiayaan yang disalurkan (PYD) dan dana pihak ketiga (DPK). Pertumbuhan perbankan syariah yang terdiri dari Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS), meskipun sedikit mengalami perlambatan dibandingkan tahun 2016, pertumbuhan aset, pembiayaan yang disalurkan (PYD) dan dana pihak ketiga (DPK) masih terjaga angka yang cukup tinggi (dua *digit*), yaitu masing-masing sebesar 18,97%, 15,24% DAN 19,83%. Pertumbuhan aset perbankan syariah yang tinggi terutama didukung oleh pertumbuhan penghimpunan dana dan penyaluran dana yang tinggi dikelola oleh bank syariah. Hal tersebut menunjukkan kepercayaan masyarakat yang tetap terjaga untuk menyimpan dananya di bank syariah maupun masyarakat yang ingin mendapatkan pembiayaan dari bank syariah. Aset perbankan

³ OJK. *Pengembangan Keuangan Syariah Indonesia* [https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/berita-dan-kegiatan/publikasi/Documents/Pages/Roadmap-Pengembangan-Kuangan-Syariah-Indonesia-2017-2019/Roadmap%202017-2019\(1\).pdf](https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/berita-dan-kegiatan/publikasi/Documents/Pages/Roadmap-Pengembangan-Kuangan-Syariah-Indonesia-2017-2019/Roadmap%202017-2019(1).pdf) diunduh pada tanggal 16 Maret 2019

syariah pada akhir tahun 2017 tercatat sebesar Rp 435,02 triliun, meningkat Rp 69,36 triliun dari tahun sebelumnya. Peningkatan asset industri perbankan syariah terutama dikontribusikan oleh peningkatan nilai aset BUS.⁴

Pengesahan Rencana Kerja dan Anggaran perusahaan tahun 2004, mengamanatkan Pembentukan Unit Usaha Syariah PT. Tabungan Negara (Persero) Tbk sebagai unit bisnis dan dalam rangka meningkatkan kualitas dan kuantitas layanan kepada nasabah melalui penyediaan layanan secara *dual banking system*. Pada tanggal 15 Desember 2004 Berdasarkan Surat Bank Indonesia No. 6/1350/DPbs telah Memberikan Izin Prinsip Bagi Pembukaan Kantor Cabang Syariah Bank BTN. PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Syariah (KCS) di dirikan pada tanggal 14 Februari 2005. PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Syariah (KCS) menawarkan produk penghimpun dana, penyaluran dana dan produk jasa-jasa perbankan lainnya.⁵

Sebagai Unit Usaha Syariah dari Bank BTN Konvensional, saat ini BTN Syariah telah memiliki jaringan yang tersebar hampir diseluruh Indonesia dengan jumlah Kantor Cabang Syariah 22 unit, Kantor Cabang Pembantu Syariah 49 unit, Kantor Kas Syariah 7 unit dan Kantor Layanan Syariah 240 unit.⁶ Banyaknya jumlah jaringan yang tersebar menunjukkan bahwa meningkatnya minat dan kepercayaan masyarakat yang cukup tinggi terhadap UUS BTN. Banyaknya jumlah jaringan ini juga menunjukkan meningkatnya penghimpunan dana pihak ketiga.

⁴ OJK. *Laporan Perkembangan Keuangan Syariah*, [https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Documents/Pages/Laporan-Perkembangan-Keuangan-Syariah2017/Laporan%20Perkembangan%20Keuangan%20Syariah%20Indonesia%20\(LPKSI\)%202017%20%20\(final\).pdf](https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Documents/Pages/Laporan-Perkembangan-Keuangan-Syariah2017/Laporan%20Perkembangan%20Keuangan%20Syariah%20Indonesia%20(LPKSI)%202017%20%20(final).pdf) diunduh pada tanggal 04 Juli 2019

⁵ BTN. *Profil Perusahaan*, <https://www.BTN.co.id> diunduh 19 Juli 2019

⁶ OJK. *Data Statistik Perbankan Syariah*, <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Documents/Pages/Statistik-Perbankan-Syariah---Mei-2019/SPS%20Mei%202019.pdf> diunduh 19 Juli 2019

Berikut tabel perbandingan jumlah dana pihak ketiga UUS BTN dengan UUS CIMB Niaga:

Tabel 1.1

Jumlah DPK UUS BTN (Dalam Jutaan Rupiah)⁷

Tahun	Jumlah DPK
2014	Rp. 7.201.545
2015	Rp. 8.550.689
2016	Rp. 12.200.099
2017	Rp. 15.382.372

Data diolah

Tabel 1.2

Jumlah DPK UUS CIMB Niaga (Dalam Jutaan Rupiah)⁸

Tahun	Jumlah DPK
2014	Rp. 6.765.000
2015	Rp. 7.585.000
2016	Rp. 10.629.000
2017	Rp. 19.908.000

Data diolah

Dari kedua tabel tersebut dapat dilihat bahwa jumlah dana pihak ketiga pada UUS BTN dan UUS CIMB Niaga sama-sama mengalami kenaikan setiap tahunnya. Selama 3 periode yaitu dari tahun 2014 – 2016 UUS BTN mengalami kenaikan yang lebih besar dibandingkan dengan UUS CIMB Niaga, namun pada tahun 2017 UUS CIMB Niaga mengalami kenaikan yang sangat tinggi dari tahun sebelumnya yaitu sebesar Rp. 9.279.000 (dalam jutaan rupiah)

⁷ BTN. *Laporan Keuangan*, <https://www.BTN.co.id> diunduh 19 Juli 2019

⁸ Cimb Niaga. *Laporan Keuangan*, <http://investor.cimbniaga.co.id/misc/AR/AR-2015-ID.pdf> diunduh 25 Juli 2019

jika dibandingkan dengan UUS BTN yang mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya hanya sebesar Rp. 3.182.273 (dalam jutaan rupiah).

Secara umum calon nasabah yang akan menabung tentu memilih bank yang dapat memberikan keuntungan dan kemudahan. Keuntungan yang diberikan bank adalah nisbah bagi hasil. Bagi hasil adalah imbalan yang berhak diterima oleh kedua pihak yang melakukan transaksi *mudharabah*. *Mudharib* (nasabah) mendapatkan imbalan atas kerjanya sedangkan *shahib al-mal* (bank) mendapat imbalan atas kerjanya. Nisbah bagi hasil dinyatakan dalam bentuk presentase tertentu terhadap laba kotor (*revenue sharing*) atau laba bersih (*profit and loss sharing*) antara kedua belah pihak dan disepakati di awal. Tingkat nisbah dapat diubah di kemudian hari tetapi harus disepakati oleh masing-masing pihak. Besarnya bagi hasil akan mempengaruhi pertimbangan para calon deposan untuk menginvestasikan dananya di bank syariah sehingga dalam memilih produk investasi lebih berdasarkan tingkat keuntungan yang ditawarkan. Jumlah bagi hasil akan menjadi pembanding pada tingkat suku bunga yang akan berpengaruh pada simpanan mudharabah pada bank syariah.⁹

Nisbah bagi hasil yang diberikan oleh UUS BTN di sebagian besar produk dalam produk *funding* kepada nasabah lebih kecil jika dibandingkan dengan nisbah bagi hasil yang diberikan oleh UUS CIMB Niaga, terlihat dalam tabel berikut:

⁹ Yustitia A Reswari, dan Abdurrahim Ahim, "Pengaruh Tingkat Suku Bunga, Jumlah Bagi Hasil, dan LQ 45 terhadap simpanan Mudharabah pada Bank Syariah Indonesia," *Jurnal Akuntansi dan Investasi* Vol.11, No.1 (Januari 2010), hlm.27.

Tabel 1.3
Perbandingan Distribusi Bagi Hasil Tahun 2018

UUS BTN		UUS CIMB Niaga	
Tabungan	25%	Tabungan	32,55%
Giro	7 %	Giro	6,7%
Deposito 1 bulan	40%	Deposito 1 bulan	49,11%
Deposito 3 bulan	43%	Deposito 3 bulan	67,86%
Deposito 6 bulan	44%	Deposito 6 bulan	70,78%
Deposito 12 bulan	-	Deposito 12 bulan	74,83%

Data diolah

Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa nisbah bagi hasil yang diberikan oleh UUS CIMB Niaga terhadap produk tabungan dan deposito jauh lebih besar dari yang diberikan oleh UUS BTN, namun nisbah bagi hasil dalam produk giro yang diberikan oleh UUS BTN sedikit lebih besar (0,3%) dari yang diberikan oleh UUS CIMB Niaga.

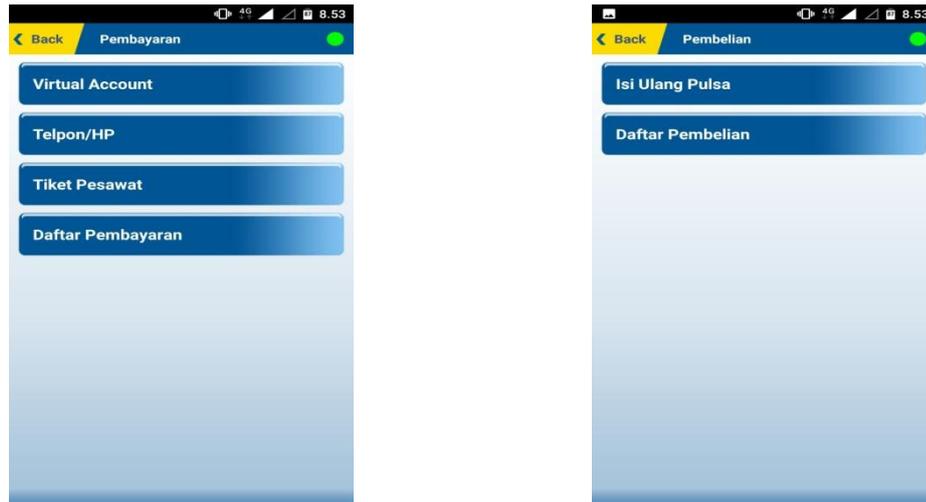
Kemudahan yang diberikan bank diantaranya adalah layanan *mobile banking*. *Mobile banking* adalah layanan perbankan melalui telepon seluler dengan menggunakan jaringan data yang digunakan oleh nasabah.¹⁰ Layanan *mobile banking* merupakan salah satu hasil layanan bank yang banyak diminati oleh para nasabah karena layanan ini membuat nasabah suatu bank mampu melakukan transaksi perbankan serta melihat informasi tentang rekeningnya dengan menggunakan *handphone* jenis apapun.¹¹ Tetapi dalam kegiatan operasionalnya layanan *mobile banking* yang diberikan oleh UUS BTN memiliki banyak keterbatasan transaksi, diantaranya transaksi pembelian tiket pesawat hanya dapat dilakukan untuk pembelian tiket pesawat Air Asia, isi pulsa hanya dapat dilakukan pada kartu Telkomsel, tidak dapat melakukan pengisian saldo GOPAY dan tidak dapat melakukan pengisian saldo OVO.

¹⁰ Bank Syariah Mandiri. *Tentang Kita*, www.syariahmandiri.co.id diunduh 2 Mei 2019

¹¹ Wiji Nurastuti, *Teknologi Perbankan*, (yogyakarta: graha ilmu, 2011), hlm.130

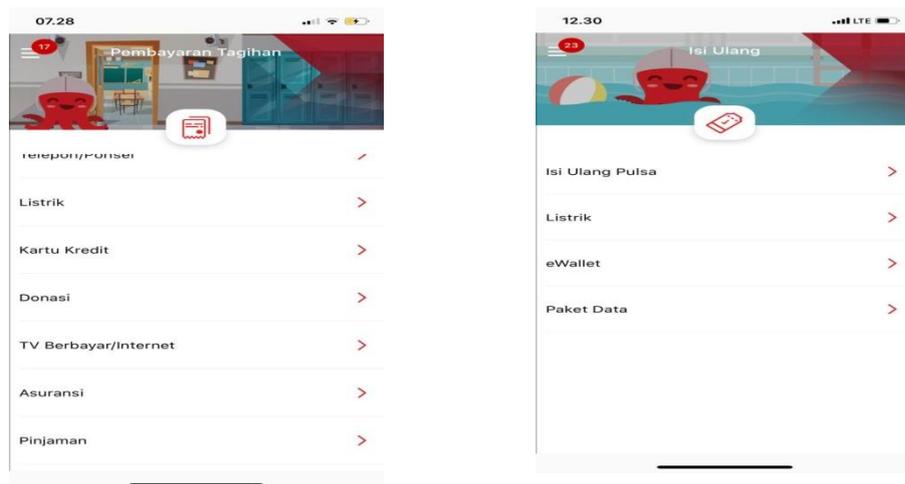
Namun kelebihan yang dimiliki *mobile banking* UUS BTN ini dapat melakukan penukaran PIN dan pengecekan saldo gratis.

Berikut adalah tampilan *mobile banking* UUS BTN dan UUS CIMB Niaga:



Gambar 1.1

Tampilan *Mobile banking* UUS BTN dalam Transaksi Pembelian dan Pembayaran



Gambar 1.2

Tampilan *Mobile banking* UUS CIMB Niaga dalam Transaksi Pembelian dan Pembayaran

Mobile banking UUS BTN dapat memberi informasi mengenai rekening, dapat melakukan transfer, *virtual acc* dan mendapat layanan nasabah. Informasi rekening yang diperoleh yaitu dapat cek saldo secara gratis, mengetahui 5 transaksi terakhir yang dilakukan. Transfer (pemindahan dana) dapat dilakukan ke rekening BTN (Syariah dan Konvensional) dan bank lain, serta dapat mengetahui, merubah dan menghapus rekening tujuan transfer yang telah tersimpan. Pembayaran tagihan hanya dapat dilakukan lembaga yang telah bekerja sama. Layanan nasabah yang di dapat dari *mobile banking* ini yaitu *inbox* untuk mengetahui pesan yang diterima dan transaksi yang pernah dilakukan serta dapat menubah PIN.¹²

Melalui *mobile banking* UUS CIMB Niaga dapat diketahui informasi mengenai rekening, dapat melakukan transfer, transaksi pembayaran tagihan dan isi ulang. Informasi yang didapat yaitu mengenai mutasi transaksi rekening hingga 6 bulan terakhir, informasi saldo, penyimpanan nomor rekening tujuan. *Mobile banking* CIMB Niaga. Transfer (pemindahan dana) dapat dilakukan ke rekening bank lain di seluruh Indonesia, ke rekening bank di luar negeri atau internasional (*remittance*), ke beberapa rekening sekaligus (*missal*), ke rekening yang telah ditentukan secara otomatis dengan jadwal yang telah ditentukan (terjadwal) serta kirim dan terima dana melalui *Western Union*. Pembayaran tagihan dan pembayaran lainnya yang dapat dilakukan diantaranya tagihan pascabayar, tagihan air (AETRA dan PALYAJA), tagihan pinjaman dan belanja melalui *platform online*. Isi ulang prabayar yang dapat dilakukan seperti isi ulang pulsa seluler, isi ulang token PLN, isi ulang hiburan seperti kartu bioskop CGV *Blitz*, isi ulang GOPAY, isi ulang OVO dan isi ulang *ipaymu*.¹³

¹² BTN. *Produk BTN Syariah*, <https://www.btn.co.id/id/Syariah-Home/Syariah-Data-Sources/Product-Links-Syariah/Produk-BTN-Syariah/e-channel/E-Banking/Mobile-Banking-BTN-Syariah> di unduh 25 Juli 2019

¹³ Cimb Niaga. *Produk Cimb Niaga Syariah*, <https://www.cimbniaga.com/en/personal/products/branchless-banking/go-mobile.html> di unduh 25 Juli 2019

Berdasarkan pemaparan tersebut, maka peneliti tertarik untuk meneliti seberapa besar pengaruh tingkat bagi hasil dan layanan *mobile banking* terhadap minat masyarakat menabung pada UUS BTN Medan Juanda dengan judul skripsi “**PENGARUH TINGKAT BAGI HASIL DAN LAYANAN *MOBILE BANKING* TERHADAP MINAT MASYARAKAT MENABUNG PADA UUS BTN MEDAN JUANDA**”

B. Identifikasi Masalah

Dari uraian latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka penulis mengemukakan beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Nisbah bagi hasil yang diberikan oleh UUS BTN lebih kecil jika dibandingkan dengan nisbah yang diberikan oleh UUS CIMB Niaga.
2. Layanan *mobile banking* pada UUS BTN memiliki keterbatasan bertransaksi dalam hal pembelian dan pembayaran, transaksi pembelian pada pulsa hanya dapat dilakukan pada kartu Telkomsel, tidak dapat melakukan pengisian saldo GOPAY dan tidak dapat melakukan pengisian saldo OVO, transaksi pembayaran pada tiket pesawat hanya dapat dilakukan untuk pembelian tiket pesawat Air Asia.

C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini terarah, perlu adanya batasan masalah dalam penelitian ini sehingga tidak menyimpang dan tidak terlalu luas dari ruang lingkup penelitian. Berdasarkan identifikasi masalah diatas maka penulis membatasi penelitian minat masyarakat menabung pada UUS BTN Medan Juanda ini berdasarkan tingkat bagi hasil dan *layanan mobile banking* yang diberikan bank. Objek penelitian ini adalah masyarakat Kecamatan Medan Polonia.

D. Rumusan masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan batasan masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah Tingkat bagi hasil berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung pada UUS BTN Medan Juanda?

2. Apakah layanan *mobile banking* berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung pada UUS BTN Medan Juanda?
3. Apakah Tingkat Bagi Hasil dan layanan *mobile banking* secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung pada UUS BTN Medan Juanda?

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui tingkat bagi hasil berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung pada UUS BTN Medan Juanda.
2. Untuk mengetahui layanan *mobile banking* berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung pada UUS BTN Medan Juanda.
3. Untuk mengetahui Tingkat Bagi Hasil dan layanan *mobile banking* secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung pada UUS BTN Medan Juanda.

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Penulis

Sebagai wahana melatih dan menulis serta mengembangkan wawasan dalam bidang perbankan syariah, khususnya yang berkaitan dengan pengaruh tingkat bagi hasil dan layanan *mobile banking* berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat dan sebagai referensi untuk menambah keilmuan.

2. Bagi Perusahaan

Dapat memberikann masukan serta sebagai referensi bagi perusahaan dalam meningkatkan hal yang berkaitan dengan pengaruh tingkat bagi hasil dan layanan *mobile banking* berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat dan memperluas *market share* perusahaan tersebut.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dan informasi serta rujukan dalam penelitian yang berhubungan dengan pengaruh tingkat bagi hasil dan layanan *mobile banking*.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Minat

a. Pengertian Minat

Secara etimologi, minat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu gairah atau keinginan.¹⁴ Menurut Purdawaminta, minat adalah perhatian, kesukaan (kecenderungan) kepada sesuatu keinginan.¹⁵ Menurut Crow dan Crow minat adalah pendorong yang menyebabkan seseorang memberi perhatian terhadap orang, sesuatu dan aktivitas-aktivitas tertentu.¹⁶

Minat merupakan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan perasaan senang. Minat merupakan kecenderungan efektif seseorang untuk membuat pilihan aktivitas, kondisi-kondisi individual dapat merubah minat seseorang. Sehingga bisa dikatakan minat itu tidak stabil sifatnya. Pengaruh eksternal, kesadaran akan kebutuhan, pengenalan produk dan evaluasi alternatif merupakan hal yang dapat menimbulkan minat beli konsumen, pengaruh eksternal ini terdiri dari usaha pemasaran dan faktor sosial budaya.¹⁷

Minat adalah suatu fungsi jiwa untuk dapat mencapai sesuatu yang merupakan kekuatan didalam dan tampak diluar sebagai gerak-gerak. Dalam menjalankan fungsinya, minat berhubungan erat dengan fikiran dan perasaan. Manusia memberi corak dan menentukan sesudah memilih dan

¹⁴ Anton M. Moeliono dkk, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1999), Hlm.225.

¹⁵ WJS. Poerdawarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1982), Hlm.650.

¹⁶ Alice Crow, Lester D.Crow, *Psikologi Pendidikan*, (Surabaya: PT. Bina Ilmu, 1948), Hlm.57

¹⁷ Chifman, *et.al.Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Indeks, 2008), Hlm.25.

mengambil keputusan. Perubahan minat memilih dan mengambil keputusan disebut keputusan kata hati.¹⁸

Minat sebagai aspek kejiwaan mewarnai perilaku seseorang untuk melakukan aktivitas yang menyebabkan seseorang merasa tertarik kepada sesuatu. Sedangkan nasabah merupakan konsumen-konsumen sebagai penyedia dana dalam proses transaksi barang ataupun jasa. Jadi minat nasabah dapat diartikan sebagai kecenderungan konsumen penyedia dana untuk tertarik dengan produk yang ditawarkan.

Sedangkan Schiffman mengartikan minat nasabah sebagai pengaruh eksternal, kesadaran akan kebutuhan, pengenalan produk dan evaluasi alternative adalah hal yang dapat menimbulkan minat beli konsumen. Pengaruh eksternal ini terdiri dari usaha pemasaran dan faktor sosial budaya.¹⁹

Dalam Islam minat juga dibahas dalam Al-Qur'an Surat Al-Isra : 84, yang berbunyi:

قُلْ كُلٌّ يَعْمَلُ عَلَىٰ شَاكِلَتِهِ ۗ فَرُبُّكُمْ أَعْلَمُ بِمَنْ هُوَ أَهْدَىٰ سَبِيلًا ﴿٨٤﴾

*Artinya: Katakanlah (Muhammad), "Tiap-tiap orang berbuat menurut keadaannya masing-masing". Maka Tuhanmu lebih mengetahui siapa yang lebih benar jalannya.*²⁰

Berdasarkan beberapa pengertian diatas, maka untuk penelitian ini yang dimaksud dengan minat adalah daya tarik yang ditimbulkan oleh objek tertentu yang membuat seseorang merasa senang dan mempunyai keinginan untuk berkecimpung atau berhubungan dengan objek tersebut sehingga timbul suatu keinginan, dalam hal ini keinginan untuk menabung.

Karena kepribadian manusia bersifat kompleks, maka sering ketiga faktor tersebut tidak berdiri sendiri dalam menyebabkan timbulnya minat,

¹⁸ Heri, P, *Pengantar Perilaku Manusia*. (Jakarta: RGC, 1998), Hlm. 57.

¹⁹ Schiffman, Leon dan Leslie Laza, *Perilaku Konsumen Edisi Keempat*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008), Hlm.25.

²⁰ Amin Muchtar, *Al-Qur'an & Terjemahan dilengkapi dengan Kajian Ushul Fiqh*, (Bandung: Syamil Quran, 2011), Hlm. 290.

melainkan merupakan perpaduan dari ketiga faktor tersebut, sehingga menjadi agak sulit untuk menentukan faktor manakah yang menjadi awal penyebab timbulnya minat.

