



PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN NISBAH BAGI HASIL TABUNGAN TERHADAP MINAT NASABAH MENABUNG PADA BMT KHAIRUL AMIN KANTOR PUSAT KERATON

Mohamad Hariyanto A. Damoiko*¹, M. Fahmi Al Amruzi*², Rusdiana,*³

1. IAI Darussalam Martapura, Kalimantan Selatan, Indonesia

2. UIN Antasari Banjarmasin, Kalimantan Selatan, Indonesia

3. IAI Darussalam Martapura, Kalimantan Selatan, Indonesia

rusdiana.asybary86@gmail.com

Abstrak

BMT Khairul Amin adalah lembaga Keuangan yang melakukan kegiatan untuk tujuan social dan niaga dalam rangka mensejahterakan umat yang dilakukan baik dengan menghimpun dana dari umat/masyarakat dan melakukan penyaluran/pembiayaan. Populasi penelitian ini adalah 1.398 nasabah pada BMT Khairul Amin Kantor Pusat Keraton. Teknik pengambilan sampel penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling sebanyak 93 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner sebanyak 13 item pertanyaan yang dinilai dengan skala Likert 1-5. Pada (H1) Variabel Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat nasabah menabung di BMT Khairul Amin Kantor Pusat Keraton. Dengan nilai signifikansi kualitas pelayanan (X1) $0,001 < 0,1$. Dan nilai t tabel 1,661 berarti nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($3,369 > 1,661$). Maka H_0 1 Ditolak dan H_1 diterima. Pada (H2) Variabel nisbah bagi hasil (X2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat nasabah menabung di BMT Khairul Amin Kantor Pusat Keraton. Dengan nilai signifikansi nisbah bagi hasil (X2) $0,002 < 0,1$. Dan nilai t tabel 1,661 berarti nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($3,230 > 1,661$). Maka H_0 1 Ditolak dan H_1 diterima.

Kata Kunci: Pengaruh, Kualitas Pelayanan, Nisbah Bagi Hasil, Minat Nasabah

Abstract

BMT Khairul Amin is a financial institution that carries out activities for social and commercial purposes in order to prosper the people which is carried out both by collecting funds from the people / community and distributing / financing. The population of this study was 1,398 customers at BMT Khairul Amin Keraton Head Office. The sampling technique of this study used purposive sampling techniques as many as 93 respondents. The data collection technique used a questionnaire of 13 question items assessed on a Likert scale of 1-5. In (H1) the Service Quality Variable (X1) has a positive and significant effect on customers' interest in saving at BMT Khairul Amin Palace Head Office. With a service quality significance value (X1) of $0.001 < 0.1$. And the table t value of 1.661 means that the calculated t value is greater than the table t ($3.369 > 1.661$). Then H_0 1 is rejected and H_1 is accepted. In (H2) the profit sharing ratio variable (X2) has a positive and significant effect on customer interest in saving at BMT Khairul Amin Palace Head Office. With a significance value of profit sharing ratio (X2) $0.002 < 0.1$. And the table t value of 1.661 means that the calculated t intention is greater than the table t ($3.230 > 1.661$). Then H_0 1 is rejected and H_1 is accepted.

Keywords: influence, service quality, profit sharing ratio, customer interest

PENDAHULUAN

Ekonomi Islam adalah pengetahuan dan penerapan hukum syariah untuk mencegah terjadinya ketidakadilan atas pemanfaatan dan pembuangan sumber-sumber materiil dengan tujuan untuk memberikan kepuasan manusia dan melakukannya sebagai kewajiban kepada Allah dan Masyarakat (Muhamad, 2019).

Saat ini kondisi lembaga keuangan semakin berkembang dengan adanya pasar bebas yang menjadikan mudahnya suatu negara memasuki perdagangan negara lain. Para pegawai lembaga keuangan dituntut untuk mengelola lembaganya secara profesional, dimana menitik beratkan pada aspek pengetahuan, penguasaan keahlian/teknologi, kemampuan operasional pekerjaan dan wawasan kedepan atau secara sederhana seorang pegawai yang profesional harus menguasai ilmu dan teknologi di bidang keuangan. Namun penguasaan operasioanal ilmu dan teknologi saja belum cukup menjamin bahwa dalam menjalankan tugasnya para pegawai akan mentaati suatu kaidah atau norma bertingkah laku yang pantas dan perlu dijunjung tinggi yang disebut dengan etika (Hasibuan,2009).

Setiap nasabah selalu mengharapkan keuntungan dari dana yang disimpan dan di sisi lain nasabah tersebut tidak mau kehilangan dananya pada lembaga keuangan. Oleh karena itu nasabah akan memilih lembaga keuangan yang benar-benar dapat dipercaya sebagai tempat menyimpan dana mereka. Dalam hubungan dengan peningkatan jumlah nasabah maka lembaga keuangan harus dapat menciptakan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga sehingga masyarakat akan merasa aman menyimpan dana mereka (Wardani, 2013).