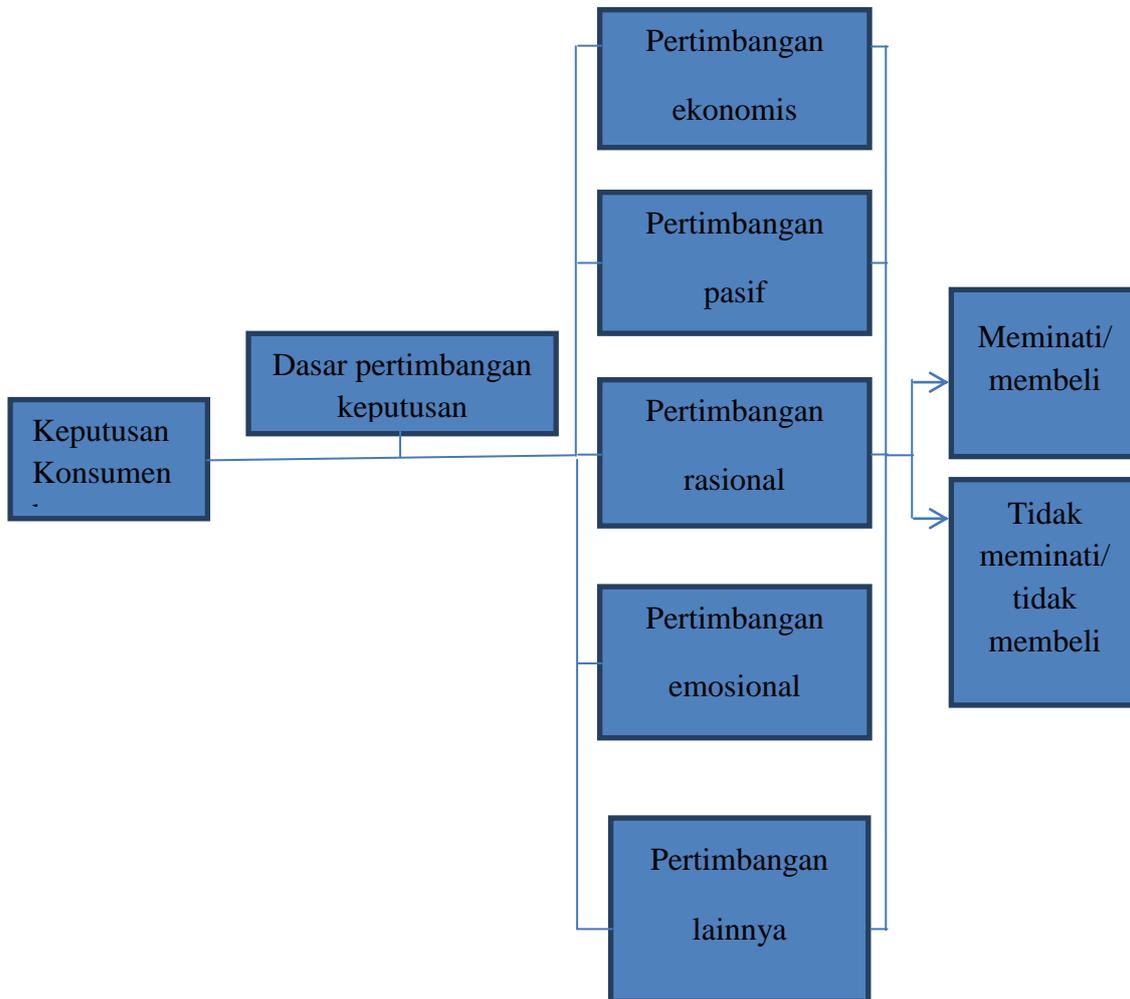
b. Minat Nasabah

Minat sebagai aspek kejiwaan mewarnai perilaku seseorang untuk melakukan aktivitas yang menyebabkan seseorang merasa tertarik kepada sesuatu. Sedangkan nasabah merupakan konsumen-konsumen sebagai penyedia dana dalam proses transaksi barang ataupun jasa. Jadi minat nasabah dapat diartikan sebagai kecenderungan konsumen penyedia dana untuk tertarik dengan produk yang ditawarkan.

Sedangkan Schiffman mengartikan minat nasabah sebagai pengaruh eksternal, kesadaran akan kebutuhan, pengenalan produk dan evaluasi alternative adalah hal yang dapat menimbulkan minat beli konsumen. Pengaruh eksternal ini terdiri dari usaha pemasaran dan faktor sosial budaya.²¹

Dalam pengambilan sebuah keputusan, konsumen akan mempertimbangkan dan menghitung-hitung secara ekonomis tentang manfaat yang akan diperoleh dengan pengorbanan yang akan dikeluarkan, dalam teori bidang ekonomi, yang menggambarkan pada tingkat persaingan sempurna pada tingkat global konsumen memiliki keputusan yang bersifat rasional.

²¹ Schiffman, Leon dan Leslie Laza, *Perilaku Konsumen Edisi Keempat*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008), Hlm.25.



Gambar 2.1. Skema Dasar Pertimbangan Konsumen dalam Mengambil Keputusan menurut Schiffman dan Kanuk.²²

Dalam proses memutuskan, sekalipun keputusan belum terjadi sejumlah kegiatan telah dilakukan oleh konsumen (nasabah) seperti pencarian informasi, melakukan evaluasi dan memilih alternative.

Pertimbangan secara ekonomis artinya konsumen memiliki pengetahuan yang relatif luas tentang produk. Dimana konsumen akan mencari informasi yang mendalam dan luas tentang semua hal yang terkait dengan produk

²² Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen*, (Bandung: Alfabeta, 2012), Hlm.185.

yang akan dipilih terkait dengan manfaat, tingkat risiko, tingkat harga dan banyak unsur lainnya (*cognitive consideration*). Kemudian setelah memperoleh informasi tentang produk, konsumen masih memerlukan kepercayaan dan keyakinan bahwa produk mampu menjawab kebutuhan dan keinginannya. Dalam posisi ragu-ragu konsumen akan menundanya (*affectife consideration*). Kemudian konsumen akan melakukan pertimbangan langkah tindak lanjut (*behavior consideration*) yaitu terkait dengan tingkat ketersediaan finansial atau waktu. Sehingga pada akhirnya konsumen memutuskan alternatif terbaik. Dalam arti alternatif yang mampu menjawab semua kebutuhan dan keinginannya.²³

Kemudian pertimbangan pasif merupakan pertimbangan yang sangat berlawanan dengan pertimbangan ekonomis, pada tipikal ini konsumen dianggap sebagai pembeli yang tidak rasional. Sedangkan pertimbangan rasional merupakan pertimbangan yang lebih mengutamakan manfaat dan kemampuan produk yang dibeli dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi. Pada tipikal perkembangan ini emosional menitik-beratkan pada perasaan-perasaan emosional konsumen seperti karena rasa cinta, religious dan lain sebagainya. Dan yang terakhir pertimbangan lainnya yaitu seperti sifat/pembawaan konsumen, ketika ingin memberikan kepada orang lain, suasa lingkungan pada saat membuat pertimbangan dan lain sebagainya.

c. Aspek-Aspek Minat

Pintrich dan Schunk menyebut aspek-aspek minat adalah sebagai berikut:

- 1) Sikap umum terhadap aktivitas (*general attitude toward the activity*).
- 2) Pilihan spesifik untuk menyukai aktivitas (*specific preference for liking the activity*).
- 3) Merasa senang dengan aktivitas (*enjoyment of the activity*).
- 4) Aktivitas tersebut mempunyai arti atau penting bagi individu (*personal infotence or significance of the activity to the individual*).

²³ *Ibid*, Hlm.185.

- 5) Adanya minat instrinsik dalam isi aktivitas (*intrinsic interest in the content of activity*).
- 6) Berpartisipasi dalam aktivitas (*reported choice of or participation in the activity*).²⁴

d. Faktor-Faktor yang Menumbuhkan Minat Usaha Menjadi Nasabah.

Minat masyarakat atau konsumen terhadap produk jasa sebuah perusahaan atau bank tergantung pada seberapa besar nilai yang ia akan dapatkan dari produk atau jasa pelayanan perusahaan bank tersebut.

Menurut Howard terdapat tiga variabel stimuli yang menyebabkan konsumen bereaksi terhadap suatu produk barang ataupun jasa dari perusahaan, yaitu:²⁵

- 1) Stimulasi Signifikan (*Significative Stimuly*).

Mencakup sifat-sifat pihak produk yang bersangkutan, kualitasnya, harganya, servis yang disediakan, tersedianya servis dan produk tersebut.

- 2) Stimulasi Simbolis (*Symbolic Stimuly*).

Informasi yang menyebabkan timbulnya citra (*image making information*) tentang stimuli signifikan dalam bentuk pengiklanan dan bahan-bahan tertulis atau digambarkan, memberikan stimuli simbolis.

- 3) Stimulasi Sosial (*Social Stimuly*).

Diberikan dalam bentuk semua informasi yang diperoleh seorang calon pembeli dari keluarganya, masyarakatnya dan peradabannya.

Berdasarkan teori tersebut calon konsumen akan menunjukkan reaksi yang diinginkan, hanya apabila ia menghadapi stimulus tertentu. Sebelum timbul reaksi yang diinginkan dari calon konsumen, maka perusahaan atau

²⁴ Pintrich dan Schunk, D.H (ed). *Motivation of Education Theory, Research and Applications*, (New Jersey: Prentice, 1996), Hlm.65.

²⁵ Asep Suryanto, *Fungsi Bank Syariah dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Untuk Menyimpan Dana dan Mendapatkan Pembiayaan di Bank Syariah Mandiri Cabang Tasikmalaya*, (Bandung, 2006), Hlm.31.

bank yang bersangkutan harus terus berusaha untuk menerapkan macam-macam bentuk himbauan penjualan.

Dengan adanya unsur kebutuhan, maka nasabah akan melakukan keputusan pembelian terhadap produk atau jasa bank. Tahap-tahap yang akan dilakukan calon nasabah ada enam, yaitu:

1) Timbulnya Kebutuhan

Timbulnya kebutuhan barang atau jasa dapat dikarenakan faktor eksternal dan internal. Sebagai contoh: seseorang ingin menabung uangnya di bank dikarenakan jika disimpan dirumah kurang aman (faktor internal). Dipihak lain, seorang ayah ingin memiliki kartu kredit suatu bank karena banyak temannya yang sudah memiliki (faktor eksternal).

Dengan mengumpulkan informasi kebutuhan tersebut, pemasar akan mempunyai kesempatan untuk mengidentifikasi rangsangan yang lebih sering menarik minat akan kategori produk atau jasa itu dan kemudian pemasar dapat mengembangkan rencana pemasaran yang menggunakan atas rangsangan tersebut.

2) Pencarian Informasi

Jika jasa yang ditawarkan bank cukup menarik, maka seorang calon pembeli akan secara aktif mengumpulkan informasi yang bersumber dari:

a) Sumber dari Individu (*Personal Sources*)

Individu, teman atau keluarga yang telah mengkonsumsi produk tersebut atau yang telah mendapatkan pelayanan dari bank tersebut.

b) Sumber Komersial (*Commercial Sources*)

Sumber komersial dapat berupa pembungkusan atau iklan. Disini bersifat komersial, jadi bertujuan membantu mempercepat penjualan produk.

c) Sumber dari Publik (*Publik Sources*)

Sumber ini bukan bersifat komersial, sumber ini dapat berasal dari media massa atau lembaga konsumen.

d) Sumber dengan Cara Coba-Coba (*Experience Sources*)

Calon nasabah mencari informasi dengan cara membeli sendiri yaitu dengan cara memeriksa, mengamati ataupun memakai produk itu sendiri.

3) Penilaian Informasi

Setelah mendapat informasi dari berbagai sumber, calon nasabah melakukan penilaian terlebih dahulu atas semua informasi yang masuk dengan pertimbangan calon nasabah sendiri, maka akan dipilih salah satu sumber informasi yang paling tepat menurutnya. Secara umum, proses penilaian informasi terhadap pilihan pada suatu bank adalah:

a) Karakteristik Bank

Calon nasabah akan mengamati ciri-ciri yang menonjol pada bank tersebut seperti bank tersebut sudah cukup lama beroperasi, dinilai cukup sehat atau pelayanan baik. Calon nasabah akan memberikan perhatian yang lebih besar pada ciri yang berhubungan dengan kebutuhannya.

b) Kepercayaan akan *Merk* Bank

Kepercayaan ini dapat bervariasi sesuai dengan ciri sebenarnya.

c) Fungsi *Utilitas*

Menggambarkan bagaimana nasabah mengharapkan kepuasan jasa yang bervariasi menurut tingkat alternative dari setiap ciri.

d) Prosedur Evaluasi

Calon nasabah pada saat mempertimbangkan memilih bank yang sesuai dengan selera akan sampai pada prosedur evaluasi tertentu.

4) Keputusan Membeli

Kemudian sumber informasi diatas, dijadikan acuan oleh nasabah untuk membeli produk atau jasa.

5) Perasaan Sudah Membeli

Setelah melakukan pembelian, nasabah akan memiliki dua perasaan yaitu puas dan terus mengkonsumsi produk atau jasa tersebut atau kecewa dan tidak membeli lagi.

e. Faktor-Faktor yang Menimbulkan Minat

Menurut Crow dan Crow ada tiga faktor yang menjadi timbulnya minat, yaitu:²⁶

1) Dorongan dari dalam Individu.

Misalnya dorongan untuk makan, dorongan untuk makan akan membangkitkan minat untuk bekerja atau mencari penghasilan, minat terhadap produksi makanan dan lain-lain. Dorongan ingin tahu atau rasa ingin tahu akan membangkitkan minat membaca, belajar, menuntut ilmu, melakukan penelitian dan lain-lain.

2) Motif Sosial.

Dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan aktivitas tertentu. Misalnya, minat terhadap pakaian timbul karena keinginan untuk mendapatkan persetujuan atau penerimaan dan perhatian orang lain. Minat untuk belajar atau menuntut ilmu pengetahuan timbul karena ingin mendapatkan penghargaan dari masyarakat, karena biasanya yang memiliki ilmu pengetahuan yang cukup luas mendapatkan kedudukan yang tinggi dan terpandang dalam masyarakat.

3) Faktor Emosional.

Minat mempunyai hubungan erat dengan emosi. Bila seseorang mendapatkan kesuksesan pada aktivitas dan menimbulkan perasaan senang, dan hal tersebut akan memperkuat minat terhadap aktivitas tersebut, dan sebaliknya suatu kegagalan akan menghilangkan minat terhadap hal tersebut.

²⁶ Rafik Isa Baekum, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), Hlm. 106.

2. Perbankan Syariah

a. Pengertian Perbankan Syariah

Pengertian Bank Syariah sebenarnya telah diatur dalam Undang-Undang pasal 2 PBI No. 6/24/PBI/2004 tentang Bank Umum yang melaksanakan Kegiatan Usaha Berdasarkan Prinsip Syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Bank Umum Syariah (BUS) adalah Bank Syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam hal pembayaran Bank.

Definisi bank syariah menurut Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau prinsip hukum Islam yang diatur dalam Fatwa Majelis Ulama Indonesia, dan menurut jensinya terdiri dari bank umum syariah dan bank pembiayaan rakyat syariah. Bank umum syariah adalah bank syariah yang didalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Bank pembiayaan rakyat syariah adalah bank syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa lalu lintas pembayaran.²⁷

Bank Islam atau selanjutnya disebut dengan Bank Syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank Islam atau disebut juga Bank Tanpa Bunga, adalah lembaga keuangan atau perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-Quran dan Hadis Nabi SAW. atau dengan kata lain, Bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip Syariah Islam.²⁸

Bank Syariah adalah bank yang menggunakan prinsip bagi hasil secara adil, berbeda dengan bank konvensional yang berdasarkan bunga. Bank syariah juga dapat diartikan sebagai bank yang dalam prinsip, operasional maupun produknya dikembangkan dengan berlandaskan pada nilai-nilai

²⁷ Undang-Undang NO. 21 Tahun 2008, Tentang Perbankan Syariah

²⁸ Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Yogyakarta : PT. Raja Grafindo, 2014), Hlm.2.

yang terkandung dalam Al-Quran dan petunjuk-petunjuk operasional hadis Muhammad Rasulullah SAW.²⁹

Bank adalah lembaga perantara keuangan atau biasa disebut *financial intermediary*. Artinya, lembaga bank adalah lembaga yang dalam aktivitasnya berkaitan dengan masalah uang. Oleh karena itu, usaha bank akan selalu dikaitkan dengan masalah uang yang merupakan alat pelancar terjadinya perdagangan yang utama. Kegiatan usaha bank akan selalu terkait dengan komoditas, antara lain:³⁰

- 1) Memindahkan uang.
- 2) Menerima dan membayarkan kembali uang dalam rekening Koran.
- 3) Mendiskonto surat wesel, surat order maupun surat berharga lainnya.
- 4) Membeli dan menjual surat berharga lainnya.
- 5) Membeli dan menjual cek, surat wesel, kertas dagang.
- 6) Memberi jaminan bank.

Untuk menghindari pengoperasian bank dengan sistem bunga, Islam memperkenalkan prinsip-prinsip muamalah Islam. Dengan kata lain, Bank Islam lahir sebagai salah satu solusi alternative terhadap persoalan pertentangan antara bunga bank dengan riba. Dengan demikian, kerinduan umat Islam Indonesia yang ingin melepaskan diri dari persoalan riba telah mendapat jawaban dengan lahirnya bank Islam. Bank Islam lahir di Indonesia, yang gencarnya sekitar tahun 90-an atau tepatnya setelah ada Undang-Undang No. 7 Tahun 1992, yang direvisi dengan Undang-Undang Perbankan No. 10 Tahun 1998, dalam bentuk sebuah bank yang beroperasinya dengan system bagi hasil atau bank syariah.

Kaitan antara bank dengan uang dalam suatu unit bisnis adalah penting, namun didalam pelaksanaannya harus menghilangkan adanya ketidakadilan, ketidakjujuran dan penghisapan dari satu pihak ke pihak lain (bank dengan nasabahnya). Kedudukan bank Islam dalam hubungan dengan para kliennya

²⁹ Buchari Alam, dan Donni Junni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2014), Hlm.11

³⁰ Muhammad, *Lembaga Keuangan Umat Kontemporer*, (Yogyakarta: UII Press, 2000), Hlm. 63.

adalah sebagai mitra investor dan pedagang. Sedang dalam hal bank pada umumnya, hubungannya adalah sebagai kreditur dan debitur.

Sehubungan dengan jalinan investor dan pedagang tersebut, maka dalam menjalankan pekerjaannya, bank Islam menggunakan berbagai teknik dan metode investasi seperti kontrak *mudharabah*. Di samping itu, bank Islam juga terlibat dalam kontrak *murabahah*. Mekanisme perbankan Islam yang berdasarkan prinsip mitra usaha, adalah beban bunga. Oleh karena itu, soal membayarkan bunga kepada para depositor atau pembebanan suatu bunga dari para klien tidak timbul.³¹

Bank syariah memiliki tujuan yang lebih luas dibandingkan dengan bank konvensional, berdasarkan dengan keberadaannya sebagai institusi komersial dan kewajiban moral yang disandangnya. Selain bertujuan untuk meraih keuntungan sebagaimana layaknya bank konvensional, bank syariah juga mempunyai tujuan diantaranya sebagai berikut:

- 1) Sebagai sarana untuk meningkatkan kualitas kehidupan sosial masyarakat.
- 2) Meningkatkan partisipasi masyarakat dalam proses pembangunan.
- 3) Membentuk masyarakat agar berfikir secara ekonomis dan berperilaku bisnis untuk meningkatkan kualitas hidupnya.
- 4) Menerapkan metode bagi hasil agar beroperasi, tumbuh dan berkembang melebihi metode bank konvensional.

Produk-produk bank syariah muncul karena didasari oleh operasionalisasi fungsi bank syariah. Secara garis besar dapat dikelompokkan kedalam produk pendanaan, produk pembiayaan, produk jasa perbankan dan produk kegiatan sosial.

Ada lima faktor yang memicu perkembangan perbankan syariah di Indonesia, sekaligus menjadi pembeda antara perbankan syariah dan perbankan konvensional, yaitu:

³¹ Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Yogyakarta : PT. Raja Grafindo, 2014), Hlm.3-4

- 1) Pasar (*Market*) yang dianggap luas ternyata belum digarap secara maksimal (apalagi, bank syariah tidak hanya dikhususkan untuk orang muslim karena disejumlah bank terdapat nasabah nonmuslim);
- 2) System bagi hasil terbukti telah meguntungkan dibandingkan dengan system bunga yang dianut bank konvensional (review pada waktu krisis moneter);
- 3) *Return* yang diberikan kepada nasabah pemilik dana bank syariah lebih besar dari pada bunga deposito bank konvensional (ditambah lagi belakangan ini, suku bunga SBI telah mengalami penurunan, sehingga suku bunga bank juga menurun);
- 4) Bank syariah tidak memberikan pinjaman dalam bentuk uang tunai, tetapi bekerjasama atas dasar kemitraan, seperti prinsip bagi hasil (*mudharabah*), prinsip penyertaan modal (*musyarakah*), prinsip jual beli (*murabahah*) dan prinsip sewa (*ijarah*);
- 5) Prinsip laba bagi bank syariah bukan satu-satunya tujuan karena bank syariah mengupayakan bagaimana memanfaatkan sumber dana yang ada untuk membangun kesejahteraan masyarakat (bank syariah beroperasi dibawah pengawasan DPS).³²

b. Dasar Hukum Bank Syariah

1) Al-Qur'an

Kegiatan perbankan yang dilakukan di bank konvensional tidak sesuai dengan syariah Islam dikarenakan adanya praktik riba. Sehingga para Ulama termotivasi untuk mendirikan perbankan syariah di Indonesia berdasarkan firman Allah SWT pada QS. Al-Baqarah ayat 275:

³² Buchari Alam, dan Donni Junni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2014), Hlm.11-12

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ
 مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا
 فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ
 فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ﴿٣٥﴾

Artinya: Orang-orang yang Makan (mengambil) 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.³³

Para ulama Indonesia mendirikan bank bebas dari bunga karena Allah telah menjelaskan bahwa riba itu haram dan jual beli itu halal. Selain itu, Allah telah menjelaskan bahwa pemakan harta sesama dengan jalan yang bathil itu juga dilarang. Allah SWT berfirman dalam QS. An-Nisa' ayat 29:

³³ Al-Quran Surat Al-Baaqarah:275

يَتَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً

عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: *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.*³⁴

2) Al-Hadis

Di dalam hadis juga menjelaskan bahwa riba itu dilarang. Hadis berfungsi menjelaskan lebih lanjut tentang ayat-ayat Al-Qur'an sehingga lebih spesifik. Seperti sabda Rasulullah SAW yang artinya :

“Telah menceritakan kepada kami Muhammad bin Shabah dan Zuhair bin Harb dan Utsman bin Abu Syaibah mereka berkata: Telah menceritakan kepada kami Husyaim telah mengabarkan kepada kami Abu Az Zubair dari Jabir dia berkata, “Rasulullah Shallahu ‘Alaihi Wasallam melaknat pemakan riba, orang yang menyuruh makan riba, juru tulisnya dan saksi-saksinya.” Dia berkata, “Mereka semua sama.”

3) Fatwa MUI/DSN Tentang Perbankan Syariah

Dewan Syariah Nasional selanjutnya disebut DSN, dibentuk pada tahun 1997 yang merupakan hasil rekomendasi Lokakarya Reksadana Syariah pada bulan Juli 1997. DSN merupakan lembaga otonom di bawah Majelis Ulama Indonesia yang dipimpin oleh ketua umum Majelis Ulama Indonesia. Fatwa DSN No. 7/DSN-MUI/2000, dalam fatwa ini disebutkan: “Lembaga Keuangan Syariah sebagai penyedia dana, menanggung semua kerugian akibat dari *mudharabah* kecuali jika

³⁴ Al-Quran Surat An-Nisa:29

mudharib (nasabah) melakukan kesalahan yang disengaja, lalai atau menyalahi perjanjian.³⁵

4) Peraturan Bank Indonesia (PBI)³⁶

PBI yang secara khusus merupakan peraturan pelaksana dari UU No. 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah dan telah diundangkan hingga saat ini yaitu :

- a) PBI No. 10/16/PBI/2007 tentang pelaksanaan prinsip syariah dalam kegiatan penghimpunan dana dan penyaluran dana serta pelayanan jasa bank syariah.
- b) PBI No. 10/17/PBI/2008 tentang produk bank syariah dan Unit usaha Syariah
- c) PBI No. 10/18/PBI/2008 tentang rekonstruksi pembiayaan bagi bank syariah.
- d) PBI No. 10/23/2008 tentang perubahan kedua atas PBI No. 6/21/PBI/2004 tentang giro wajib minimum dalam rupiah dan valuta asing bagi bank umum yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah.
- e) PBI No. 10/24/PBI/2008 tentang perubahan kedua atas PBI No. 8/21/PBI/2008 tentang penilaian kualitas aktiva bank umum yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah.
- f) PBI No. 10/32/PBI/2008 tentang komite perbankan syariah.
- g) PBI No. 11/3/PBI/2009 tentang Bank Umum Syariah

c. Prinsip-Prinsip Bank Syariah

Menurut UU No. 10 Tahun 1998 tentang perubahan UU NO. 7 Tahun 1992 tentang perbankan disebutkan bahwa bank syariah adalah bank umum yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip Islam yang dalam menjalankannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

³⁵ Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Kencana, 2012), Hlm.206

³⁶ Bank Indonesia, Perbankan Syariah, www.bi.go.id/perbankan/syariah. Diunduh 16

Dalam menjalankan aktivitasnya, bank Islam menganut prinsip-prinsip berikut:³⁷

- 1) Prinsip keadilan, prinsip tercermin dari penerapan imbalan atas dasar bagi hasil dan pengambilan margin keuntungan yang disepakati bersama antara bank dengan nasabah.
- 2) Prinsip kemitraan/ kesederajatan, bank Islam menempatkan nasabah penyimpan dana, nasabah pengguna dana, maupun bank pada kedudukan yang sepa berimbang/ sederajat antara nasabah penyimpan dana, nasabah pengguna dana maupun bank yang sederajat sebagai mitra usaha. Hal ini tercermin dalam hak kewajiban, risiko dan keuntungan yang berimbang antara nasabah penyimpandana, nasabah pengguna dana maupun bank. Dalam hal ini, bank berfungsi sebagai *intermediary institution* melalui skim pembiayaan yang dimilikinya.
- 3) Prinsip ketentraman, produk-produk bank Islam telah sesuai dengan prinsip dan kaidah muamalah Islam, antara lain tidak adanya unsur riba serta penerapan zakat harta. Dengan demikian, nasabah akan merasakan ketentraman lahir maupun batin.
- 4) Prinsip transparansi/ keterbukaan, melalui laporan keuangan bank yang terbuka secara berkesinambungan, nasabah dapat mengetahui tingkat keamanan dana dan kualitas manajemen bank.
- 5) Prinsip universalitas, bank dalam mendukung operasionalnya tidak membedakan suku, agama, ras dalam masyarakat dengan prinsip Islam sebagai *Rakhmatan Lil 'alamin*.
- 6) Tidak ribawi (*nonusurious*).
- 7) Laba yang wajar (*legitimate profit*).

Dengan demikian, dalam operasinya bank Islam mengikuti aturan dan norma Islam, seperti yang dijelaskan diatas, yaitu:³⁸

³⁷ Veithzal Rival, dan Arviyan Arifin, *Islamic Banking* (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), Hlm.171-172.

³⁸ *ibid*, Hlm.172

- 1) Bebas dari bunga (*riba*).
- 2) Bebas dari kegiatan spekulatif yang nonproduktif seperti perjudian (*maysir*).
- 3) Bebas dari hal yang tidak jelas dan meragukan (*gharar*).
- 4) Bebas dari hal-hal yang rusak atau tidak sah (*bathil*).
- 5) Hanya membiayai kegiatan usaha yang halal.

d. Akad-Akad Jual Beli dan Sewa

1) Akad dalam Jual Beli

(a) Salam

Salam secara terminologis adalah transaksi terhadap sesuatu yang dijelaskan sifatnya dalam tanggungan dalam suatu tempo dengan harga yang diberikan kontan di tempat transaksi. Dikatakan salam karena ia menyerahkan uangnya terlebih dahulu sebelum menerima barang dagangannya.

Menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, *salam* adalah jasa pembiayaan yang berkaitan dengan jual beli yang pembiayaannya dilakukan bersamaan dengan pemesanan barang.³⁹

(b) Istishna'

Istishna' secara terminologis adalah transaksi terhadap barang dagangan dalam tanggungan yang disyaratkan untuk mengerjakannya. Objek transaksinya adalah barang yang harus dikerjakan dan pekerjaan pembuatan barang itu.

Menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, *istishna'* adalah jual beli barang atau jasa dalam bentuk pemesanan dengan kriteria dan persyaratan tertentu yang disepakati antara pihak pemesan dan pihak penjual.⁴⁰

³⁹ Mardani, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Kencana, 2012), Hlm.113

⁴⁰ *Ibid*, Hlm.124

(c) *Al-Bai' Naqdam*

Al-bai' naqdam adalah akad jual beli biasa yang dilakukan secara tunai. Uang maupun barang diserahkan di muka pada saat yang bersamaan, yakni di awal transaksi (tunai).⁴¹

(d) *Al-Bai' Muajjal*

Al-bai' muajjal adalah jual beli dilaksanakan tidak secara tunai, tapi dengan cicilan. Pada jenis ini, barang diserahkan di awal periode, sedangkan uang dapat diserahkan pada periode selanjutnya.

(e) *Al-Bai' Taqsith*

Al-bai' taqsith adalah jual beli yang pembayarannya dilakukan secara cicilan selama periode utang.⁴²

2) Akad Sewa

(a) *Ijarah*

Ijarah adalah perjanjian sewa-menyewa suatu barang dalam waktu tertentu melalui pembayaran sewa. Menurut Dr. Muhammad Syafi'i Antonio, *ijarah* adalah akad pemindahan hak guna atas barang dan jasa, melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan (*ownership/milkiyah*) atas barang itu sendiri.⁴³

(b) *Ijarah Muntahiya Bi at-Tamlik*

Ijarah muntahiya bi at-tamlik (IMBT) adalah sejenis perpaduan antara kontrak jual beli dan sewa, atau lebih tepatnya akad sewa yang diakhiri dengan kepemilikan barang ditangan si pembeli. Menurut kamus ekonomi syariah, *ijarah muntahiya bi at-tamlik* adalah *ijarah* dengan janji (*wa'ad*) yang mengikat pihak yang menyewakan untuk menjadikan kepemilikan kepada penyewa.⁴⁴

⁴¹ Adiwarmanto A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016), Hlm.72

⁴² *Ibid*, Hlm.73

⁴³ Mardani, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Kencana, 2012), Hlm.245

⁴⁴ *Ibid*, Hlm.253

3. Bagi Hasil

a. Pengertian Bagi Hasil

Bagi hasil menurut terminologi asing (Bahasa Inggris) dikenal dengan *profit sharing*. Profit dalam kamus ekonomi diartikan pembagian laba. Secara istilah *profit sharing* diartikan sebagai distribusi beberapa bagian laba pada pegawai perusahaan.⁴⁵

Menurut Syafii Antonio, bagi hasil adalah suatu system pengolahan dana dalam perekonomian Islam yakni pembagian hasil usaha antara pemilik modal (*shahibul mal*) dan pengelola (*mudharib*). Secara umum prinsip bagi hasil dalam perbankan syariah dapat dilakukan dalam empat akad utama, yaitu *al-musyarakah*, *al-mudharabah*, *al-muzara'ah* dan *al-musaqah*. Tetapi prinsip yang paling banyak dipakai adalah *al-musyarakah* dan *al-mudharabah*, sedangkan *al-muzaraah* dan *al-musaqah* dipergunakan khusus untuk *plantation financing* atau pembiayaan pertanian oleh beberapa bank Islam.⁴⁶

Bagi hasil didefinisikan sebagai suatu system yang meliputi pembagian bagi hasil usaha antara pemodal dan pengelola dana pembagian hasil usaha. Misalnya, antara bank syariah dengan penyimpan dana serta antara bank syariah dengan nasabah penerima dana.⁴⁷

Bagi hasil adalah pembagian atas hasil usaha yang telah dilakukan oleh pihak-pihak yang melakukan perjanjian yaitu pihak nasabah dan pihak bank syariah. Dalam hal ini terdapat dua pihak yang melakukan perjanjian usaha, maka hasil atas usaha yang dilakukan oleh kedua pihak atau salah satu pihak, akan dibagi sesuai dengan porsi masing-masing pihak yang melakukan akad perjanjian. Pembagian usaha dalam perbankan syariah ditetapkan dengan menggunakan nisbah. Nisbah yaitu persentase yang

⁴⁵ Muhammad, *Teknik Perhitungan Bagi Hasil di Bank Syariah*, (Yogyakarta, Un Press, 2001), Hlm.3.

⁴⁶ Syafii Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), Hlm.90.

⁴⁷ Ahmad Ifham, *Ini Lho Bank Syariah! Memahami Bank Syariah dengan Mudah*, (Jakarta, Gramedia, 2015), Hlm.45.

disetujui oleh kedua pihak dalam menentukan bagi hasil atas usaha yang dikerjasamakan.⁴⁸

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Bagi Hasil

1) Investment Rate

Merupakan presentase dana yang diinvestasikan kembali oleh bank syariah ke dalam pembiayaan maupun penyaluran dana lainnya. Kebijakan ini diambil karena adanya ketentuan dari Bank Indonesia, bahwa sejumlah persentase tertentu atas dana yang dihimpun dari masyarakat, tidak boleh diinvestasikan akan tetapi harus ditempatkan dalam giro wajib minimum untuk menjaga likuiditas bank syariah. Giro wajib minimum (GWM) merupakan dana yang wajib dicadangkan oleh setiap bank untuk mendukung likuiditas bank.

Misalnya, giro wajib minimum sebesar 8%, maka total dana yang dapat diinvestasikan oleh bank syariah maksimum sebesar 92%. Hal ini akan memengaruhi terhadap bagi hasil yang diterima oleh nasabah investor.

2) Total Dana Investasi

Total dana investasi yang diterima oleh bank syariah akan memengaruhi bagi hasil yang diterima oleh nasabah investor. Total dana yang berasal dari investasi *mudharabah* dapat dihitung dengan menggunakan saldo minimal bulanan atau saldo harian. Saldo minimal bulanan merupakan saldo minimal yang pernah mengendap dalam satu bulan. Saldo minimal akan digunakan sebagai dasar perhitungan bagi hasil. Saldo harian merupakan saldo rata-rata pengendapan yang dihitung secara harian, kemudian nominal saldo harian digunakan sebagai dasar perhitungan nisbah bagi hasil.

3) Jenis Dana

Investasi *mudharabah* dalam penghimpunan dana, dapat ditawarkan dalam beberapa jenis yaitu: tabungan *mudharabah*,

⁴⁸ Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2013), Hlm.95-96.

deposito *mudharabah* dan sertifikat investasi *mudharabah* antarbank syariah (SIMA). Setiap jenis dana investasi memiliki karakteristik yang berbeda-beda sehingga akan berpengaruh pada besarnya hasil.⁴⁹

4) Nisbah

Nisbah merupakan persebtase tertentu yang diebutkan dalam akad kerja sama usaha (*mudharabah* dan *musyarakah*) yang telah disepakati antara bank dan nasabah investor. Karakteristik nisbah akan berbeda-beda dilihat dari beberapa segi antara lain:

- a) Persentase nisbah antarbank syariah akan berbeda, hal ini tergantung pada kebijakan masing-masing bank syariah.
- b) Persentase nisbah akan berbeda sesuai dengan jenis dana yang dihimpun. Misalnya, nisbah antara tabungan dengan deposito akan berbeda.
- c) Jangka waktu investasi *mudharabah* akan berpengaruh pada besarnya persentase nisbah bagi hasil. Misalnya, nisbah untuk deposito berjangka dengan jangka waktu satu bulan akan berbeda dengan deposito berjangka dengan jangka waktu tiga bulan dan seterusnya.

5) Metode Perhitungan Bagi Hasil

Bagi hasil akan berbeda tergantung pada dasar perhitungan bagi hasil, yaitu bagi hasil yang dihitung dengan menggunakan konsep *revenue sharing* dan bagi hasil dengan menggunakan *profit/loss sharing*. Bagi hasil yang menggunakan *revenue sharing*, dihitung dari pendapatan kotor sebelum dikurangi dengan biaya. Bagi hasil dengan *profit/loss sharing* dihitung berdasarkan persentase nisbah dikalikan dengan laba usaha sebelum pajak.

a) Bagi Hasil dengan Menggunakan *Revenue Sharing*

Dasar perhitungan bagi hasil yang menggunakan *revenue sharing* adalah perhitungan bagi hasil yang didasarkan atas

⁴⁹ *Ibid*, Hlm.97

penjualan dan/atau pendapatan kotor atas usaha sebelum dikurangi dengan biaya. Bagi hasil dalam *revenue sharing* dihitung dengan mengendalikan nisbah yang telah disetujui dengan pendapatan bruto.⁵⁰

Contoh berikut untuk mempermudah penjelasan.

Nisbah yang telah ditetapkan adalah 10% untuk bank dan 90% untuk nasabah. Dalam hal bank sebagai *mudharib* dan nasabah sebagai *shahibul maal*, bila bank syariah memperoleh pendapatan Rp 10.000.000,- maka bagi hasil yang diterima oleh bank adalah $Rp\ 10\% \times Rp\ 10.000.000,- = Rp\ 1.000.000,-$ dan bagi hasil yang diterima oleh nasabah sebesar Rp 9.000.000,-.

Pada umumnya bagi hasil terhadap investasi dana dari masyarakat menggunakan *revenue sharing*.

b) Bagi Hasil dengan Menggunakan Profit/ Loss Sharing

Dasar perhitungan bagi hasil dengan menggunakan profit/loss sharing merupakan bagi hasil yang dihitung dari laba/ rugi usaha. Kedua pihak, bank syariah maupun nasabah akan memperoleh keuntungan atas hasil usaha *mudharib* dan ikut menanggung kerugian bila usahanya mengalami kerugian.

Dalam contoh tersebut, misalnya total biaya Rp 9.000.000,- maka:

- (1) Bagi hasil yang diterima oleh nasabah adalah Rp 900.000,- ($90\% \times (Rp\ 10.000.000,- - Rp\ 9.000.000,-)$)
- (2) Bagi hasil untuk bank syariah sebesar Rp 100.000,- ($10\% \times (Rp\ 10.000.000,- - Rp\ 9.000.000,-)$)

6) Kebijakan Akuntansi

Kebijakan akuntansi akan berpengaruh pada besarnya bagi hasil. Beberapa kebijakan akuntansi yang akan memengaruhi bagi hasil antara lain penyusutan. Penyusutan akan berpengaruh pada laba usaha bank. Bila bagi hasil menggunakan metode profit/loss sharing, maka penyusutan akan berpengaruh pada bagi hasil, akan tetapi bila

⁵⁰ *Ibid*, Hlm.98.

menggunakan *revenue sharing*, maka penyusutan tidak memengaruhi bagi hasil.

c. Indikator Bagi Hasil

Indikator bagi hasil terdapat tiga macam yaitu:⁵¹

1) Kejelasan Besarnya Bagi Hasil

Penentuan nisbah bagi hasil harus ditentukan dan disetujui pada awal perjanjian dengan pedoman pada kemungkinan untung atau rugi.

2) Manfaat dari Bagi Hasil

Nasabah akan mendapatkan manfaat dari bagi hasil yang diterima. Bagi hasil akan memberikan manfaat berupa investasi halal sehingga yang melakukan transaksi di bank syariah akan mendapatkan kenyamanan dengan system bagi hasil yang diberikan. Hal ini dikarenakan system bagi hasil merupakan system pembagian keuntungan yang menjauhi riba.

3) Bagi Hasil yang Kompetitif

Besarnya bagi hasil dihitung berdasarkan keuntungan yang diperoleh, keadilan dalam pembagian keuntungan merupakan salah satu prinsip dalam menghitung bagi hasil sehingga nasabah merasa nyaman dengan system bagi hasil.

4. Layanan *Mobile Banking*

a. Pengertian *Mobile Banking*

Mobile/phone banking adalah saluran yang memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi dengan bank via telepon. Pada awalnya lazim diakses melalui telepon rumah, namun seiring dengan makin populernya telepon genggam, maka tersedia pula nomor akses khusus via HP bertarif panggilan flat dari mana pun nasabah berada.⁵²

Mobile banking adalah layanan perbankan yang dapat diakses langsung melalui telepon seluler/*handphone* GSM (*Global for Mobile Communicaty*)

⁵¹ Zamir I, *Resiko Perbankan Syariah*, (Jakarta: Salemba Empat, 2000), Hlm.55

⁵² Ikatan Bankir Indonesia (IBI), *Strategi Sukses Bisnis Bank*, (Jakarta: Gramedia, 2014), Hlm.147

dengan menggunakan SMS (*Short Message Service*). *Mobile banking* adalah layanan perbankan melalui telepon seluler dengan menggunakan jaringan data yang digunakan oleh nasabah.⁵³

Mobile banking merupakan salah satu hasil layanan bank yang banyak diminati oleh para nasabah karena layanan ini membuat nasabah suatu bank mampu melakukan transaksi perbankan serta melihat informasi tentang rekeningnya dengan menggunakan *handphone* jenis apapun.⁵⁴

Penggunaan layanan *mobile banking* pada telepon seluler memungkinkan para nasabah dapat lebih mudah untuk menjalankan aktivitas perbankannya tanpa batas ruang dan waktu. Dengan adanya layanan *mobile banking* diharapkan dapat memberikan kemudahan dan manfaat bagi para nasabah dalam melakukan akses ke bank tanpa harus datang langsung ke bank.⁵⁵

b. Manfaat Mobile Banking

Pada awalnya, fasilitas *mobile/phone banking* hanya bersifat informasi, yaitu untuk informasi jasa/produk bank dan informasi saldo rekening serta dilayani oleh *Customer Service Operator/CSO*.

Namun profilnya kemudian berkembang untuk transaksi pemindahbukuan antar rekening, pembayaran (kartu kredit, listrik dan telepon), pembelian (voucher dan tiket), dan transfer ke bank lain, serta dilayani oleh *Interactive Voice Response (IVR)*. Fasilitas ini boleh dibilang lebih praktis ketimbang ATM untuk transaksi non-tunai, karena cukup menggunakan telepon/ HP dimanapun kita berada, kita bisa melakukan berbagai transaksi, termasuk transfer ke bank lain.⁵⁶

Mobile Banking kini telah tersebar ke seluruh dunia, tak hanya dinikmati oleh negara peluncur sistem *mobile banking* saja, seluruh dunia pun telah

⁵³ Syariah Mandiri. Produk Perbankan, www.syariahamandiri.co.id diunduh 17 Januari 2019

⁵⁴ Wiji Nurastuti, *Teknologi Perbankan*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), Hlm.130

⁵⁵ Wahyu agus winarno, Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah Dimodifikasi (Analysis Behavioral Intention to Uses of Mobile Banking Technology Acceptance Model (TAM) Approach Modified)*, e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi, 2017, Volume IV (1) : 24-29

⁵⁶ katan Bankir Indonesia (IBI), *Strategi Sukses Bisnis Bank*, (Jakarta: Gramedia, 2014), Hlm.147

menikmati kemudahan akses perbankan yang ditawarkan bank melalui *mobile banking* dimana saja melalui perangkat *mobile* seperti *Handphone*. Dengan adanya *mobile banking*, pihak bank berusaha mempermudah akses para nasabahnya dalam melakukan transaksi perbankan. Para nasabah bank tidak perlu lagi pergi ke ATM untuk melakukan transaksi, cukup dengan menggunakan telepon seluler.

Hampir semua bank di Indonesia telah menyediakan fasilitas *mobile banking*, baik berupa *SIM toolkit* (Menu Layanan Data) maupun *SMS plain* (*SMS Manual*) yang biasa dikenal dengan *SMS banking*. *SMS banking* merupakan sebuah fasilitas yang disediakan oleh bank untuk melakukan transaksi keuangan dan permintaan informasi keuangan seperti cek saldo, mutasi rekening dan sebagainya.

Keunggulan *mobile banking* adalah dapat diakses oleh seluruh pengguna telepon seluler dengan tipe GSM. Dengan luasnya jangkauan signal GSM, layanan *mobile banking* tentu sangat memanjakan para nasabahnya. Namun untuk pengguna ponsel dengan tipe CDMA, belum semua operatornya menyediakan layanan *mobile banking*.

Kemanfaatan penggunaan *mobile banking* bagi nasabah meliputi membuat pekerjaan lebih mudah, menambah produktivitas, mempertinggi efektivitas, dan mengembangkan kinerja pekerjaan. Kemanfaatan yang meningkatkan kinerja akan berdampak terhadap penggunaan teknologi.

c. Indikator Layanan Mobile Banking

Layanan adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lainnya atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan.⁵⁷

1) Kecepatan

Kecepatan yakni kemampuan memberikan pelayanan secara cepat.

⁵⁷ Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), Hlm.211

2) Keamanan

Keamanan yakni kemampuan untuk memberikan layanan yang aman dalam melakukan transaksi.

3) Akurasi

Akurasi yaitu keakurasian data yang diterima nasabah dalam memperoleh informasi.

4) Kepercayaan

Kepercayaan yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan perbankan.

B. Penelitian Terdahulu

Table 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Ade Fadillah FW Pospos	Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan tabungan BSM di PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Langsa.	Y=Minat Nasabah X1=Fasilitas Produk X2=Promosi X3=Lokasi	Faktor fasilitas produk, promosi, dan lokasi memiliki pengaruh positif terhadap variabel menabung. Sedangkan secara parsial variabel fasilitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel minat menabung. Untuk variabel promosi secara parsial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap

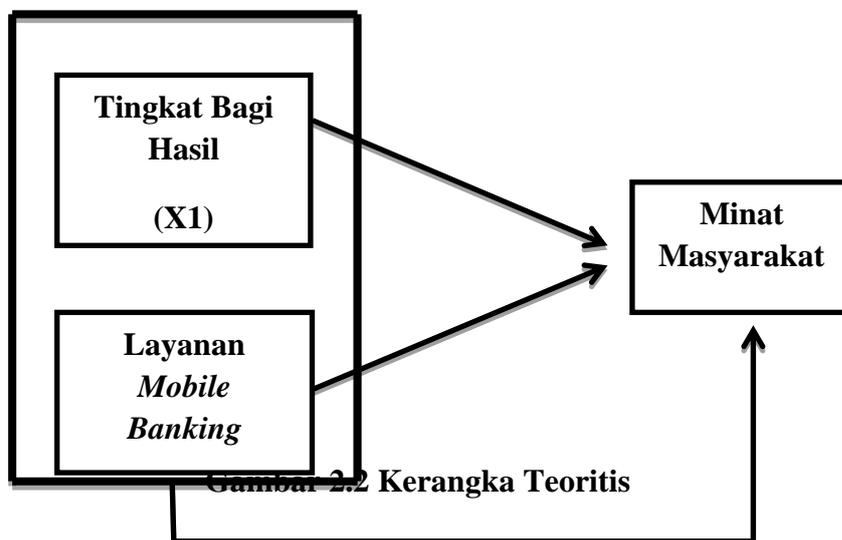
				variabel minat menabung dan variabel lokasi secara parsial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menabung.
2.	Lisda Aldina Hasibuan	Pengaruh pelayanan ATM di tempat umum terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri cabang Rantauprapat.	Y=Kepuasan Nasabah X=Pelayanan ATM	Secara bersama-sama pelayanan ATM berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah itu dibuktikan dengan adanya uji secara parsial terhadap variabel tersebut.
3.	Amat Yunus	Faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menggunakan jasa perbankan syariah (studi kasus masyarakat Bekasi).	Y=Minat Masyarakat X1=Pengetahuan Masyarakat X2=Jumlah Jaringan X3=ATM X4=Pelayanan	Faktor pendidikan pengetahuan masyarakat tentang perbankan syariah, jumlah jaringan kantor, ATM dan pelayanan bank memiliki pengaruh signifikan dalam menentukan minat masyarakat untuk menggunakan jasa bank syariah.

4.	Eliza Fitriah	Pengaruh tingkat bagi hasil bank syariah terhadap minat nasabah menggunakan produk mudharabah (studi kasus PT. Bank Syariah Mandiri)	Y=Minat Nasabah X=Tingkat Bagi Hasil	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap variabel minat nasabah.
5.	Fitri Maysya	Pengaruh periklanan, promosi, penjualan dan hubungan masyarakat terhadap keputusan menabung di PT.BNI, Tbk cabang Bukit Tinggi.	Y=keputusan Menabung X1=Periklanan X2=Promosi X3=Penjualan X4=Hubungan Masyarakat	Periklanan dan hubungan masyarakat mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menabung di PT.BNI, Tbk cabang Bukit Tinggi. Periklanan dan hubungan masyarakat adalah yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan menabung konsumen.

C. Kerangka Teoritis

Kerangka kerja teoritis adalah model konseptual yang menggambarkan hubungan di antara berbagai macam faktor yang telah diidentifikasi sebagai sesuatu hal yang penting bagi suatu masalah. Dalam hal ini, kerangka kerja teoritis membahas keterhubungan antar variabel yang dianggap terintergrasikan dalam dinamika situasi yang akan diteliti. Melalui pengembangan kerangka kerja konseptual, memungkinkan kita untuk menguji beberapa hubungan antar variabel, sehingga kita dapat mempunyai pemahaman yang komprehensif atas masalah yang sedang kita teliti.⁵⁸

Dengan memperhatikan uraian di atas, maka pada bagian ini akan diuraikan beberapa hal yang penulis jadikan sebagai landasan berpikir kedepannya. Landasan yang dimaksud akan lebih mengarahkan penulis untuk menemukan data dan informasi dalam penelitian guna memecahkan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya. Untuk itu penulis menguraikan landasan berpikir pada gambar di bawah ini:



D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara yang diturunkan melalui teori terhadap masalah penelitian. Hipotesis adalah suatu pernyataan yang masih

⁵⁸ Nur Ahmadi Bi Rahmani, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, (Medan: FEBI UIN-SU Press, 2016), Hlm.23.

harus di uji kebenarannya secara empiris. Jika dimaknai secara bebas, maka hipotesis berarti pendapat yang kebenarannya masih diragukan. Untuk bisa memastikan kebenaran dari pendapat tersebut, maka suatu hipotesis harus di uji atau dibuktikan kebenarannya.⁵⁹ Hubungan antara variabel dalam penelitian ini memiliki hipotesis sebagai berikut:

1) H_{01} = Tidak adanya pengaruh tingkat bagi hasil terhadap minat masyarakat menabung pada UUS BTN Medan Juanda.

H_{a1} = Adanya pengaruh tingkat bagi hasil terhadap minat masyarakat menabung pada UUS BTN Medan Juanda.

2) H_{02} = Tidak adanya pengaruh layanan *mobile banking* terhadap minat masyarakat menabung pada UUS BTN Medan Juanda.

H_{a2} = Adanya pengaruh layanan *mobile banking* terhadap minat masyarakat menabung pada UUS BTN Medan Juanda.

3) H_{03} = Tidak adanya pengaruh tingkat bagi hasil dan layanan *mobile banking* secara bersama-sama terhadap minat masyarakat menabung pada UUS BTN Medan Juanda.

H_{a3} = Adanya pengaruh tingkat bagi hasil dan layanan *mobile banking* secara bersama-sama terhadap minat masyarakat menabung pada UUS BTN Medan Juanda.

⁵⁹ *Ibid*, Hlm.25.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif yaitu penelitian yang berkaitan dengan angka-angka dan dapat diukur untuk melihat pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent* berdasarkan data yang ada dan disertai dengan suatu analisa atau gambaran mengenai situasi atau kejadian yang ada, sehingga penulis dapat mengetahui pengaruh tingkat bgai hasil dan layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah pada UUS BTN KCS Medan Juanda.

B. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada masyarakat di Kecamatan Medan Polonia, Medan. Dan waktu penelitian dilakukan selama empat bulan dimulai sejak bulan Mei-Agustus 2019.

C. Populasi dan Sampel

Menurut Sugiono, populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya⁶⁰. Berdasarkan pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa populasi adalah kumpulan dari keseluruhan pengukuran, objek, atau individu yang sedang dikaji. Sedangkan sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kecamatan Medan Polonia yang berjumlah 66.119 orang. Sedangkan teknik pengambilan sampel penelitian ini menggunakan rumus slovin yaitu:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$
$$n = \frac{66.119}{1+66.119.(0,1)^2}$$

⁶⁰ Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung:Alfabet, 2013), hal 90

$$n = \frac{66.119}{1+661,19}$$

$$n = 99,849$$

Dengan demikian, jumlah sampel yang dibutuhkan adalah 100 masyarakat.

D. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

- a) Data primer, yaitu data yang diperoleh dengan menggunakan kuesioner (angket) yang berisikan pernyataan-pernyataan atau pertanyaan-pertanyaan yang disusun secara tertulis.
- b) Data Sekunder, yaitu data yang sifatnya mendukung data primer yang diperoleh melalui dokumen-dokumen perusahaan dan laporan-laporan yang ada relevansinya dengan penelitian ini.

2. Sumber Data

Sumber data primer didapat dengan menyebarkan kuesioner di lokasi penelitian, yang merupakan objek dari penelitian yang terdiri dari masyarakat Kecamatan Medan Polonia, Medan. Sumber data sekunder didapat dari laporan keuangan neraca dan distribusi bagi hasil UUS BTN.

E. Teknik Pengumpulan Data

Adapun data dikumpulkan menggunakan angket dengan skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Likert. Skala Likert merupakan lima pilihan jawaban dari sangat tidak setuju sampai pada sangat setuju yang merupakan sikap atau persepsi seseorang atas suatu kejadian atau pertanyaan maupun pernyataan yang diberikan dalam bentuk kuesioner.

Table 3.1
Istrumen Skala Likert

No	Pernyataan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

F. Definisi Operasional Variabel

Untuk menyamakan pemahaman tentang variabel yang diteliti perlu dijelaskan variabel yang diteliti. Variabel-variabel yang dioperasionalkan dalam penelitian ini adalah variabel yang terkandung dalam hipotesis yang telah dirumuskan.

Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas dan memudahkan peneliti, maka:

1. Minat (*Dependent Variabel*) yang dinyatakan dengan simbol Y. minat adalah daya tarik yang ditimbulkan oleh objek tertentu yang membuat seseorang merasa senang dan mempunyai keinginan untuk berkecimpung atau berhubungan dengan objek tersebut sehingga timbul suatu keinginan, dalam hal ini keinginan untuk menabung.

Indikator minat:⁶¹

- a. Dorongan dari dalam individu
 - b. Motif Sosial
 - c. Faktor emosional
2. Tingkat Bagi Hasil (*Independent Variabel*) yang dinyatakan dengan simbol X1. Bagi hasil adalah pembagian atas hasil usaha yang telah dilakukan oleh pihak-pihak yang melakukan perjanjian yaitu pihak nasabah dan pihak bank syariah.

⁶¹ Rafik Isa Baekun, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), Hlm.106.

Indikator bagi hasil:⁶²

- a. Kejelasan besarnya nisbah bagi hasil
 - b. Manfaat dari bagi hasil
 - c. Bagi hasil yang kompetitif
3. Layanan *Mobile Banking (Independent Variabel)* yang dinyatakan dengan simbol X2. *Mobile banking* merupakan salah satu hasil layanan bank yang banyak diminati oleh para nasabah karena layanan ini membuat nasabah suatu bank mampu melakukan transaksi perbankan serta melihat informasi tentang rekeningnya dengan menggunakan handphone jenis apapun.

Indikator *mobile banking*:⁶³

- a. Kecepatan bertransaksi
- b. Keamanan
- c. Akurasi
- d. Kepercayaan

G. Analisis Data

1. Uji Deskripsi

Uji deskripsi data yaitu upaya menampilkan data agar data tersebut dapat dipaparkan secara baik dan diinterpretasikan secara mudah.

2. Uji Validitas dan Reabilitas

Uji validitas dan reabilitas dilakukan untuk menguji apakah suatu kuisioner layak digunakan sebagai instrument penelitian. Validitas menunjukkan seberapa nyata suatu pengujian mengukur apa yang seharusnya diukur. Reabilitas menunjukkan akurasi dan konsistensi dari pengukurannya.

a. Uji Validitas

Pengujian dilakukan dengan menggunakan program *SPSS* dengan kriteria sebagai berikut:

⁶² Zamir I, *Resiko Perbankan Syariah*, (Jakarta: Salemba Empat, 2000), Hlm.55

⁶³ Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), Hlm.211

- 1) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pernyataan dinyatakan valid.
- 2) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka pernyataan dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Pengujian dilakukan dengan menggunakan program *SPSS* butir pernyataan yang sudah dinyatakan valid dalam uji validitas reliabilitasnya dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika r_{alpha} positif atau lebih besar dari r_{tabel} maka pernyataan reliabel.
- 2) Jika r_{alpha} negatif atau lebih kecil dari r_{tabel} maka pernyataan tidak reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengujian hipotesis, terlebih dahulu akan dilakukan pengujian terjadinya penyimpangan terhadap asumsi klasik. Dalam asumsi klasik terdapat beberapa pengujian yang harus dilakukan, yakni Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, dan Uji Heterokedastisitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah ingin mengetahui apakah distribusi data mengikuti atau mendekati distribusi normal. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan pendekatan Kolmogorov-Smirnov. Dengan menggunakan tingkat signifikansi 5% maka jika nilai $Asymp.sig.(2-tailed)$ di atas nilai signifikansi 5% artinya variabel residual berdistribusi normal.

b. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi adalah tidak adanya autokorelasi dalam model regresi. Metode pengujian yang sering digunakan adalah dengan uji Durbin-Watson (uji DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jika d lebih kecil dari dL atau lebih besar dari $(4-dL)$ maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi.
- 2) Jika d terletak antara dU dan $(4-dU)$, maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi.
- 3) Jika d terletak antara dL dan dU atau diantara $(4-dU)$ dan $(4-dL)$, maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

Nilai d_u dan d_l dapat diperoleh dari tabel statistik Durbin Watson yang bergantung banyaknya observasi dan banyaknya variabel yang menjelaskan.

c. Uji Multikolinieritas

Pengujian multikolinieritas dengan korelasi rank spearman lazim dipergunakan meskipun menimbulkan bias, karena pengamatan antara satu pengamat dengan pengamat lain bisa menimbulkan perbedaan persepsi. Oleh karena itu, penggunaan uji statistik diharapkan menghilangkan unsur bias tersebut.

d. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi linear kesalahan apakah pengganggu (e) mempunyai varians yang sama atau tidak dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk menguji heterokedastisitas dapat diketahui dari nilai signifikan korelasi Rank Spearman antara masing-masing variabel independent dengan residualnya. Jika nilai signifikan lebih besar α (5%) maka tidak terdapat heterokedastisitas dan sebaliknya jika lebih kecil dari α (5%) maka terdapat heterokedastisitas.

4. Uji Regresi Linier Berganda

Regresi linear berganda yaitu untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel bebas atau lebih variabel terhadap variabel terikat. Model regresi linear berganda dengan memakai program *SPSS* yaitu:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Dimana:

Y = Variabel terikat (Minat Nasabah Tabungan)

X₁ = Variabel bebas (Bagi Hasil)

X₂ = Variabel bebas (Layanan *mobile banking*)

α = konstanta

$\beta_{1,2}$ = Koefisien Regresi

e = Standar *error* (tingkat kesalahan) yaitu 0,05 (5%)

5. Uji Hipotesis

a. Uji Determinasi (R^2)

Uji ini digunakan untuk mengukur kedekatan hubungan dari model yang dipakai. Koefisien determinasi (*adjusted R²*) yaitu angka yang menunjukkan besarnya kemampuan varians atau penyebaran dari variabel-variabel bebas yang menerangkan variabel terikat atau angka yang menunjukkan seberapa besar variabel terikat dipengaruhi oleh variabel bebasnya.

Besarnya koefisien determinasi adalah antara 0 hingga 1 ($0 < \text{adjusted } R^2 < 1$), dimana nilai koefisien mendekati 1, maka model tersebut dikatakan baik karena semakin dekat hubungan variabel bebas dan variabel terikat

b. Uji Parsial (Uji t)

Uji t statistik dimaksudkan untuk menguji pengaruh secara parsial antara variabel terkait dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap konstan, dengan tingkat keyakinan 95% ($\alpha = 0,05$).

c. Uji Simultan (Uji F),

dengan maksud menguji apakah secara simultan variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat, dengan tingkat keyakinan 95% ($\alpha = 0,05$).

Kriteria pengujian

$F_{hitung} > F_{tabel} = H_0$ ditolak

$F_{hitung} < F_{tabel} = H_0$ diterima

BAB IV
TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Temuan Penelitian

1. Gambaran Umum Perusahaan

a. Sejarah Unit Usaha Syariah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk

Dilatar belakangi kesadaran umat Islam khususnya dan masyarakat pada umumnya untuk memanfaatkan sistem perbankan syari'ah disertai dengan komitmen PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk untuk memberikan yang terbaik bagi masyarakat terutama masyarakat yang membutuhkan jasa keuangan syari'ah, maka Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) Perusahaan Perseroan (Persero) PT. Bank Tabungan Tabungan Negara (Persero) Tbk, tentang pengesahan Rencana Kerja dan Anggaran perusahaan tahun 2004, mengamanatkan Pembentukan Unit Usaha Syariah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk sebagai unit bisnis dan dalam rangka meningkatkan kualitas dan kuantitas layanan kepada nasabah melalui penyediaan layanan secara *dual banking system*.

Untuk menindak lanjuti keputusan RUPS tersebut, pada tanggal 04 November 2004 PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk telah membentuk Unit Usaha Syari'ah yang bertugas mengelola unit bisnis perbankan berdasarkan prinsip syari'ah, sekaligus menunjuk konsultan pendamping pembentukan Unit Usaha Syariah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk yaitu PT. Batasa Tazkia.

Pada tanggal 15 Desember 2004 Berdasarkan Surat Bank Indonesia No.6/1350/DPbs telah Memberikan Izin Prinsip Bagi Pembukaan Kantor Cabang Syariah Bank BTN. PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Syariah (KCS) di dirikan pada tanggal 14 Februari 2005 di

Jakarta dan sampai saat ini PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk telah mempunyai 24 Kantor Cabang Syariah di Indonesia.⁶⁴

Pada tanggal 14 Februari 2005, bertepatan dengan 5 Muharram 1426 H, telah diadakan acara pembukaan PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Syariah yaitu di Jakarta. 22 Februari 2005 Pembukaan PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Syariah Bandung, 30 April 2005 dibuka Kantor Cabang Syariah Surabaya. 4 April 2005 dibuka Kantor Cabang Syariah Yogyakarta, 11 April 2005 dibuka Kantor Cabang Syariah di Makassar, 01 Desember 2005 dibuka Kantor Cabang Syariah Malang, 29 Desember 2005 dibuka Kantor Cabang Syariah Solo.

Dan selanjutnya pada tanggal 15 Desember 2006 dibuka Kantor Cabang Syariah Batam. Sejak tanggal 19 Desember Berdasarkan Surat Bank Indonesia No.8/2682/DPbS BTN Syariah Medan tercatat sebagai Kantor Cabang Syariah (KCS) yang ke 9 dan telah diresmikan pada tanggal 22 Februari 2007 oleh Gubernur Sumatera Utara dan Gubernur BI Cabang Medan. Sehingga pada tahun 2007 direncanakan PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk akan 18 Kantor Cabang Syariah (KCS). Kehadiran PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Syariah (KCS) Medan merupakan bentuk kepedulian manajemen Bank BTN untuk ikut serta melayani masyarakat dan membangun wilayah barat Indonesia terutama di wilayah Sumatera Utara dengan mempertimbangkan efisiensi dan efektifitas dalam berbisnis dan berusaha.

PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Syariah (KCS) mempunyai dasar pemikiran yang berdasarkan ketentuan dan aturan yang berkaitan dengan perbankan syariah yaitu sebagai berikut :

- 1) Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008.

⁶⁴ BTN. *Produk Pembiayaan BTN Syariah*, <https://www.btn.co.id/Syariah-Home/Syariah-Data-Sources/Product-Links-Syariah/Produk-BTN-Syariah/pembiayaan/Pembiayaan-Non-Perumahan/Pembiayaan-Multijasa-BTN--iB> diakses pada tanggal 22 Juni 2019

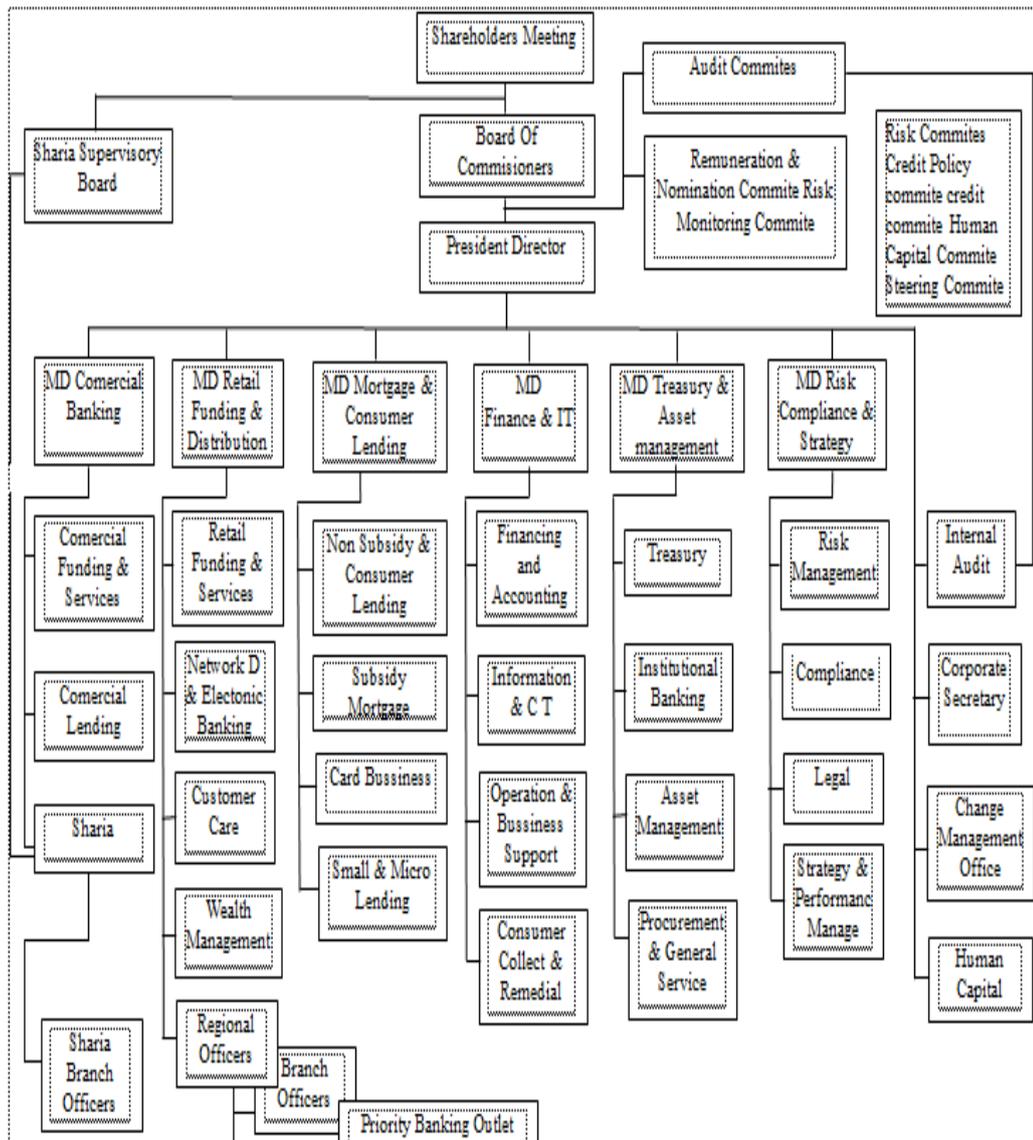
- 2) Surat Keputusan Direksi Bank Indonesia No. 32/23/Kep/Dir tanggal 12 Mei 1999 tentang Bank Umum berdasarkan Prinsip Syari'ah, perubahan kegiatan usaha, dan pembukaan KCS (Kantor Cabang Syari'ah).
- 3) Surat dari Bank Indonesia No. 6/1350/DPbS tanggal 15 Desember 2004 tentang pemberian izin bagi pembukaan KCS (Kantor Cabang Syari'ah) Bank BTN.
- 4) Peraturan Bank Indonesia No 2/7/PBI/2000 tanggal 27 Februari 2000 tentang Giro Wajib Minimum dalam rupiah dan valuta asing bagi Bank Umum yang telah melakukan kegiatan usaha berdasarkan Prinsip Syari'ah.
- 5) Peraturan Bank Indonesia No.2/14/PBI/2000 tanggal 9 juni 2000 tentang penyelenggaraan kliring lokal dan penyelesaian akhir transaksi antar Bank dan kliring lokal.
- 6) Surat Bank Indonesia No.7/218/DPbS tanggal 08 Maret 2005 perihal Ketentuan Dewan Pengawas Syari'ah dan Kegiatan Usaha Bank Konvensional yang melakukan Kegiatan Unit Usaha Syariah (UUS).
- 7) Peraturan Pemerintah RI Nomor 24 Tahun 1992 tentang Penyesuaian Bentuk Hukum Bank Tabungan Negara menjadi Perusahaan Peersorangan (Persero).
- 8) Pada bulan Desember 2009, PT.Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk telah resmi Go Publik dengan menjual saham kepada masyarakat maupun Pegawai Intern Bank BTN, sehingga dapat menambahkan Tbk pada nama belakangnya.

b. Struktur Organisasi UUS BTN

Struktur organisasi adalah kerangka dasar yang mempersatukan fungsi-fungsi suatu perusahaan yang mengakibatkan timbulnya hubungan-hubungan antara personil yang melaksanakan fungsi atau tugas masing-masing. Selain itu, struktur Organisasi juga merupakan gambaran tentang pembagian bidang kegiatan dan pendelegasian tugas dan wewenang.

Tujuan dari struktur organisasi perusahaan adalah untuk mempermudah pembentukan dan penetapan orang-orang atau personil-personil dari suatu perusahaan, selain itu untuk memperjelas bidang-bidang dari tiap personil sehingga tujuan perusahaan dapat dicapai dan tercipta keseluruhan yang baik dalam lingkungan kerja perusahaan.

PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Syari'ah



Gambar 4.1

Struktur Organisasi Perusahaan

c. Visi dan Misi PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk

1) Visi PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk

“Terdepan dan terpercaya dalam memfasilitasi sektor perumahan dan jasa layanan keuangan keluarga”.

2) Misi PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk

- a) Berperan aktif dalam mendukung sektor perumahan, baik dari sisi penawaran maupun dari sisi permintaan, yang terintegrasi dalam sektor perumahan di Indonesia⁶⁵.
- b) Memberikan layanan unggul dalam pembiayaan kepada sektor perumahan dan kebutuhan keuangan keluarga. Meningkatkan keunggulan kompetitif melalui inovasi pengembangan produk, jasa dan jaringan strategis berbasis digital.
- c) Menyiapkan dan mengembangkan human capital yang berkualitas, profesional, dan memiliki integritas tinggi.
- d) Meningkatkan *shareholder value* dengan fokus kepada peningkatan pertumbuhan profitabilitas sesuai dengan prinsip kehati-hatian dan *good corporate governance*.
- e) Memedulikan kepentingan masyarakat sosial dan lingkungan secara berkelanjutan.

2. Nilai-Nilai Budaya PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk

Bank BTN memiliki 5 Nilai Budaya Perusahaan yang menjadi pondasi bagi seluruh karyawan dalam berperilaku untuk mencapai visi Bank BTN, yaitu:

a. Sinergi

Membangun kerjasama yang sinergis dengan seluruh stakeholders dilandasi sikap tulus, terbuka dan mendorong kolaborasi yang produktif dengan menjunjung tinggi sikap saling percaya dan menghargai untuk mencapai tujuan bersama.

⁶⁵ BTN. *Tentang Kami*, <https://www.btn.co.id/Tentang-Kami#tabb420386e-8526-4d49-ae22-f16926c2ccfd> 1 diakses pada tanggal 01 agustus 2018

b. Integritas

Konsisten antara pikiran, perkataan dan tindakan sesuai dengan ketentuan perusahaan, kode etik profesi dan prinsip-prinsip kebenaran yang terpuji.

c. Inovasi

Senantiasa mengembangkan gagasan baru dan penyempurnaan berkelanjutan yang memberi nilai tambah bagi perusahaan.

d. Profesionalisme

Visioner, kompeten di bidangnya, selalu mengembangkan diri dengan teknologi terkini sehingga menghasilkan kinerja terbaik.

e. Spirit Mencapai Keunggulan

Menunjukkan semangat dan komitmen yang kuat untuk mencapai hasil terbaik serta memberikan pelayanan yang melebihi harapan pelanggan (internal dan eksternal) dengan menempatkan pentingnya aspek kualitas di setiap kegiatan serta risiko yang telah diperhitungkan.

3. Ruang Lingkup Bidang Usaha UUS BTN

Unit Usaha Syariah menawarkan kenyamanan dan kemudahan dalam setiap transaksi perbankan sehari-hari dengan menggunakan prinsip Syariah, fitur yang menarik serta mendapatkan berbagai macam keuntungan, adapun produk penghimpun dana, penyaluran dana dan jasa layanan sebagai berikut:

a. Produk Penghimpunan Dana

1) Tabungan BTN iB

Produk tabungan dengan menggunakan akad “*Wadi’ah*” (Titipan), yang merupakan titipan dari satu pihak ke pihak lain baik individu maupun lembaga yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat bila pemilik menghendaknya.

2) Tabungan BTN HAJI iB

Produk tabungan untuk merencanakan ibadah haji dan umroh berdasarkan prinsip syariah dengan menggunakan akad “*Mudharabah Mutlaqah*” (Investasi), yang merupakan kerja sama antara dua pihak dengan keuntungan dan kerugian dibagi menurut nisbah yang disepakati dimuka.

3) Tabungan BTN Prima iB

Produk tabungan dengan menggunakan akad “*Mudharabah Mutlaqah* (Investasi)”, yang merupakan kerja sama antara dua pihak. Pihak pertama (*shahibul maal*) menyediakan modal dan memberikan kewenangan penuh kepada pihak lainnya (*mudharib*) dalam menentukan jenis dan tempat investasi. Keuntungan dan kerugian dibagi menurut nisbah yang disepakati dimuka.

4) BTN Simpanan Pelajar iB

Tabungan untuk meningkatkan budaya menabung di kalangan siswa PAUD, TK, SD, SMP, SMA, Madrasah (MI, MTs, MA) atau sederajat dengan prinsip syariah yaitu akad “*Wadi’ah*” (Titipan), dimana merupakan titipan dari satu pihak ke pihak lain baik individu maupun lembaga yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat bila pemilik menghendakinya.

5) Tabunganku iB

Tabungan bagi anak berusia <17 tahun berdasarkan prinsip syariah dengan akad “*Wadi’ah*” (Titipan), yang merupakan titipan dari satu pihak ke pihak lain baik individu maupun lembaga yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat bila pemilik menghendakinya.

6) Giro BTN PRIMA iB

Produk simpanan dengan bagi hasil yang kompetitif untuk perusahaan yang memiliki aktifitas transaksi bisnis yang tinggi dengan menggunakan Akad “*Mudharabah Mutlaqah*” (Investasi), yang merupakan kerja sama

antara dua pihak dengan keuntungan dan kerugian dibagi menurut nisbah yang disepakati dimuka.

7) Giro BTN iB

Produk simpanan dana untuk kemudahan transaksi usaha anda dengan menggunakan akad "*Wadi'ah*" (Titipan), yang merupakan titipan dari satu pihak ke pihak lain baik individu maupun lembaga yang akan kami jaga dengan baik dan dikembalikan setiap saat bila pemilik menghendakinya.

8) Deposito BTN iB

Investasi berjangka bagi perorangan atau lembaga dengan bagi hasil kompetitif yang menggunakan akad "*Mudharabah Mutlaqah*" (Investasi), yaitu kerja sama antara dua pihak dengan keuntungan dan kerugian dibagi menurut nisbah yang disepakati dimuka.

9) Deposito ON CALL BTN iB

Investasi berjangka yang dapat memberikan optimalisasi keuntungan bagi likuiditas perusahaan dengan jangka waktu 1-28 hari dan dikelola melalui akad "*Mudharabah Mutlaqah*" (Investasi), yang merupakan kerja sama antara dua pihak dengan keuntungan dan kerugian dibagi menurut nisbah yang disepakati dimuka.

10) Tabungan BTN Emas iB

Produk tabungan untuk merencanakan pembelian emas yang merupakan salah satu bentuk investasi terbaik guna memenuhi kebutuhan masa depan dengan tetap mendapatkan bagi hasil yang menguntungkan serta berdasarkan prinsip syariah dengan akad "*Mudharabah Mutlaqah*" (Investasi)", yaitu kerja sama antara dua pihak dengan keuntungan dan kerugian dibagi menurut nisbah yang disepakati dimuka.

11) Tabungan BTN QURBAN iB

Adalah tabungan untuk mewujudkan niat ibadah qurban dengan akad *Mudharabah Mutlaqah*, Bank memberikan bagi hasil yang menguntungkan dan kompetitif.

b. Produk Penyaluran Dana (Pembiayaan)

1) Pembiayaan KPR BTN PLATINUM iB

Pembiayaan yang hadir sebagai solusi bagi kepemilikan rumah, ruko, hingga apartemen yang menjadi idaman, baik untuk pertama kali, yang kedua, atau bahkan yang ketiga melalui proses yang cepat, uang muka ringan dan angsuran tetap selama jangka waktu pembiayaan melalui akad "*Murabahah*" (jual beli) yang memberikan berbagai macam manfaat.

2) Pembiayaan KPR BTN SEJAHTERA iB

Pembiayaan kepada nasabah perorangan yang tergolong masyarakat berpenghasilan rendah (MBR) dengan akad *Murabahah* (jual beli) dalam rangka pemilikan rumah, rusun atau apartemen yang merupakan program pemerintah.

3) Pembiayaan KPR BTN INDENT iB

Fasilitas pembiayaan untuk memiliki rumah, ruko, rukan, rusun atau apartemen berdasarkan pesanan melalui akad "*Istishna*" (Jual Beli berdasarkan Pesanan).

4) Pembiayaan Emasku BTN iB

Pembiayaan Emasku BTN iB hadir untuk memberikan solusi bagi nasabah yang ingin memiliki investasi dengan kepemilikan emas lantakan (batangan) bersertifikat Antam berdasarkan prinsip syariah dengan menggunakan akad *Murabahah* (Jual Beli).

5) Pembiayaan Propeti BTN iB

Pembiayaan untuk masyarakat yang menginginkan kepemilikan atas properti baru atau memerlukan pembiayaan ulang (*refinancing*) untuk

properti yang telah dimiliki dengan menggunakan akad “*musyarakah mutanaqisah*” (kepemilikan asset bersama).

6) Pembiayaan KPR BTN Bersubsidi iB

Pembiayaan yang ditujukan untuk program kesejahteraan masyarakat berpenghasilan rendah yang bekerjasama dengan Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat dalam rangka kemudahan kepemilikan rumah, dengan akad “*Murabahah*” (jual beli) yang memberikan berbagai macam manfaat.

7) Pembiayaan Tunai Emas BTN iB

Solusi atas kebutuhan dana untuk keperluan mendadak dengan cara menggadaikan emas yang dimiliki dengan proses yang cepat dan aman serta angsuran yang ringan menggunakan akad “*Qardh*” (Gadai) yang disertai dengan surat gadai sebagai penyerahan Marhun untuk jaminan pengembalian seluruh atau sebagian hutang nasabah kepada bank (Murtahin).

8) Pembiayaan Kendaraan Bermotor BTN iB

Solusi kepemilikan kendaraan roda dua atau roda empat dengan proses yang cepat, administrasi yang mudah, harga dan angsuran yang tetap sampai dengan akhir pembiayaan melalui akad *Murabahah* (Jual Beli).

9) Pembiayaan Bangunan Rumah BTN iB

Pembiayaan yang dapat mewujudkan pembangunan rumah impian atau merenovasi hunian diatas lahan milik sendiri sesuai rencana dan keinginan nasabah melalui akad “*Murabahah*” (jual beli).

10) Pembiayaan Multimanfaat BTN iB

Solusi bagi pegawai dan pensiunan untuk keperluan pembelian jenis barang elektronik, furniture, dan kebutuhan lainnya tanpa uang muka, angsuran ringan dan tetap sampai dengan lunas dan jangka waktu

pembiayaan sampai dengan 10 tahun melalui akad “*Murabahah*” (Jual Beli).

11) Pembiayaan Multijasa BTN iB

Pembiayaan yang hadir untuk keperluan mendanai kebutuhan layanan jasa seperti Pendidikan, Kesehatan, Wisata, Umroh, dan Pernikahan dengan jangka waktu pembiayaan sampai dengan 10 tahun serta menggunakan akad “*Kafalah bil Ujroh*” (Imbalan atas jasa penjaminan).

12) Pembiayaan Konstruksi BTN iB

Pembiayaan Konstruksi BTN iB hadir untuk memberikan solusi bagi pebisnis guna membiayai konstruksi proyek properti yang meliputi bangunan dan infrastruktur yang terkait dengan menggunakan akad “*Musyarakah*” (kerjasama).

13) Pembiayaan Investasi BTN iB

Pembiayaan Investasi BTN iB hadir untuk memberikan solusi bagi nasabah guna pembelian/pengadaan barang investasi (*capital expenditure*) dengan menggunakan akad-akad murabahah (penyediaan dana atau tagihan), *musyarakah* (akad penyediaan dana untuk kerja sama) atau *istishna* (akad penyediaan dana atau tagihan)

14) Pembiayaan Modal Kerja BTN iB

Pembiayaan Modal Kerja BTN iB hadir untuk memberikan solusi bagi nasabah guna membiayai keperluan modal kerja nasabah (*operational expenditure*) dalam menjalankan bisnis dengan menggunakan akad kerjasama (*mudharabah* atau *musyarakah*).

c. Produk Jasa-jasa Perbankan Lainnya

1) Program Pengembangan Operasional (PPO)

Layanan perbankan untuk korporasi dengan memfasilitasi kebutuhan operasional berupa barang (seperti kendaraan, peralatan kantor, dan lain-

lain) ataupun dana operasional dalam rangka mendukung kelancaran operasional lembaga dengan persyaratan tertentu yang disepakati bank dan nasabah.

2) Penerimaan Biaya Perjalanan Haji

Layanan untuk mempermudah impian Ibadah Haji ke Tanah Suci yang terintegrasi langsung dengan Sistem Komputerisasi Haji Terpadu (SISKOHAT) Online, mulai dari pembayaran setoran awal untuk mendapatkan nomor porsi sampai dengan pelunasan keberangkatan.

3) *Payroll* BTN iB bagi karyawan

Layanan perbankan melalui Tabungan BTN Batara iB untuk memfasilitasi jasa *payroll* dan kebutuhan finansial karyawan korporasi yang dapat dilakukan diseluruh outlet Bank BTN ataupun UUS Bank BTN diseluruh wilayah Indonesia.

4) Kiriman Uang

Fasilitas kiriman uang yang dihadirkan Bank BTN berupa layanan pengiriman uang secara real time ke sesama Bank BTN dan BTN Syariah serta pengiriman uang ke Bank lain menggunakan fasilitas SKN, RTGS, Link, ATM Bersama dan Prima.

5) *Payment Point* BTN iB

Layanan perbankan untuk kemudahan nasabah melakukan transaksi berulang dan rutin seperti membayar tagihan telepon seluler, listrik, air dan pajak.

6) *I Cash Management System* (Icms)

Layanan berbasis internet dengan menggunakan aplikasi browser yang berguna membantu nasabah korporasi dalam mengelola kegiatan perbankan secara mandiri, efektif dan efisien.

7) SPP Online BTN iB

Merupakan jasa layanan bagi lembaga pendidikan berupa penerimaan setoran biaya pendidikan dan biaya lainnya yang terkait dengan penyelenggaraan pendidikan secara *online real time*.

8) *Safe Deposit Box* BTN iB

Suatu wadah dalam bentuk box yang dirancang khusus dengan ukuran tertentu dan dilengkapi dengan sistem pengamanan untuk menjamin keamanan barang-barang yang disimpan dari bahaya kebakaran, perampokan dan lain-lain serta menggunakan akad ijarah (sewa menyewa).

9) *Mobile Banking* BTN Syariah

Aplikasi yang berfungsi untuk memberikan kemudahan transaksi layanan perbankan melalui *smartphone* dengan cara yang aman, cepat dan mudah serta dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja sehingga tidak perlu datang langsung ke bank.

B. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Hasil Penelitian

Penelitian ini dikumpulkan data primer untuk mengetahui sejauh mana pengaruh tingkat bagi hasil dan layanan *mobile banking* terhadap minat masyarakat menabung pada UUS BTN. Melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang menjadi sampel penelitian. Pada analisa deskriptif ini, data responden dijelaskan melalui data tunggal. Data responden dalam penelitian ini sangat dibutuhkan untuk menjelaskan hasil yang diperoleh dari penelitian.

a. Karakteristik Responden

Sampel penelitian pengukuran pengaruh tingkat bagi hasil dan layanan *mobile banking* terhadap minat masyarakat menabung pada UUS BTN

Medan Juanda. Bagian ini menyajikan informasi mengenai gambaran secara umum responden berdasarkan jenis kelamin, umur/ usia, pendidikan dan pekerjaan. Berikut ini adalah masing-masing responden.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jumlah responden berdasarkan jenis kelamin pada penelitian ini adalah:

Tabel 4.1
Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Laki-Laki	45	45,0
2	Perempuan	55	55,0
Total		100	100,0

Sumber : Data diolah 2019

Dapat dilihat pada tabel 4.1 bahwa dari 100 responden yang digunakan untuk sampel, mayoritas responden berjenis kelamin perempuan dengan jumlah responden sebanyak 55 orang atau 50%, dan sisanya adalah responden laki-laki yakni sebanyak 45 orang atau sebesar 45%.

2. Karakteristik Responden Menurut Umur/ Usia

Jumlah responden berdasarkan usia pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2
Jumlah Responden Berdasarkan Umur/ Usia

No	Umur/ Usia	Frekuensi	Persentase
1	20 – 29 Tahun	38	38,0
2	30 – 39 Tahun	24	24,0
3	40 – 49 Tahun	27	27,0

4	>50 Tahun	11	11,0
Total		100	100,0

Sumber: Data diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui banyaknya responden berdasarkan umur/ usia dari hasil penelitian, mayoritas responden sebanyak 38 orang atau sebesar 38% adalah responden berusia 20 – 29 tahun, kemudian 27 orang atau 27% adalah responden berusia 40 – 49 tahun, kemudian 24 orang atau 24 % adalah responden berusia 30 – 39 tahun, sisanya 11 orang atau 11 % adalah responden berusia 50 tahun keatas.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Jumlah responden berdasarkan pendidikan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3
Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Pendidikan	Frekuensi	Persentase
1	SMU/ dibawahnya	55	55,0
2	Diploma	16	16,0
3	Sarjana	29	29,0
Total		100	100,0

Sumber: Data diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui banyaknya responden berdasarkan pendidikan dari hasil penelitian, mayoritas responden sebanyak 55 orang atau sebesar 55%, adalah responden berpendidikan SMU/ dibawahnya dan sisanya adalah responden yang berpendidikan

sarjana sebanyak 29 orang atau sebesar 29% dan diploma sebanyak 16 orang atau sebesar 16%.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Jumlah responden berdasarkan pekerjaan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4
Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1	Pelajar/ Mahasiswa	19	19,0
2	PNS/TNI/POLRI	7	7,0
3	BUMN	7	7,0
4	Pegawai Swasta	18	18,0
5	Wiraswasta	23	23,0
6	Lainnya	26	26,0
Total		100	100,0

Sumber: Data diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui banyaknya responden berdasarkan pekerjaan dari hasil penelitian, mayoritas responden sebanyak 26 orang atau 26% berprofesi lainnya, yang profesinya bukan pelajar/mahasiswa, PNS/TNI/POLRI, BUMN, pegawai swasta dan wiraswasta, responden yang pekerjaannya sebagai wiraswasta sebanyak 23 orang atau 23%, responden yang pekerjaannya sebagai

pelajar/mahasiswa sebanyak 19 orang atau 19%, responden yang pekerjaannya sebagai pegawai swasta sebanyak 18 orang atau 18%, dan sisanya responden yang pekerjaannya sebagai PNS/TNI/POLRI dan BUMN masing-masing sebanyak 7 orang atau 7%.

b. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian

Variabel-variabel dalam penelitian ini terdiri dari 3 variabel, yaitu tingkat bagi hasil (X1), layanan *mobile banking* (X2), dan minat (Y). deskripsi data setiap pernyataan akan menampilkan opsi jawaban responden terhadap item pernyataan yang akan menampilkan opsi jawaban responden terhadap item pernyataan yang akan diberikan penulis kepada responden. Berikut ini penulis sajikan tabel hasil angket yang telah disebarkan, yaitu:

1) Variabel Tingkat Bagi Hasil

Penyajian data jawaban responden berdasarkan variabel tingkat bagi hasil yang merupakan variabel bebas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.5
Hasil Angket Variabel Tingkat Bagi Hasil

No	Sangat Setuju (SS)		Setuju (S)		Kurang Setuju (KS)		Tidak Setuju (TS)		Sangat Tidak Setuju (STS)		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	5	5,0	31	31,0	44	44,0	16	16,0	4	4,0	100	100,0
2	5	6,0	34	34,0	33	33,0	22	22,0	5	5,0	100	100,0
3	14	14,0	26	26,0	31	31,0	22	22,0	7	7,0	100	100,0
4	14	14,0	23	23,0	33	33,0	24	24,0	6	6,0	100	100,0

Sumber: Data diolah 2019

Dari tabel diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

- a) Untuk item 1, sebanyak 5 orang (5%) menjawab sangat setuju, 31 orang (31%) menjawab setuju, 44 orang (44%) menjawab kurang setuju, 16 orang (16%) menjawab tidak setuju dan 4 orang (4%) menjawab sangat tidak setuju.
- b) Untuk item 2, sebanyak 5 orang (5%) menjawab sangat setuju, 34 orang (34%) menjawab setuju, 33 orang (33%) menjawab kurang setuju, 22 orang (22%) menjawab tidak setuju dan 5 orang (5%) menjawab sangat tidak setuju.
- c) Untuk item 3, sebanyak 14 orang (14%) menjawab sangat setuju, 26 orang (26%) menjawab setuju, 31 orang (31%) menjawab kurang setuju, 22 orang (22%) menjawab tidak setuju dan 7 orang (7%) menjawab sangat tidak setuju.
- d) Untuk item 4, sebanyak 14 orang (14%) menjawab sangat setuju, 23 orang (23%) menjawab setuju, 33 orang (33%) menjawab kurang setuju, 24 orang (24%) menjawab tidak setuju dan 6 orang (6%) menjawab sangat tidak setuju.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada jawaban responden yang menyetujui bahwa tingkat bagi hasil melalui penyebaran kuesioner yang dilakukan memiliki pengaruh didalam menarik minat masyarakat untuk menabung di UUS BTN. Terbukti dari jawaban responden yang setuju adalah jawaban kedua terbanyak setelah kurang setuju.

2) Variabel Layanan *Mobile Banking*

Penyajian data jawaban responden berdasarkan variabel pengembangan karyawan yang merupakan variabel bebas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.6

Hasil Angket Variabel Layanan *Mobile Banking*

No	Sangat Setuju (SS)		Setuju (S)		Kurang Setuju (KS)		Tidak Setuju (TS)		Sangat Tidak Setuju (STS)		Jumlah	
		%		%		%		%		%	F	%
1	4	4,0	1	1,0	5	5,0	0	0,0	0	0,0	10	100,0
2	1	8,0	9	9,0	7	3,0	0	0,0	0	0,0	17	100,0
3	1	8,0	5	5,0	6	7,0	1	0,0	0	0,0	17	100,0
4	3	1,0	2	2,0	6	7,0	0	0,0	0	0,0	11	100,0

Sumber: Data diolah 2019

Dari tabel diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

- a) Untuk item 1, sebanyak 44 orang (44%) menjawab sangat setuju, 51 orang (51%) menjawab setuju dan 5 orang (5%) menjawab kurang setuju.
- b) Untuk item 2, sebanyak 18 orang (18%) menjawab sangat setuju, 79 orang (79%) menjawab setuju dan 3 orang (3%) menjawab kurang setuju.
- c) Untuk item 3, sebanyak 18 orang (18%) menjawab sangat setuju, 65 orang (65%) menjawab setuju dan 17 orang (17%) menjawab kurang setuju.

- d) Untuk item 4, sebanyak 31 orang (31%) menjawab sangat setuju, 62 orang (62%) menjawab setuju dan 7 orang (7%) menjawab kurang setuju.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada jawaban responden yang menyetujui bahwa layanan *mobile banking* melalui penyebaran kuesioner yang dilakukan memiliki pengaruh yang kuat didalam menarik minat masyarakat untuk menabung di UUS BTN. Terbukti dari jawaban responden yang lebih mendominasi setuju.

3) Variabel Minat

Penyajian data jawaban responden berdasarkan variabel minat yang merupakan variabel terikat dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.7
Hasil Angket Variabel Minat

No	Sangat Setuju (SS)		Setuju (S)		Kurang Setuju (KS)		Tidak Setuju (TS)		Sangat Tidak Setuju (STS)		Jumlah	
		%		%		%		%		%	F	%
1	8	8,0	3	3,0	1	1,0	3	3,0		,0	100	100,0
2		7,0	8	8,0	2	2,0	0	0,0		,0	100	100,0
3	2	2,0	3	3,0	0	0,0	4	4,0		,0	100	100,0
4		1		4		4		2		0	1	1

	0	0,0	2	2,0	6	6,0		,0		,0	00	00,0
--	---	-----	---	-----	---	-----	--	----	--	----	----	------

Sumber: Data diolah 2019

Dari tabel diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

- a) Untuk item 1, sebanyak 18 orang (18%) menjawab sangat setuju, 33 orang (33%) menjawab setuju, 31 orang (31%) menjawab kurang setuju, dan 18 orang (18%) menjawab tidak setuju.
- b) Untuk item 2, sebanyak 7 orang (7%) menjawab sangat setuju, 18 orang (18%) menjawab setuju, 62 orang (62%) menjawab kurang setuju, 10 orang (10%) menjawab tidak setuju dan 3 orang (3%) menjawab sangat tidak setuju.
- c) Untuk item 3, sebanyak 12 orang (12%) menjawab sangat setuju, 33 orang (33%) menjawab setuju, 40 orang (40%) menjawab kurang setuju, 14 orang (14%) menjawab tidak setuju dan 1 orang (1%) menjawab sangat tidak setuju.
- d) Untuk item 4, sebanyak 10 orang (10%) menjawab sangat setuju, 42 orang (42%) menjawab setuju, 46 orang (46%) menjawab kurang setuju, dan 2 orang (2%) menjawab tidak setuju.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada jawaban responden yang menyetujui bahwa minat melalui penyebaran kuesioner yang dilakukan memiliki pengaruh didalam menarik minat masyarakat untuk menabung di UUS BTN. Terbukti dari jawaban responden yang setuju adalah jawaban kedua terbanyak setelah kurang setuju.

2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Program yang digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas instrument adalah program komputer *Statistical Program For Social Science* (SPSS) versi 20.0 dan dibandingkan perhitungan secara manual

yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang disebarakan kepada responden yaitu masyarakat Kecamatan Medan Polonia. Adapun yang menjadi sampel penelitian adalah 100 orang.

Kuesioner ini terdiri dari 12 pernyataan yang terdiri dari: 4 pernyataan pada variabel tingkat bagi hasil, 4 pernyataan pada variabel layanan *mobile banking* dan 4 pernyataan pada variabel minat. Dari pernyataan (kuesioner) yang dijawab dan dikembalikan responden.

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} . Untuk degree of freedom (df) = n-2 dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Pada kasus ini df dapat dihitung 100 - 2 atau df = 98 dengan alpha 0.05 di dapat r_{tabel} 0,1966. Jika r_{hitung} (untuk tiap butir pertanyaan dapat dilihat pada kolom *Corrected item* pertanyaan total *correlation*) lebih besar dari r_{tabel} dan nilai r positif, maka butir pertanyaan tersebut dikatakan valid. Dari pengolahan data yang telah dilakukan diperoleh hasil uji validitas untuk variabel tingkat bagi hasil, layanan *mobile banking* dan minat sebagai berikut :

Tabel 4.8

Output SPSS Uji Validitas Tingkat Bagi Hasil

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	9.4700	9.524	.826	.941
X1.2	9.5000	8.657	.900	.916
X1.3	9.4600	7.827	.908	.914
X1.4	9.4900	8.192	.851	.932

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Variabel Tingkat Bagi Hasil (X₁)

Item Pernyataan	Corrected item- Total Correlations	r tabel	Keterangan
Item 1	0,826	0,1966	Valid
Item 2	0,900	0,1966	Valid
Item 3	0,908	0,1966	Valid
Item 4	0,851	0,1966	Valid

Sumber: Data diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.9 diatas dapat dinilai korelasi dari setiap instrumen penelitian masing-masing memiliki nilai korelasi diatas 0,1966 berarti semua item pernyataan dinyatakan valid.

Tabel 4.10
Output SPSS Uji Validitas Layanan *Mobile Banking*

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	12.4000	1.879	.510	.807
X2.2	12.6400	2.031	.658	.746
X2.3	12.7800	1.668	.661	.730
X2.4	12.5500	1.705	.675	.722

Tabel 4.11

Hasil Uji Validitas Variabel Layanan *Mobile banking*

Item Pernyataan	Corrected item- Total Correlations	r tabel	Keterangan
Item 1	0,510	0,1966	Valid
Item 2	0,658	0,1966	Valid
Item 3	0,661	0,1966	Valid
Item 4	0,675	0,1966	Valid

Sumber: Data diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.11 dapat dinilai korelasi dari setiap instrumen penelitian masing-masing memiliki nilai korelasi diatas 0,1966 berarti semua item pernyataan dinyatakan valid.

Tabel 4.12
Output SPSS Uji Validitas Minat

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	10.1700	3.920	.341	.744
Y.2	10.5200	3.383	.457	.483
Y.3	10.2700	3.007	.498	.440
Y.4	10.0800	3.468	.562	.431

Tabel 4.13

Hasil Uji Validitas Variabel Minat (Y)

Item Pernyataan	Corrected item- Total Correlations	r tabel	Keterangan
Item 1	0,341	0,1966	Valid
Item 2	0,457	0,1966	Valid
Item 3	0,498	0,1966	Valid
Item 4	0,562	0,1966	Valid

Sumber: Data diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.13 diatas dapat dinilai korelasi dari setiap instrumen penelitian masing-masing memiliki nilai korelasi diatas 0,1966 berarti semua item pernyataan dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk melihat kestabilan dan konsistensi dari responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan pertanyaan yang disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Hasil uji ini akan mencerminkan dapat atau tidaknya dipercaya suatu instrument penelitian, berdasarkan pada tingkat ketepatan dan kemantapan suatu alat ukur.

Standar yang digunakan dalam menemukan reliable atau tidak reliabelnya suatu instrument penelitian. Salah satunya dengan melihat perbandingan antara nilai r_{hitung} dan r_{tabel} pada taraf kepercayaan 95% (signifikansi 5%). Jika pengujian dilakukan dengan metode *Alpha Cronbach* maka r_{hitung} akan diwakili oleh nilai *Alpha* pada tabel berikut ini:

Tabel 4.14

Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai *Alpha*

Nilai r	Tingkat Reliabilitas
0,00 – 0,20	Kurang Reliabel
0,20 – 0,40	Agak Reliabel
0,40 – 0,60	Cukup Reliabel
0,60 – 0,80	Reliabel
0,80 – 1,00	Sangat Reliabel

Adapun tingkat reliabilitas pernyataan variabel tingkat bagi hasil, layanan *mobile banking* dan minat berdasarkan output SPSS versi 20 dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.15

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Tingkat Bagi Hasil

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.944	4

Sumber: Data diolah 2019

Dari hasil analisis diperoleh nilai Alpha sebesar 0,944 dan nilai ini lebih besar dari 0,1966. Maka dapat disimpulkan bahwa item-item pernyataan yang lulus pada uji validitas adalah reliabel.

Tabel 4.16
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Layanan *Mobile Banking*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.802	4

Sumber: Data diolah 2019

Dari hasil analisis diperoleh nilai Alpha sebesar 0,802 dan nilai ini lebih besar dari 0,1966. Maka dapat disimpulkan bahwa item-item pernyataan yang lulus pada uji validitas adalah reliabel.

Tabel 4.17
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.605	4

Sumber: Data diolah 2019

Dari hasil analisis diperoleh nilai Alpha sebesar 0,605 dan nilai ini lebih besar dari 0,1966. Maka dapat disimpulkan bahwa item-item pernyataan yang lulus pada uji validitas adalah reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan salah satu bagian dari uji asumsi klasik dalam analisis data. Artinya, sebelum melakukan analisis yang sesungguhnya, data penelitian tersebut diuji kenormalan distribusinya. Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Normalitas tujuannya untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data

normal atau tidak. Pengujian normalitas pada penelitian ini menggunakan metode *Kolmogorov Swirnov* (K-S).

Hasil uji normalitas dengan menggunakan metode *Kolmogorov Smirnov* (K-S) pada taraf signifikan 0,05.

Tabel 4.18
Hasil Uji Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

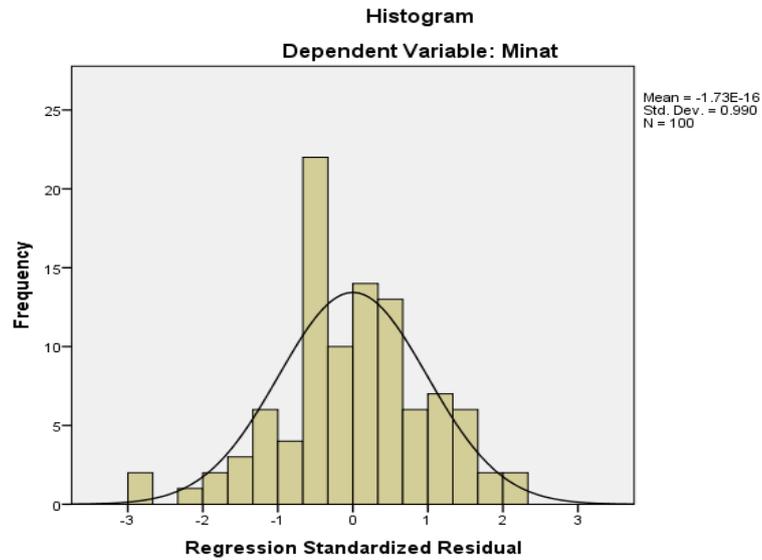
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1.74616632
Most Extreme Differences	Absolute	.053
	Positive	.035
	Negative	-.053
Kolmogorov-Smirnov Z		.528
Asymp. Sig. (2-tailed)		.943

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.18 diatas terlihat nilai sebesar 0.943 maka nilai tersebut lebih besar dari nilai signifikan 0,05. Jadi dapat disimpulkan bahwa data distribusi normal dengan menggunakan uji *Kolmogorov Swirnov*.

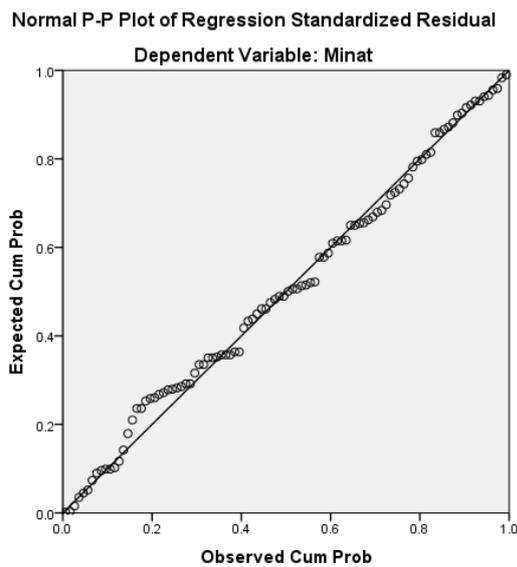


Sumber: Data diolah 2019

Gambar 4.2

Histogram Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan gambar histogram pada gambar 4.2, dapat dilihat bahwa kurva minat masyarakat menabung pada UUS BTN Medan Juanda memiliki kemiringan yang cenderung seimbang dari sisi kanan dan kiri serta garisnya juga menyerupai lonceng, artinya data tersebut berdistribusi normal.



Sumber: Data Diolah 2019

Gambar 4.3

Hasil Uji Normalitas P-P Plot

Dari gambar 4.3 dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal dengan demikian maka model regresi memenuhi asumsi normalitas karena model penelitian ini berdistribusi normal

b. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Prasyarat yang harus dipenuhi adalah tidak adanya autokorelasi dalam model regresi. Metode pengujian yang digunakan adalah dengan uji Durbin-Watson (uji DW).

Hasil uji autokorelasi dengan menggunakan uji Durbin-Watson (uji DW) pada taraf signifikan 0,05.

Tabel 4.19

Hasil Uji Durbin Watson

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.661 ^a	.437	.425	1.76408	2.023

a. Predictors: (Constant), Layanan Mobile Banking, Tingkat Bagi Hasil

b. Dependent Variable: Minat

Sumber: Data diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.19 diatas terlihat nilai sebesar 2,023, selanjutnya nilai tersebut dibandingkan dengan tabel DW drngan tingkat sig sebesar 0,05 dengan jumlah sampel = 100 dan jumlah variabel independen = 2 (K=2) maka diperoleh nilai $du = 1,7152$. Nilai DW 2,023 lebih besar dari nilai $du (1,7152)$ dan kurang dari $4 - 1,7152 = 2,2848$ sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi.

c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas adalah pengujian untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi yang signifikan antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda. Uji ini diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel bebas yang memiliki kemiripan dengan variabel lain dalam satu model. Kemiripan antara variabel bebas dalam satu model akan menyebabkan terjadinya korelasi yang sangat kuat antara suatu variabel bebas dengan variabel bebas lainnya.

Tabel 4.20
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Tingkat Bagi Hasil	.989	1.011
Layanan Mobile Banking	.989	1.011

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Data diolah 2019

Dari tabel 4.20 maka dapat disimpulkan bahwa nilai *Variance Inflation Factor* 1,011 untuk variabel tingkat bagi hasil dan variabel layanan *mobile banking* 1,011 dan angka masing-masing variabel < dari 10 dan nilai Tolerance 0,989 untuk variabel tingkat bagi hasil dan layanan *mobile banking* dan angka masing-masing variabel > dari 0,1, maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolinieritas.

d. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians residual pada suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Hasil uji heterokedastisitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.21
Hasil Uji Heterokedastisitas

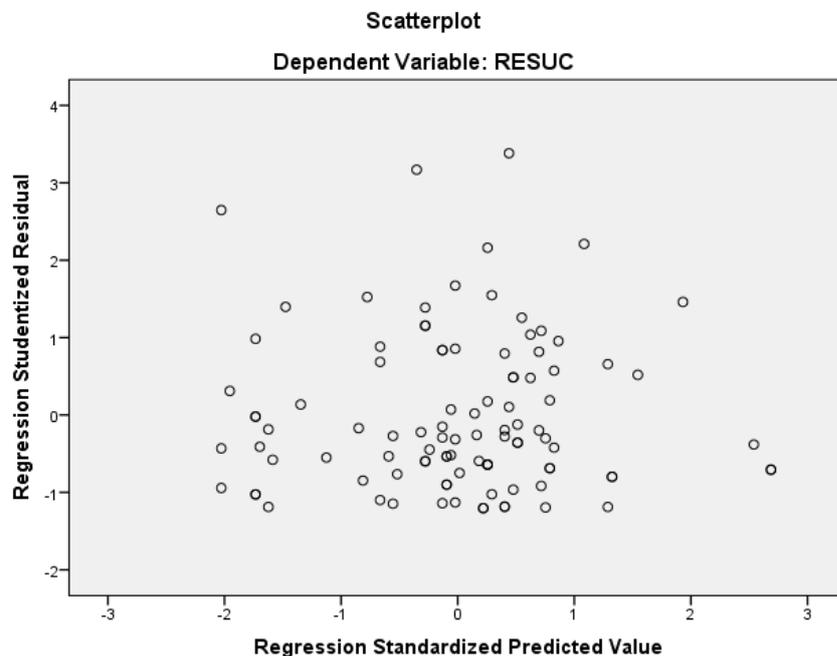
Model		Coefficients ^a			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	1.879	1.128		1.665	.099
1	Tingkat Bagi Hasil	.001	.028	.002	.024	.981
	Layanan Mobile Banking	-.030	.061	-.049	-.483	.630

a. Dependent Variable: RESUC

Sumber: Data diolah 2019

Jika dilihat dari tabel 4.21 terlihat bahwa hasil perhitungan dari masing-masing variabel lebih besar dari nilai signifikan 0,05, yaitu $0,981 > 0,05$ untuk variabel tingkat bagi hasil dan $0,630 > 0,05$ untuk variabel layanan *mobile banking*, sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh tingkat bagi hasil dan layanan mobile banking terhadap minat masyarakat tidak terjadi heterokedastisitas dan layak untuk diteliti.

Hasil uji heterokedastisitas juga dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4.4
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Dari gambar 4.4 ciri-ciri gambar scatterplot model tersebut adalah:

- a. Titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau sekitar angka 0.
- b. Titik-titik data tidak hanya mengumpul diatas atau dibawah saja.
- c. Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
- d. Penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola.

Maka dapat disimpulkan bahwa ciri-cirinya terpenuhi sehingga dapat dikatakan dalam model regresi pengaruh tingkat bagi hasil dan layanan mobile banking terhadap minat masyarakat menabung tidak terjadi heteroskedastisitas sehingga uji asumsi klasik heteroskedastisitas terpenuhi. Maka dalam hal ini dapat dilanjutkan ketahap uji regresi linier berganda.

4. Uji Regresi Linear Berganda

Penelitian ini menggunakan regresi linear berganda untuk pembuktian hipotesis penelitian. Analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini menggunakan bantuan aplikasi software SPSS Statistik versi 20.0, selengkapnya ada pada lampiran dan selanjutnya diringkas sebagai berikut:

Tabel 4.22
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	8.164	1.880		4.342	.000
1 Tingkat Bagi Hasil	.399	.046	.663	8.646	.000
Layanan Mobile Banking	.028	.102	.021	2.274	.041

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Data diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.22, terdapat nilai koefisien regresi dengan melihat hasil pada tabel *coefficient* pada kolom *unstandardized* dalam kolom B. dalam sub kolom tersebut terdapat nilai Constant (konstanta), dengan nilai sebesar 8,164 sedangkan nilai koefisien regresi untuk tingkat bagi hasil = 0,399 dan layanan *mobile banking* = 0,028. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat dirumuskan model persamaan regresi berganda dalam penelitian ini kemudian akan diinterpretasikan makna dari model persamaan regresi tersebut. Adapun model regresi tersebut adalah sebagai berikut:

$$KY = a + b_1TBH + b_2LMB + e$$

$$KY = 8,164 + 0,399TBH + 0,028LMB + 0,05$$

Adapun interpretasi dari model persamaan regresi diatas adalah sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta sebesar 8,164 berarti jika variabel tingkat bagi hasil dan layanan *mobile banking* dalam keadaan konstan atau tidak mengalami perubahan (sama dengan nol), maka minat masyarakat akan bernilai sebesar 8,164 satuan.
- 2) Nilai koefisien regresi tingkat bagi hasil = 0,399 menunjukkan apabila tingkat bagi hasil mengalami kenaikan sebesar satu poin maka akan mengakibatkan meningkatnya minat masyarakat menabung pada UUS BTN Medan Juanda sebesar 0,399 satuan.
- 3) Nilai koefisien regresi layanan *mobile banking* = 0,028 menunjukkan apabila layanan *mobile banking* mengalami kenaikan sebesar satu poin maka akan mengakibatkan meningkatnya minat masyarakat menabung pada UUS BTN Medan Juanda sebesar 0,028 satuan.

5. Uji Hipotesis

a. Uji Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk melihat besarnya pengaruh tingkat bagi hasil dan layanan mobile banking terhadap minat masyarakat menabung. Adapun determinan yang diperoleh adalah sebagai berikut:

Tabel 4.23
Hasil Uji Determinasi (R^2)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.661 ^a	.437	.425	1.76408	2.023

a. Predictors: (Constant), Layanan Mobile Banking, Tingkat Bagi Hasil

b. Dependent Variable: Minat

Sumber: Data diolah 2019

Dilihat dari tabel 4.23 koefisien determinasi (R^2) menunjukkan angka *R Square* 0,437 atau 43,7% yakni berarti variabel minat masyarakat dapat dijelaskan oleh variabel tingkat bagi hasil dan layanan *mobile banking*, sisanya 56,3% dapat dijelaskan dari variabel lain diluar dari variabel penelitian.

b. Uji Parsial (Uji T)

Pada dasarnya uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel *independent* atau tingkat bagi hasil dan layanan *mobile banking* secara parsial dalam berpengaruh signifikan terhadap variabel *dependent* atau minat masyarakat. Pengujian ini menggunakan kriteria jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak yang artinya variabel *independent* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel *dependent*. Dan jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_a ditolak dan H_0 diterima yang artinya variabel *independent* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel *dependent*.

Selain itu berdasarkan nilai probabilitas, jika $P_{value} > level\ of\ significant$ (0,05) maka H_a ditolak dan H_0 diterima yang artinya variabel *independent* tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel *dependent*. Dan jika $P_{value} <$

level of significant (0,05) maka H_a diterima dan H_0 ditolak yang artinya variabel *independent* berpengaruh signifikan terhadap variabel *dependent*. Berikut Hasil hipotesisi pengolahan data uji parsial (uji t) dalam tabel 4.20:

Tabel 4.24
Hasil Uji Parsia (Uji T)

Coefficients ^a		
Model	T	Sig.
(Constant)	4.342	.000
Tingkat Bagi Hasil	8.646	.000
Layanan Mobile Banking	2.274	.041

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Data diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.24 menunjukkan bahwa tingkat bagi hasil memiliki nilai $P_{\text{value}} 0,000 < 0,05$ artinya signifikan dan begitu juga dengan layanan *mobile banking* memiliki nilai $P_{\text{value}} 0,041 < 0,05$ artinya signifikan. Dengan menggunakan jumlah sampel sebanyak 100 orang masyarakat Kecamatan Medan Polonia, maka nilai t_{tabel} dapat diperoleh melalui rumus *df* (*degree of freedom*) dengan tingkat signifikan 5%, maka $df = 100 - 3 = 97$, sehingga t_{tabel} dari variabel tingkat bagi hasil dan layanan *mobile banking* 1,66071. Dari hasil output SPSS versi 20 untuk tingkat bagi hasil yaitu $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ yaitu $8,646 > 1,66071$, dan untuk layanan *mobile banking* $2,274 > 1,66071$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak yang artinya ada pengaruh antara tingkat bagi hasil dan layanan *mobile banking* terhadap minat masyarakat menabung pada UUS BTN Medan Juanda.

c. Uji Simultan (Uji F)

Pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat dilihat dari uji F, adapun syarat dari uji F adalah:

H_0 diterima jika $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ pada $\alpha = 0,05$

H_a diterima jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ pada $\alpha = 0,05$

Berdasarkan hasil pengujian statistic (Uji Anova/ Uji F) dilihat pada tabel dibawah sebagai berikut:

Tabel 4.25
Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	220.375	2	110.188	42.580	.000 ^b
	Residual	251.015	97	2.588		
	Total	471.390	99			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), Layanan Mobile Banking, Tingkat Bagi Hasil

Sumber: Data diolah 2019

Dari uji anova atau F test didapat nilai F_{hitung} (42,580) > F_{tabel} (3,09) dengan tingkat signifikan 0,000. nilai F_{tabel} dapat diperoleh melalui rumus df (*degree of freedom*) dengan tingkat signifikan 5%, maka $df1 = k - 1 = 3 - 1 = 2$, $df2 = n - k = 100 - 3 = 97$, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa tingkat bagi hasil(X1) dan layanan *mobile banking* (X2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung pada UUS BTN Medan Juanda. Dan ini juga diperkuat dengan nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05 yang berarti regresi ini bisa dipakai untuk penetapan pengaruh, dengan kata lain ada pengaruh yang signifikan secara statistic antara tingkat bagi hasil dan layanan mobile banking terhadap minat masyarakat.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh tingkat bagi hasil terhadap minat masyarakat menabung pada UUS BTN Medan Juanda

Hasil penelitian ini menunjukkan tingkat bagi hasil berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat masyarakat menabung pada UUS BTN Medan Juanda. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis tentang pengaruh variabel tingkat bagi hasil berpengaruh terhadap minat masyarakat sebesar 0,000 > 0,05 dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ (8,646 > 1,66071), maka kesimpulan

yang dapat diambil adalah H_0 ditolak dan H_a diterima. Ini berarti tingkat bagi hasil berpengaruh signifikan secara terhadap minat masyarakat menabung pada UUS BTN Medan Juanda. Penelitian ini didukung penelitian umum Eliza Fitriah (2016) pengaruh tingkat bagi hasil bank syariah terhadap minat nasabah menggunakan produk *mudharabah* (Studi Kasus PT Bank Syariah Mandiri). Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan produk *mudharabah* (Studi Kasus PT Bank Syariah Mandiri). Hal ini berarti tingkat bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menabung pada UUS BTN Medan Juanda.

2. Pengaruh layanan *mobile banking* terhadap minat masyarakat menabung pada UUS BTN Medan Juanda

Hasil penelitian ini menunjukkan layanan *mobile banking* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat masyarakat menabung pada UUS BTN Medan Juanda. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis tentang pengaruh variabel layanan *mobile banking* berpengaruh terhadap minat masyarakat sebesar $0,041 > 0,05$ dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,274 > 1,66071$), maka kesimpulan yang dapat diambil adalah H_0 ditolak dan H_a diterima. Ini berarti layanan *mobile banking* berpengaruh signifikan secara terhadap minat masyarakat menabung pada UUS BTN Medan Juanda. Penelitian ini seperti penelitian umum AMAT YUNUS (2016) faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menggunakan jasa perbankan syariah (studi kasus masyarakat bekasi). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan produk jasa perbankan syariah (Studi kasus masyarakat Bekasi). Hal ini berarti layanan *mobile banking* berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menabung pada UUS BTN Medan Juanda.

3. Pengaruh Tingkat Bagi Hasil dan Layanan Mobile Banking terhadap Minat Masyarakat Menabung Pada UUS BTN Medan Juanda

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan, diketahui dari uji simultan (uji F) didapat nilai $F_{hitung} (42,580) > F_{tabel} (3,09)$ dengan tingkat signifikan 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan menyatakan bahwa ada pengaruh signifikan tingkat bagi hasil dan layanan *mobile banking* terhadap minat masyarakat menabung pada UUS BTN Medan Juanda. Dan pada tabel R Square menunjukkan bahwa tingkat bagi hasil dan layanan *mobile banking* berpengaruh sebesar 43,7% terhadap minat masyarakat sedangkan sisanya 56,3% dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dalam penelitian ini mengenai tingkat bagi hasil dan layanan *mobile banking* terhadap minat masyarakat menabung pada minat masyarakat menabung pada UUS BTN Medan Juanda dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji t untuk melihat pengaruh tingkat bagi hasil terhadap minat yaitu H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti tingkat bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menabung pada UUS BTN Medan Juanda.
2. Berdasarkan hasil uji t untuk melihat pengaruh layanan *mobile banking* terhadap minat H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti layanan *mobile banking* berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menabung pada UUS BTN Medan Juanda.
3. Berdasarkan hasil uji F untuk melihat pengaruh tingkat bagi hasil dan layanan *mobile banking* secara bersama-sama terhadap minat yaitu H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti tingkat bagi hasil dan layanan *mobile banking* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menabung pada UUS BTN Medan Juanda.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis data dan kesimpulan yang telah di kemukakan dalam penelitian ini, penulis memberikan beberapa saran dengan harapan dapat memberikan manfaat dan masukan bagi pihak yang terkait:

1. Bagi Perusahaan

UUS BTN Medan Juanda hendaknya lebih menetapkan tingkat bagi hasil yang lebih kompetitif serta meningkatkan fitur-fitur layanan *mobile banking* agar dapat meningkatkan minat masyarakat menabung pada UUS BTN Medan Juanda.

2. Bagi Masyarakat

Bagi masyarakat umum dapat mengambil pelajaran dari penelitian ini agar dapat memilih produk penghimpun dana yang sesuai dengan kebutuhan serta keuntungan yang diperoleh.

3. Bagi peneliti

Bagi peneliti yang akan datang, diharapkan untuk menambahkan variabel-variabel yang lain karena masih banyak faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menabung, sehingga jangkauan untuk penelitian tentang perbankan syariah dapat berkembang dan melebar luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi Bi Rahmani, Nur. *Metodologi Penelitian Ekonomi*, Medan: FEBI UIN-SU Press. 2016.
- Ascarya. *Akad dan Produk Bank Syariah*, Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2007.
- Buchari, Alam, dan Donni Junni Priansa. *Manajemen Bisnis Syariah*, Bandung: Alfabeta. 2014.
- Chifman, *et.al.* *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Indeks. 2008.
- D.H, Pintrich dan Schunk. (ed). *Motivation of Education Theory, Research and Applications*, New Jersey: Prentice. 1996.
- Ifham, Ahmad. *Ini Lho Bank Syariah! Memahami Bank Syariah dengan Mudah*, Jakarta: Gramedia. 2015.
- Ikatan Bankir Indonesia (IBI). *Strategi Sukses Bisnis Bank*, Jakarta: Gramedia. 2014.
- Isa Baekum, Rafik. *Etika Bisnis Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2004.
- Ismail. *Perbankan Syariah*, Jakarta: Kencana. 2013.
- I, Zamir. *Resiko Perbankan Syariah*, Jakarta: Salemba Empat. 2000.
- Karim, Adiwarmarman. *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan*, Jakarta: Raja Grafindo. 2016.
- Leon dan Leslie Laza, Schiffman. *Perilaku Konsumen Edisi Keempat*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. 2008.
- Lester D.Crow, Alice Crow. *Psikologi Pendidikan*, Surabaya: Bina Ilmu. 1948.
- M. Moeliono, Anton, dkk. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka. 1999.
- Mardani. *Fiqh Ekonomi Syariah Fiqh Muamalah*, Jakarta: Kencana. 2012.
- Muchtar, Amin. *Al-Qur'an & Terjemahan dilengkapi dengan Kajian Ushul Fiqh*, Bandung: Syamil Quran. 2011.
- Muhammad. *Lembaga Keuangan Umat Kontemporer*, Yogyakarta: UII Press. 2000.
- Muhammad. *Teknik Perhitungan Bagi Hasil di Bank Syariah*, Yogyakarta: Un Press. 2001.

- Muhammad. *Manajemen Dana Bank Syariah*, Yogyakarta : Raja Grafindo. 2014.
- Nitisusastro, Mulyadi. *Perilaku Konsumen*, Bandung: Alfabeta. 2012.
- Nurastuti, Wiji. *Tekhnologi Perbankan*, Yogyakarta: Graha Ilmu. 2011.
- Nur Rianto Al Arif, M. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta. 2010.
- P, Heri. *Pengantar Perilaku Manusia*, Jakarta. 1998.
- Poerdawarminta, WJS. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka. 1982.
- Rianto Al Arif, Nur. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta. 2010.
- Rival, Veithzal dan Arviyan Arifin. *Islamic Banking*, Jakarta: Bumi Aksara. 2010.
- Rosyidi, Suherman. *pengantar teori ekonomi dan pendekatan kepada teori ekonomi mikro dan makro*, Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2011.
- Sugiono. *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung:Alfabeta. 2013
- Suparmoko. *pengantar ekonomi makro*, Yogyakarta: BPFE. 1998
- Suryanto, Asep. *Fungsi Bank Syariah dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Untuk Menyimpan Dana dan Mendapatkan Pembiayaan di Bank Syariah Mandiri Cabang Tasikmalaya*, Bandung. 2006.
- Syafi'I Antonio, Muhammad. *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*, Jakarta: Gema Insani. 2001.
- Syafi'I Antonio, Muhammad. *Bank Syariah bagi Bankir dan Praktisi Keuangan*, Jakarta: Tazkia Institute. 1998.
- Undang-Undang RI N0. 21 Tahun 2008, Tentang Perbankan Syariah
- Agus winarno, Wahyu. 2017, *Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah Dimodifikasi (Analysis Behavioral Intention to Uses of Mobile Banking Technology Acceptance Model (TAM) Approach Modified)*, e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi, Volume IV (1) : 24-29

Harun, sudin dan N. Ahmad. 2000, "*The Effects of Conventional Interest Rates*

and Rate of Profit on Founds Deposits with Islamic Banking System in Malaysia" dalam Internasional Journal of Islamic Financial Services, Vol 1, No 4, Malaysia

Yustitia A Reswari, dan Abdurrahim Ahim, "Pengaruh Tingkat Suku Bunga, Jumlah Bagi Hasil, dan LQ 45 terhadap simpanan Mudharabah pada Bank Syariah Indonesia," *Jurnal Akuntansi dan Investasi* Vol.11, No.1 (Januari 2010).

www.bi.go.id/perbankan/syariah. Diunduh pada tanggal 02 Februari 2015.

www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/berita-dan

[kegiatan/publikasi/Documents/Pages/Roadmap-Pengembangan-Keuangan-Syariah-Indonesia-2017-2019/Roadmap%202017-2019\(1\).pdf](http://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/berita-dan/kegiatan/publikasi/Documents/Pages/Roadmap-Pengembangan-Keuangan-Syariah-Indonesia-2017-2019/Roadmap%202017-2019(1).pdf) diakses pada tanggal 16 Maret 2019

<http://investor.cimbniaga.co.id/misc/AR/AR-2015-ID.pdf> diunduh 25 Juli 2019

www.syariahmandiri.co.id

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. IDENTITAS PRIBADI

Nama : Fifi Ariska Siregar

Nim : 53154119

Tempat/Tanggal Lahir: Rantauprapat, 27 Desember 1996

Pekerjaan : Mahasiswi

Alamat : JL. Sirandorung Gg.PGA No.08, Kelurahan

Sirandorung,

Kecamatan Rantau Utara, Kabupaten Labuhan

Batu

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tahun 2003 - 2009 : SDN 112134 Rantau Utara
2. Tahun 2009 - 2012 : MTs. Negeri Rantauprapat
3. Tahun 2012 - 2015 : SMA N 2 Rantau Utara

C. RIWAYAT ORGANISASI

1. Anggota Universal Islamic Economic (UIE)

Lampiran 1

KUESIONER PENELITIAN PENGARUH TINGKAT BAGI HASIL DAN LAYANAN *MOBILE BANKING* TERHADAP MINAT MASYARAKAT MENABUNG PADA UUS BTN MEDAN JUANDA

PETUNJUK PENGISIAN

Berikan tanda centang ($\sqrt{\quad}$) pada alternative jawaban yang menurut Bapak/ Ibu/
Saudara/I paling sesuai.

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :

2. Jenis kelamin : () Laki-laki () Perempuan

3. Umur : () 20-29 tahun () 40-49 tahun
() 30-39 tahun () > 50 tahun

4. Pendidikan : () SMU/ dibawahnya
() Diploma
() Sarjana

5. Pekerjaan : () Pelajar/ Mahasiswa () Pegawai Swasta
() PNS/TNI/POLRI () Wiraswasta
() BUMN () Lainnya

6. Apakah sudah menjadi nasabah UUS BTN?

() Iya

() Tidak

Petunjuk Pengisian

1. Mohon dengan hormat, bantuan dan kesediaan Bapak/Ibu/ Saudara untuk menjawab seluruh pertanyaan yang ada dalam kuesioner ini.
2. Berilah tanda centang (\checkmark) pernyataan berikut yang sesuai dengan keadaan yang sesungguhnya pada kolom yang tersedia.
3. Ada 5 (lima) pilihan yang tersedia untuk masing-masing pernyataan, yaitu:

SS : sangat setuju

S : setuju

KS : Kurang Setuju

TS : Tidak Setuju

STS: Sangat Tidak Setuju

A. Tingkat Bagi Hasil

No.	Pernyataan	S		S	S	TS
1	Saya ingin menabung di UUS BTN dikarenakan kejelasan besarnya bagi hasil					
2	Besarnya manfaat yang diterima dari bagi hasil adalah pertimbangan saya dalam menabung di UUS BTN					
3	Sistem bagi hasil yang adil dalam pembagian keuntungan membuat saya ingin menabung di UUS BTN					
4	Bagi hasil yang kompetitif membuat saya ingin menabung di UUS BTN					

B. Mobile Banking

No.	Pernyataan	S		S	S	TS
1	Layanan <i>m-banking</i> UUS BTN memberikan kemudahan bertransaksi dengan cepat					
2	Sistem keamanan <i>m-banking</i> UUS BTN memberikan rasa aman kepada saya					
3	Layanan <i>m-banking</i> UUS BTN selalu memberikan informasi yang akurat					
4	Bertransaksi melalui <i>m-banking</i> UUS BTN memberikan kepercayaan kepada nasabah dalam bertransaksi					

C. Minat

No.	Pernyataan	S		S	S	TS
1	Pelayanan yang baik dari bank menarik saya menabung di UUS BTN					
2	Kerabat atau kenalan yang bekerja di UUS BTN membuat saya menabung di UUS BTN					
3	Menabung di bank syariah menjadi <i>trend</i> bagi setiap muslim					

4	UUS BTN adalah bank syariah terbaik di Indonesia					
---	---	--	--	--	--	--

Lampiran 2

Tabulasi Data Angket

Tabulasi Data Angket Tingkat Bagi Hasil

Res	Item Pernyataan				Total
	1	2	3	4	
1	4	4	4	4	16
2	4	4	4	4	16
3	4	4	5	5	18
4	4	4	4	4	16
5	4	4	4	3	15
6	4	4	5	5	18
7	4	5	4	4	17
8	3	4	3	4	14
9	4	4	4	4	16
10	4	4	5	5	18
11	3	4	4	4	15
12	4	4	4	4	16
13	4	4	4	4	16
14	4	4	4	5	17
15	4	4	4	4	16
16	4	4	5	4	17
17	4	4	5	4	17
18	5	5	5	5	20
19	3	3	2	2	10
20	2	2	2	2	8
21	2	3	4	3	12
22	4	4	5	5	18
23	4	4	4	4	16
24	3	4	5	4	16
25	3	3	2	2	10
26	3	3	3	3	12
27	1	1	1	1	4
28	2	2	2	2	8

29	2	3	3	3	11
30	3	3	3	3	12
31	3	2	2	2	9
32	2	2	2	2	8
33	3	3	3	3	12
34	3	3	2	2	10
35	3	3	1	1	8
36	2	2	2	2	8
37	2	2	2	2	8
38	3	2	3	3	11
39	3	3	2	2	10
40	3	2	2	2	9
41	3	3	3	3	12
42	2	2	2	2	8
43	3	2	2	2	9
44	1	1	1	1	4
45	3	2	3	3	11
46	3	2	2	2	9
47	3	2	2	2	9
48	3	3	3	3	12
49	2	1	1	1	5
50	3	3	3	3	12
51	3	2	2	2	9
52	3	2	2	2	9
53	3	3	3	3	12
54	3	3	3	3	12
55	2	3	2	2	9
56	3	2	3	2	10
57	1	1	1	3	6
58	3	3	3	3	12
59	3	3	3	2	11
60	3	3	3	3	12
61	2	3	3	3	11
62	3	3	3	3	12
63	3	3	3	3	12
64	3	3	3	3	12
65	3	2	2	2	9
66	2	2	3	3	10
67	3	3	3	3	12
68	3	2	2	3	10
69	1	1	1	1	4

70	2	2	2	3	9
71	2	3	3	2	10
72	3	3	3	3	12
73	3	3	3	2	11
74	2	3	3	3	11
75	3	3	3	3	12
76	2	2	1	1	6
77	3	2	2	2	9
78	3	3	3	3	12
79	4	4	4	3	15
80	4	4	5	4	17
81	4	4	4	3	15
82	4	4	4	3	15
83	4	5	4	4	17
84	3	4	4	5	16
85	4	3	4	5	16
86	3	4	4	5	16
87	4	4	3	5	16
88	3	3	4	4	14
89	4	4	3	5	16
90	5	5	5	5	20
91	4	4	5	5	18
92	5	5	5	4	19
93	4	4	5	4	17
94	4	4	4	4	16
95	5	4	4	4	17
96	4	4	4	4	16
97	4	4	4	4	16
98	3	3	3	3	12
99	5	5	5	5	20
100	4	4	4	3	15

Tabulasi Data Angket Layanan *Mobile Banking*

Res	Item Pernyataan				Total
	1	2	3	4	
1	5	5	4	5	19
2	4	4	4	4	16
3	4	4	3	4	15
4	4	4	3	4	15
5	4	4	5	5	18
6	4	4	4	4	16
7	4	3	3	4	14
8	4	4	3	4	15
9	4	4	3	3	14
10	4	4	3	4	15
11	4	4	3	5	16
12	5	4	4	4	17
13	4	4	3	4	15
14	5	4	4	4	17
15	4	4	4	3	15
16	4	4	3	3	14
17	5	4	3	4	16
18	5	5	5	5	20
19	4	3	4	3	14
20	4	4	3	4	15
21	4	4	4	4	16
22	4	5	4	4	17
23	4	4	4	4	16
24	5	4	4	4	17
25	5	4	4	4	17
26	5	5	5	5	20
27	4	4	4	4	16
28	4	4	4	4	16
29	4	4	4	5	17

30	5	5	5	5	20
31	5	5	5	5	20
32	4	4	4	4	16
33	5	5	5	5	20
34	4	4	4	4	16
35	5	5	5	5	20
36	5	4	4	4	17
37	4	4	4	4	16
38	4	4	4	4	16
39	4	4	4	4	16
40	4	4	4	4	16
41	5	4	4	4	17
42	5	4	4	5	18
43	5	4	4	5	18
44	5	4	4	4	17
45	5	4	4	4	17
46	4	4	4	4	16
47	5	4	4	4	17
48	5	4	4	5	18
49	5	5	5	5	20
50	4	4	4	4	16
51	5	4	4	5	18
52	5	4	4	4	17
53	5	4	4	4	17
54	4	4	4	4	16
55	5	5	5	5	20
56	5	4	4	4	17
57	4	4	4	4	16
58	5	5	5	5	20
59	5	5	5	5	20
60	5	4	4	4	17
61	5	4	4	4	17
62	5	4	4	5	18

63	5	4	4	5	18
64	5	4	4	4	17
65	5	4	4	4	17
66	4	4	4	4	16
67	4	4	4	4	16
68	5	4	4	5	18
69	4	4	4	4	16
70	4	4	4	5	17
71	5	4	5	5	19
72	4	4	5	4	17
73	5	4	4	4	17
74	4	4	4	4	16
75	5	5	5	5	20
76	4	4	4	4	16
77	4	4	4	4	16
78	4	4	4	4	16
79	4	4	4	5	17
80	3	4	4	4	15
81	4	4	4	3	15
82	4	4	3	4	15
83	4	4	3	4	15
84	3	5	4	5	17
85	4	4	4	4	16
86	4	5	4	5	18
87	3	4	3	4	14
88	3	4	3	3	13
89	5	4	4	4	17
90	5	5	5	5	20
91	5	5	5	5	20
92	4	4	4	4	16
93	5	4	4	5	18
94	4	4	5	4	17
95	4	4	4	4	16

96	4	4	4	4	16
97	4	4	4	4	16
98	3	3	3	3	12
99	5	5	5	5	20
100	5	4	3	4	16

Tabulasi Data Angket Minat

Res	Item Pernyataan				Total
	1	2	3	4	
1	4	4	4	4	16
2	4	3	3	5	15
3	2	4	3	4	13
4	4	4	4	4	16
5	3	5	5	4	17
6	4	4	4	4	16
7	3	3	3	4	13
8	4	5	4	4	17
9	2	3	5	5	15
10	4	4	4	4	16
11	4	3	5	5	17
12	2	5	3	4	14
13	5	3	4	4	16
14	4	5	3	4	16
15	3	4	3	4	14
16	4	3	4	4	15
17	2	4	5	4	15
18	5	3	5	5	18
19	5	3	4	4	16
20	3	1	2	2	8
21	4	1	3	5	13
22	3	1	4	3	11
23	4	4	4	4	16
24	2	3	5	4	14
25	5	3	2	3	13
26	2	3	3	3	11
27	3	3	3	3	12
28	5	3	3	3	14
29	4	3	3	3	13
30	3	3	3	3	12
31	3	3	3	3	12
32	5	3	3	3	14
33	2	3	4	4	13
34	3	3	4	4	14
35	4	3	2	3	12
36	4	3	3	3	13
37	4	3	4	3	14

38	3	3	4	4	14
39	2	3	4	3	12
40	2	3	4	4	13
41	4	3	4	4	15
42	3	3	3	3	12
43	3	3	2	3	11
44	4	2	2	3	11
45	4	2	3	3	12
46	3	3	2	3	11
47	2	2	2	3	9
48	3	2	3	3	11
49	4	3	3	3	13
50	3	3	2	3	11
51	5	2	2	3	12
52	2	3	3	3	11
53	3	2	3	3	11
54	5	3	3	3	14
55	3	3	2	3	11
56	4	3	2	3	12
57	5	3	2	3	13
58	3	3	3	3	12
59	2	3	3	4	12
60	3	3	3	2	11
61	5	3	3	4	15
62	5	3	4	4	16
63	3	3	4	3	13
64	5	3	3	3	14
65	3	3	3	3	12
66	4	3	3	4	14
67	3	3	3	3	12
68	4	3	3	4	14
69	2	3	3	3	11
70	4	3	2	4	13
71	3	3	3	4	13
72	2	3	4	4	13
73	4	2	3	3	12
74	2	2	1	3	8
75	3	3	4	3	13
76	2	2	2	3	9
77	3	2	3	3	11
78	4	3	3	3	13

79	3	4	4	4	15
80	3	3	4	4	14
81	4	3	5	4	16
82	3	3	5	4	15
83	4	4	4	3	15
84	3	5	5	4	17
85	4	4	4	5	17
86	5	4	4	4	17
87	4	4	3	4	15
88	2	3	3	3	11
89	4	3	3	3	13
90	4	4	5	5	18
91	4	3	4	4	15
92	4	4	4	5	17
93	3	3	4	4	14
94	5	4	5	5	19
95	5	5	4	3	17
96	2	4	4	4	14
97	5	4	4	4	17
98	5	3	3	3	14
99	5	5	5	5	20
100	3	3	4	4	14

Lampiran 3 : Hasil Olah SPSS

Frekuensi Karakteristik Responden

Statistics

		jenis kelamin	Umur	pendidikan	pekerjaan
N	Valid	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0

jenis kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	laki-laki	45	45.0	45.0	45.0
	perempuan	55	55.0	55.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Umur

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20-29 tahun	38	38.0	38.0	38.0
	30-39 tahun	24	24.0	24.0	62.0
	40-49 tahun	27	27.0	27.0	89.0
	>50 tahun	11	11.0	11.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMU/Dibawahnya	55	55.0	55.0	55.0
	Diploma	16	16.0	16.0	71.0
	Sarjana	29	29.0	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	19	19.0	19.0	19.0
	7	7.0	7.0	26.0
	7	7.0	7.0	33.0
Valid	18	18.0	18.0	51.0
	23	23.0	23.0	74.0
	26	26.0	26.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Frekuensi Tabel Tingkat Bagi Hasil

Statistics

		tingkat bagi hasil 1	tingkat bagi hasil 2	tingkat bagi hasil 3	tingkat bagi hasil 4
N	Valid	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0

tingkat bagi hasil 1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	4	4.0	4.0	4.0
	tidak setuju	16	16.0	16.0	20.0
	kurang setuju	44	44.0	44.0	64.0
	setuju	31	31.0	31.0	95.0
	sangat setuju	5	5.0	5.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

tingkat bagi hasil 2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	5	5.0	5.0	5.0
	tidak setuju	22	22.0	22.0	27.0
	kurang setuju	33	33.0	33.0	60.0
	setuju	34	34.0	34.0	94.0
	sangat setuju	6	6.0	6.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

tingkat bagi hasil 3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
	sangat tidak setuju	7	7.0	7.0
	tidak setuju	22	22.0	29.0
	kurang setuju	31	31.0	60.0
	setuju	26	26.0	86.0
	sangat setuju	14	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0

tingkat bagi hasil 4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
	sangat tidak setuju	6	6.0	6.0
	tidak setuju	24	24.0	30.0
	kurang setuju	33	33.0	63.0
	setuju	23	23.0	86.0
	sangat setuju	14	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0

Frekuensi Tabel Layanan *Mobile Banking*

Statistics

		Layanan Mobile Banking 1	Layanan Mobile Banking 2	Layanan Mobile Banking 3	Layanan Mobile Banking 4
N	Valid	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0

Layanan Mobile Banking 1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	4	4.0	4.0	4.0
	tidak setuju	16	16.0	16.0	20.0
	kurang setuju	44	44.0	44.0	64.0
	setuju	31	31.0	31.0	95.0
	sangat setuju	5	5.0	5.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Layanan Mobile Banking 2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	5	5.0	5.0	5.0
	tidak setuju	22	22.0	22.0	27.0
	kurang setuju	33	33.0	33.0	60.0
	setuju	34	34.0	34.0	94.0
	sangat setuju	6	6.0	6.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Layanan Mobile Banking 3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	7	7.0	7.0
	tidak setuju	22	22.0	29.0
	kurang setuju	31	31.0	60.0
	setuju	26	26.0	86.0
	sangat setuju	14	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0

Layanan Mobile Banking 4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	6	6.0	6.0
	tidak setuju	24	24.0	30.0
	kurang setuju	33	33.0	63.0
	setuju	23	23.0	86.0
	sangat setuju	14	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0

Frekuensi Tabel Minat

Statistics

		Minat 1	Minat 2	Minat 3	Minat 4
N	Valid	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0

Minat 1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	18	18.0	18.0	18.0
	kurang setuju	31	31.0	31.0	49.0
	setuju	33	33.0	33.0	82.0
	sangat setuju	18	18.0	18.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Minat 2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	3	3.0	3.0	3.0
	tidak setuju	10	10.0	10.0	13.0
	kurang setuju	62	62.0	62.0	75.0
	setuju	18	18.0	18.0	93.0
	sangat setuju	7	7.0	7.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Minat 3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
sangat tidak setuju	1	1.0	1.0	1.0
tidak setuju	14	14.0	14.0	15.0
kurang setuju	40	40.0	40.0	55.0
setuju	33	33.0	33.0	88.0
sangat setuju	12	12.0	12.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Minat 4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
tidak setuju	2	2.0	2.0	2.0
kurang setuju	46	46.0	46.0	48.0
setuju	42	42.0	42.0	90.0
sangat setuju	10	10.0	10.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Lampiran 4

HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

Uji Validitas Variabel Tingkat Bagi Hasil

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	9.4700	9.524	.826	.941
X1.2	9.5000	8.657	.900	.916
X1.3	9.4600	7.827	.908	.914
X1.4	9.4900	8.192	.851	.932

Uji Reliabilitas Variabel Tingkat Bagi Hasil

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.944	4

Uji Validitas Variabel Layanan *Mobile Banking*

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	12.4000	1.879	.510	.807
X2.2	12.6400	2.031	.658	.746
X2.3	12.7800	1.668	.661	.730
X2.4	12.5500	1.705	.675	.722

Uji Reliabilitas Variabel Layanan *Mobile Banking*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.802	4

Uji Validitas Variabel Minat

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	10.1700	3.920	.341	.744
Y.2	10.5200	3.383	.457	.483
Y.3	10.2700	3.007	.498	.440
Y.4	10.0800	3.468	.562	.431

Lampiran 5

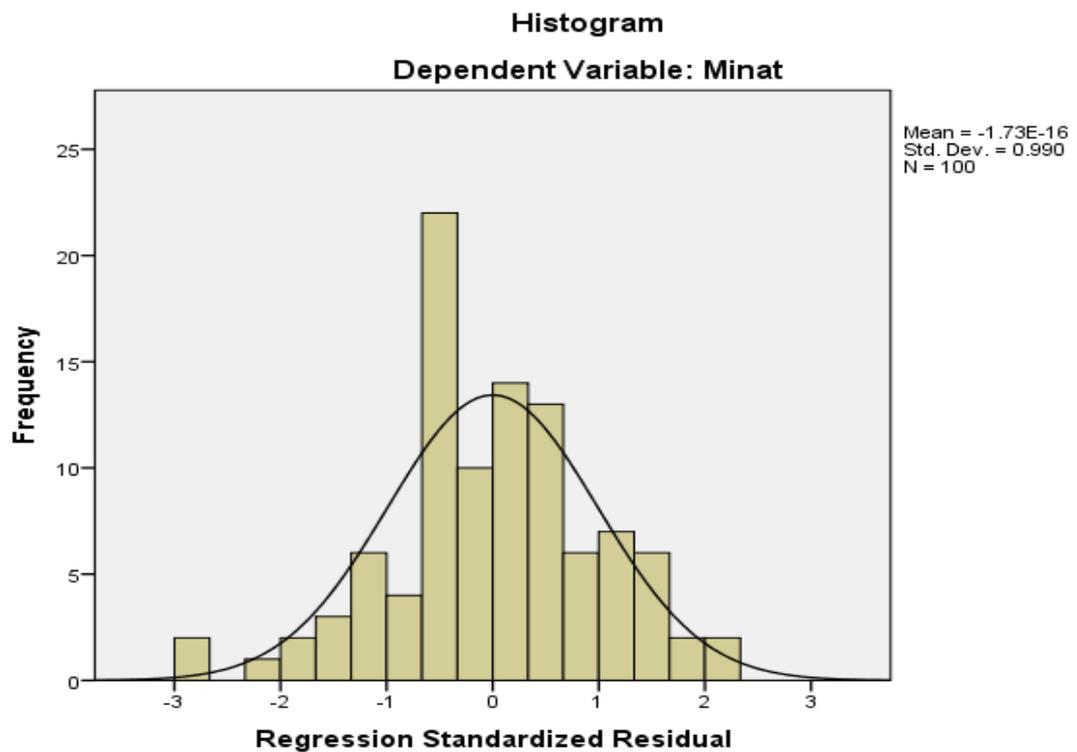
HASIL UJI ASUMSI KLASIK

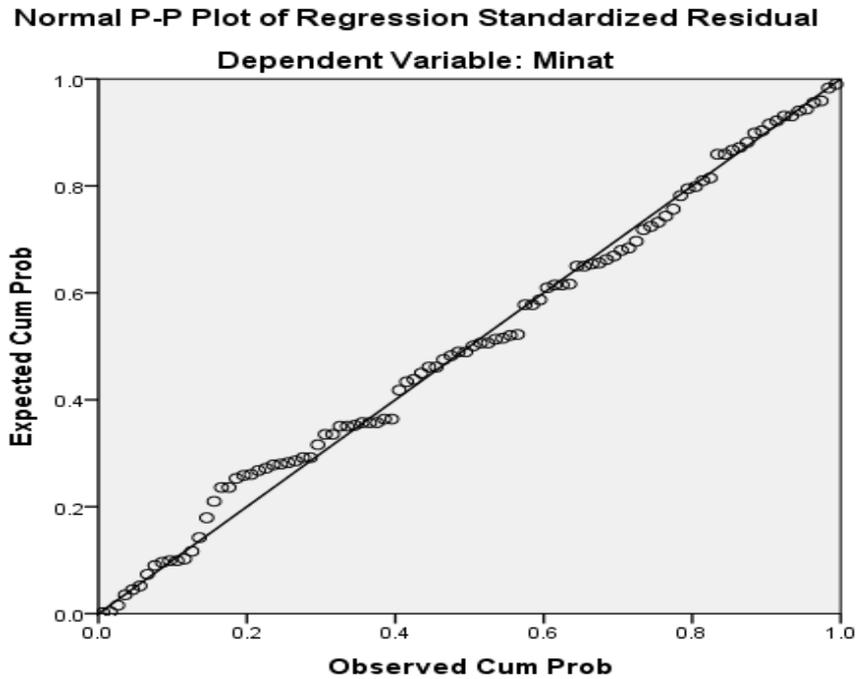
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1.74616632
Most Extreme Differences	Absolute	.053
	Positive	.035
	Negative	-.053
Kolmogorov-Smirnov Z		.528
Asymp. Sig. (2-tailed)		.943

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.





Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.661 ^a	.437	.425	1.76408	2.023

a. Predictors: (Constant), Layanan Mobile Banking, Tingkat Bagi Hasil

b. Dependent Variable: Minat

Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

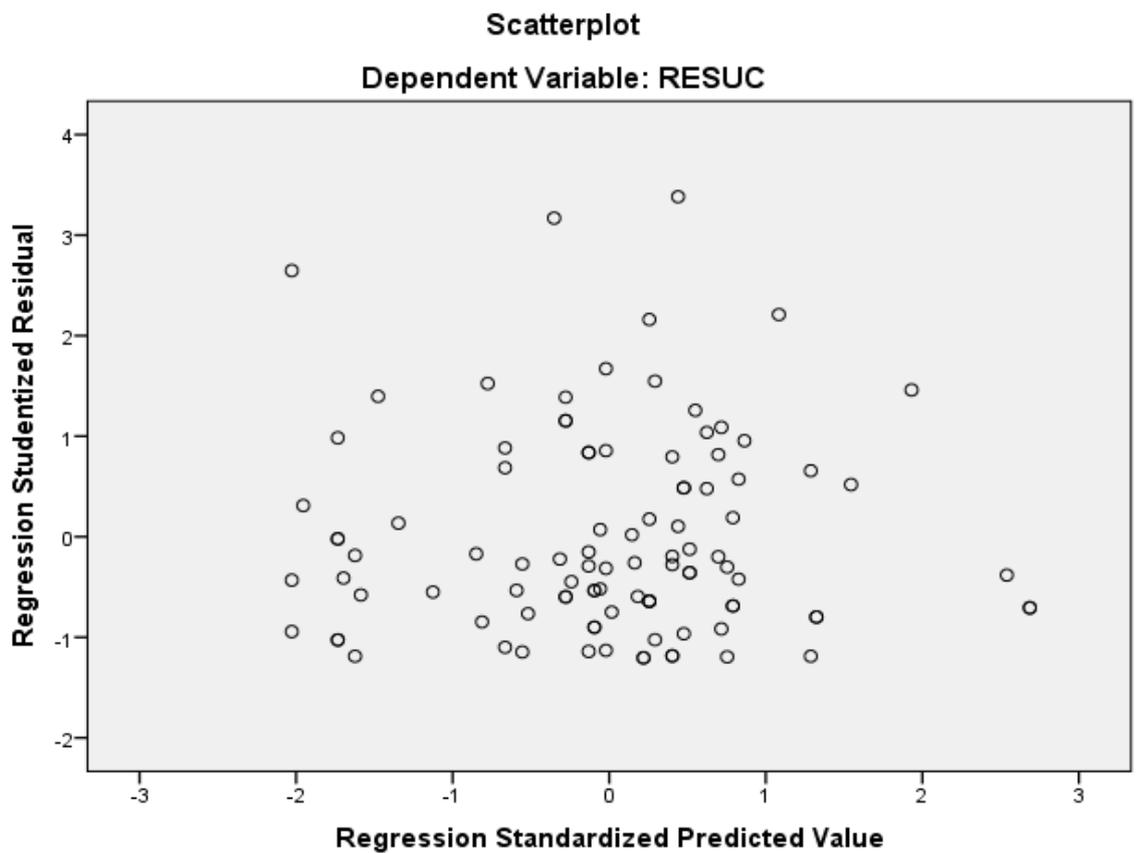
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Tingkat Bagi Hasil	.989	1.011
Layanan Mobile Banking	.989	1.011

a. Dependent Variable: Minat

Uji Heterokedastisitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	1.879	1.128	1.665	.099
1	Tingkat Bagi Hasil	.001	.028	.002	.981
	Layanan Mobile Banking	-.030	.061	-.049	.630

a. Dependent Variable: RESUC



Lampiran 6

REGRESI LINEAR BERGANDA

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	8.164	1.880		4.342	.000
1	Tingkat Bagi Hasil	.399	.046	.663	8.646	.000
	Layanan Mobile Banking	.028	.102	.021	2.274	.041

a. Dependent Variable: Minat

Lampiran 7

Uji Hipotesis

Uji Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.661 ^a	.437	.425	1.76408	2.023

a. Predictors: (Constant), Layanan Mobile Banking, Tingkat Bagi Hasil

b. Dependent Variable: Minat

Uji Parsial

Coefficients^a

Model	T	Sig.
(Constant)	4.342	.000
Tingkat Bagi Hasil	8.646	.000
Layanan Mobile Banking	2.274	.041

a. Dependent Variable: Minat

Uji Simultan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	220.375	2	110.188	42.580	.000 ^b
	Residual	251.015	97	2.588		
	Total	471.390	99			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), Layanan Mobile Banking, Tingkat Bagi Hasil

r tabel

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392

33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701

75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

F Tabel

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77

t Tabel

Titik Persentase Distribusi t (df = 1 - 40)

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688

Titik Persentase Distribusi t (df = 41 - 80)

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 -120)

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374

Tabel Durbin Watson

Tabel Durbin-Watson (DW), $\alpha = 5\%$

n	k=1		k=2		k=3		k=4		k=5	
	dL	dU								
6	0.6102	1.4002								
7	0.6996	1.3564								
8	0.7629	1.3324	0.4672	1.8964						
9	0.8243	1.3199	0.5591	1.7771	0.3674	2.2866				
10	0.8791	1.3197	0.6291	1.6993	0.4548	2.1282	0.2957	2.5881		
11	0.9273	1.3241	0.6972	1.6413	0.5253	2.0163	0.3760	2.4137	0.2427	2.8217
12	0.9708	1.3314	0.7580	1.6044	0.5948	1.9280	0.4441	2.2833	0.3155	2.6446
13	1.0097	1.3404	0.8122	1.5794	0.6577	1.8640	0.5120	2.1766	0.3796	2.5061
14	1.0450	1.3503	0.8612	1.5621	0.7147	1.8159	0.5745	2.0943	0.4445	2.3897
15	1.0770	1.3605	0.9054	1.5507	0.7667	1.7788	0.6321	2.0296	0.5052	2.2959
16	1.1062	1.3709	0.9455	1.5432	0.8140	1.7501	0.6852	1.9774	0.5620	2.2198
17	1.1330	1.3812	0.9820	1.5386	0.8572	1.7277	0.7340	1.9351	0.6150	2.1567
18	1.1576	1.3913	1.0154	1.5361	0.8968	1.7101	0.7790	1.9005	0.6641	2.1041
19	1.1804	1.4012	1.0461	1.5353	0.9331	1.6961	0.8204	1.8719	0.7098	2.0600
20	1.2015	1.4107	1.0743	1.5355	0.9666	1.6851	0.8588	1.8482	0.7523	2.0226
21	1.2212	1.4200	1.1004	1.5367	0.9976	1.6763	0.8943	1.8283	0.7918	1.9908
22	1.2412	1.4289	1.1246	1.5385	1.0262	1.6694	0.9272	1.8116	0.8286	1.9635
23	1.2567	1.4375	1.1471	1.5408	1.0529	1.6640	0.9578	1.7974	0.8629	1.9400
24	1.2728	1.4458	1.1682	1.5435	1.0778	1.6597	0.9864	1.7855	0.8949	1.9196
25	1.2879	1.4537	1.1878	1.5464	1.1010	1.6565	1.0131	1.7753	0.9249	1.9018
26	1.3022	1.4614	1.2063	1.5495	1.1228	1.6540	1.0381	1.7666	0.9530	1.8863
27	1.3157	1.4688	1.2236	1.5528	1.1432	1.6523	1.0616	1.7591	0.9794	1.8727
28	1.3284	1.4759	1.2399	1.5562	1.1624	1.6510	1.0836	1.7527	1.0042	1.8608
29	1.3405	1.4828	1.2553	1.5596	1.1805	1.6503	1.1044	1.7473	1.0276	1.8502
30	1.3520	1.4894	1.2699	1.5631	1.1976	1.6499	1.1241	1.7426	1.0497	1.8409
31	1.3630	1.4957	1.2837	1.5666	1.2138	1.6498	1.1426	1.7386	1.0706	1.8326
32	1.3734	1.5019	1.2969	1.5701	1.2292	1.6500	1.1602	1.7352	1.0904	1.8252
33	1.3834	1.5078	1.3093	1.5736	1.2437	1.6505	1.1769	1.7323	1.1092	1.8187
34	1.3929	1.5136	1.3212	1.5770	1.2576	1.6511	1.1927	1.7298	1.1270	1.8128
35	1.4019	1.5191	1.3325	1.5805	1.2707	1.6519	1.2078	1.7277	1.1439	1.8076
36	1.4107	1.5245	1.3433	1.5838	1.2833	1.6528	1.2221	1.7259	1.1601	1.8029
37	1.4190	1.5297	1.3537	1.5872	1.2953	1.6539	1.2358	1.7245	1.1755	1.7987
38	1.4270	1.5348	1.3635	1.5904	1.3068	1.6550	1.2489	1.7233	1.1901	1.7950
39	1.4347	1.5396	1.3730	1.5937	1.3177	1.6563	1.2614	1.7223	1.2042	1.7916
40	1.4421	1.5444	1.3821	1.5969	1.3283	1.6575	1.2734	1.7215	1.2176	1.7886
41	1.4493	1.5490	1.3908	1.6000	1.3384	1.6589	1.2848	1.7209	1.2305	1.7859
42	1.4562	1.5534	1.3992	1.6031	1.3480	1.6603	1.2958	1.7205	1.2428	1.7835
43	1.4628	1.5577	1.4073	1.6061	1.3573	1.6617	1.3064	1.7202	1.2546	1.7814
44	1.4692	1.5619	1.4151	1.6091	1.3663	1.6632	1.3166	1.7200	1.2660	1.7794
45	1.4754	1.5660	1.4226	1.6120	1.3749	1.6647	1.3263	1.7200	1.2769	1.7777
46	1.4814	1.5700	1.4298	1.6148	1.3832	1.6662	1.3357	1.7200	1.2874	1.7762
47	1.4872	1.5739	1.4368	1.6176	1.3912	1.6677	1.3448	1.7201	1.2976	1.7748
48	1.4928	1.5776	1.4435	1.6204	1.3989	1.6692	1.3535	1.7203	1.3073	1.7736
49	1.4982	1.5813	1.4450	1.6231	1.4064	1.6708	1.3619	1.7206	1.3167	1.7725
50	1.4982	1.5813	1.4564	1.6257	1.4136	1.6723	1.3701	1.7210	1.3258	1.7716
51	1.5035	1.5849	1.4625	1.6283	1.4206	1.6739	1.3779	1.7214	1.3346	1.7708
52	1.5086	1.5884	1.4684	1.6309	1.4273	1.6754	1.3855	1.7218	1.3431	1.7701
53	1.5135	1.5917	1.4741	1.6334	1.4339	1.6769	1.3929	1.7223	1.3512	1.7694
54	1.5183	1.5951	1.4797	1.6359	1.4402	1.6785	1.4000	1.7228	1.3592	1.7689
55	1.5230	1.5983	1.4851	1.6383	1.4464	1.6800	1.4069	1.7234	1.3669	1.7684
56	1.5276	1.6014	1.4903	1.6406	1.4523	1.6815	1.4136	1.7240	1.3743	1.7681
57	1.5320	1.6045	1.4954	1.6430	1.4581	1.6830	1.4201	1.7246	1.3815	1.7678
58	1.5363	1.6075	1.5004	1.6452	1.4637	1.6845	1.4264	1.7253	1.3885	1.7675
59	1.5405	1.6105	1.5052	1.6475	1.4692	1.6860	1.4325	1.7259	1.3953	1.7673
60	1.5446	1.6134	1.5099	1.6497	1.4745	1.6875	1.4385	1.7266	1.4019	1.7672
61	1.5485	1.6162	1.5144	1.6518	1.4797	1.6889	1.4443	1.7274	1.4083	1.7671
62	1.5524	1.6189	1.5189	1.6540	1.4847	1.6904	1.4499	1.7281	1.4146	1.7671
63	1.5562	1.6216	1.5232	1.6561	1.4896	1.6918	1.4554	1.7288	1.4206	1.7671
64	1.5599	1.6243	1.5274	1.6581	1.4943	1.6932	1.4607	1.7296	1.4265	1.7671
65	1.5635	1.6268	1.5315	1.6601	1.4990	1.6946	1.4659	1.7303	1.4322	1.7672
66	1.5670	1.6294	1.5355	1.6621	1.5035	1.6960	1.4709	1.7311	1.4378	1.7673
67	1.5704	1.6318	1.5395	1.6640	1.5079	1.6974	1.4758	1.7319	1.4433	1.7675
68	1.5738	1.6343	1.5433	1.6660	1.5122	1.6988	1.4806	1.7327	1.4486	1.7676
69	1.5771	1.6367	1.5470	1.6678	1.5164	1.7001	1.4853	1.7335	1.4537	1.7678
70	1.5803	1.6390	1.5507	1.6697	1.5205	1.7015	1.4899	1.7343	1.4588	1.7680
71	1.5834	1.6413	1.5542	1.6715	1.5245	1.7028	1.4943	1.7351	1.4637	1.7683

Tabel Durbin-Watson (DW), $\alpha = 5\%$

n	k=1		k=2		k=3		k=4		k=5	
	dL	dU								
71	1.5865	1.6435	1.5577	1.6733	1.5284	1.7041	1.4987	1.7358	1.4685	1.7685
72	1.5895	1.6457	1.5611	1.6751	1.5323	1.7054	1.5029	1.7366	1.4732	1.7688
73	1.5924	1.6479	1.5645	1.6768	1.5360	1.7067	1.5071	1.7375	1.4778	1.7691
74	1.5953	1.6500	1.5677	1.6785	1.5397	1.7079	1.5112	1.7383	1.4822	1.7694
75	1.5981	1.6521	1.5709	1.6802	1.5432	1.7092	1.5151	1.7390	1.4866	1.7698
76	1.6009	1.6541	1.5740	1.6819	1.5467	1.7104	1.5190	1.7399	1.4909	1.7701
77	1.6036	1.6561	1.5771	1.6835	1.5502	1.7117	1.5228	1.7407	1.4950	1.7704
78	1.6063	1.6581	1.5801	1.6851	1.5535	1.7129	1.5265	1.7415	1.4991	1.7708
79	1.6089	1.6601	1.5830	1.6867	1.5568	1.7141	1.5302	1.7423	1.5031	1.7712
80	1.6114	1.6620	1.5859	1.6882	1.5600	1.7153	1.5337	1.7430	1.5070	1.7716
81	1.6139	1.6639	1.5888	1.6898	1.5632	1.7164	1.5372	1.7438	1.5109	1.7720
82	1.6164	1.6657	1.5915	1.6913	1.5663	1.7176	1.5406	1.7446	1.5146	1.7724
83	1.6188	1.6675	1.5942	1.6928	1.5693	1.7187	1.5440	1.7454	1.5183	1.7728
84	1.6212	1.6693	1.5969	1.6942	1.5723	1.7199	1.5472	1.7462	1.5219	1.7732
85	1.6235	1.6711	1.5995	1.6957	1.5752	1.7210	1.5505	1.7470	1.5254	1.7736
86	1.6258	1.6728	1.6021	1.6971	1.5780	1.7221	1.5536	1.7478	1.5289	1.7740
87	1.6280	1.6745	1.6046	1.6985	1.5808	1.7232	1.5567	1.7485	1.5322	1.7745
88	1.6302	1.6762	1.6071	1.6999	1.5836	1.7243	1.5597	1.7493	1.5356	1.7749
89	1.6324	1.6778	1.6095	1.7013	1.5863	1.7254	1.5627	1.7501	1.5388	1.7754
90	1.6345	1.6794	1.6119	1.7026	1.5889	1.7264	1.5656	1.7508	1.5420	1.7758
91	1.6366	1.6810	1.6143	1.7040	1.5915	1.7275	1.5685	1.7516	1.5452	1.7763
92	1.6387	1.6826	1.6166	1.7053	1.5941	1.7285	1.5713	1.7523	1.5482	1.7767
93	1.6407	1.6841	1.6188	1.7066	1.5966	1.7295	1.5741	1.7531	1.5513	1.7772
94	1.6427	1.6857	1.6211	1.7078	1.5991	1.7306	1.5768	1.7538	1.5542	1.7776
95	1.6447	1.6872	1.6233	1.7091	1.6015	1.7316	1.5795	1.7546	1.5572	1.7781
96	1.6466	1.6887	1.6254	1.7103	1.6039	1.7326	1.5821	1.7553	1.5600	1.7785
97	1.6485	1.6901	1.6275	1.7116	1.6063	1.7335	1.5847	1.7560	1.5628	1.7790
98	1.6504	1.6916	1.6296	1.7128	1.6086	1.7345	1.5872	1.7567	1.5656	1.7795
99	1.6522	1.6930	1.6317	1.7140	1.6108	1.7355	1.5897	1.7575	1.5683	1.7799
100	1.6540	1.6944	1.6337	1.7152	1.6131	1.7364	1.5922	1.7582	1.5710	1.7804