Kepercayaan masyarakat kepada lembaga keuangan merupakan unsur paling pokok dari eksistensi suatu lembaga keuangan tersebut. Sedangkan kepercayaan itu sendiri adalah kemauan seseorang untuk bertumpu pada orang lain dimana kita memiliki keyakinan padanya. Kepercayaan merupakan kondisi mental yang didasarkan oleh situasi seseorang dan konteks sosialnya. Ketika seseorang mengambil keputusan, ia akan memilih keputusan berdasarkan pilihan dari orang-orang yang lebih dapat ia percaya daripada yang kurang dipercayainya. Faktor kepercayaan masyarakat juga merupakan suatu faktor yang amat penting, karena tanpa kepercayaan maka masyarakat tidak akan menabung dananya di lembaga keuangan, untuk itu lembaga keuangan harus mampu menjaga kepercayaan masyarakat tersebut (Wardani, 2013).

Lembaga keuangan syariah kini tidak hanya berbentuk bank namun juga telah hadir lembaga keuangan syariah non-bank. Saat ini lembaga keuangan non-bank menjadi salah satu pilihan pelaku bisnis dalam dunia ekonomi. Dalam hal ini salah satunya adalah Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) yang merupakan lembaga keuangan yang memberikan kredit dan jasa-jasa lain dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang beroperasi disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Hadirnya BMT ini sangat membantu dalam pengentasan kemiskinan karena pihak

BMT membiayai sesuai dengan kemampuan yang dimiliki oleh usahawan dan prosedur yang diikuti tidak terlalu mempersulit peminjam (Muhamad, 2000).

BMT merupakan Balai Usaha Mandiri Terpadu yang berintikan Baitul Maal (Lembaga Sosial) dan Baitut Tamwil (Lembaga Usaha). Baitul Maal adalah Institusi yang melakukan pengelolaan zakat, infaq, shodaqoh dan hibah secara amanah. Baitut Tamwil adalah Institusi yang melakukan kegiatan usaha dengan mengumpulkan dana melalui penawaran simpoksus dan berbagai jenis simpanan/tabungan yang kemudian dikembangkan dalam bentuk pembiayaan dan investasi bagi usaha-usaha yang produktif. Produk-produk BMT memiliki perbedaan yang sangat mendasar dengan lembaga keuangan konvensional dan hal inilah yang menjadi daya tarik bagi masyarakat untuk menabung di BMT (Kotler, 2002). BMT (Baitul Maal wat tamwil) merupakan lembaga keuangan syariah non bank yang berorientasi pada seluruh kalangan masyarakat. BMT disebut sebagai lembaga ekonomi masyarakat yang bertujuan mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi untuk meningkatkan kegiatan usahanya dengan prinsip syariah (Ridwan, 2004). Salah satu dari sekian banyak BMT di Indonesia adalah BMT Khairul Amin yang berada di Kelurahan Keraton, Kec. Martapura, Kab. Banjar, Kalimantan Selatan.

BMT dalam menjalankan fungsinya sebagai investor/penyalur dana menjanjikan suatu sistem operasional yang lebih adil, khususnya pada sistem profit loss sharing (bagi hasil) seperti yang ada, yaitu menghilangkan praktek riba dan menggantikannya dengan sistem bagi hasil. Bagi hasil inilah yang membedakan antara lembaga keuangan islam dan non islam. Dalam prakteknya, mekanisme penghitungan bagi hasil dapat didasarkan pada dua cara profit sharing (bagi laba) dan revenue sharing (bagi pendapatan), yakni sebagai berikut (Wiyono, 2005):

- a. Profit sharing (bagi laba) merupakan penghitungan bagi hasil yang didasarkan pada laba dari pengelola dana yaitu pendapatan usaha dikurangi dengan beban usaha untuk mendapatkan pendapatan usaha tersebut.
- b. Revenue sharing (bagi pendapatan) merupakan penghitungan bagi hasil yang didasarkan pada revenue (pendapatan) dari pengelola dana yaitu pendapatan usaha sebelum dikurangi beban usaha untuk mendapatkan pendapatan usaha tersebut.

Bagi lembaga keuangan syariah, pada saat pengembalian dan pembagian keuntungan yang diberikan oleh nasabah kepada lembaga dan atau yang diberikan oleh lembaga menggunakan bagi hasil, besarnya rasio bagi hasil didasarkan pada jumlah keuntungan proyek yang dijalankan. Bila usaha merugi, kerugian akan ditanggung bersama oleh kedua belah pihak. Adapun pada sistem bunga tetap seperti yang dijanjikan tanpa pertimbangan apakah proyek yang dijalankan oleh pihak nasabah untung atau rugi (Antonio, 2001).

Dengan melihat pemaparan latar belakang diatas, penulis sangat tertarik untuk melakukan penelitian, dengan gambaran bagaimana salah satu lembaga keuangan dengan sistem syariah menjadi salah satu pilihan bagi masyarakat yang sesuai dengan Syariah dalam menabung atau menyimpan uangnya. Sehingga penulis tertarik untuk mengambil judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nisbah Bagi Hasil Tabungan Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada BMT Khairul Amin Kantor Pusat Keraton Kantor Pusat Keraton”.

LANDASAN TEORI

Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau *service* yang disampaikan kepada pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan dan kemampuan yang ditunjukkan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen. Beberapa diantaranya yaitu (Mukhtadi, 2018):

a. Pelayanan dalam Keramahan.

Keramahan adalah bagian yang terpenting karena dapat berdampak pada kepuasan maupun kedekatan antara karyawan dengan nasabah. Karyawan yang ramah merupakan satu aspek kunci dari satu hubungan pelayanan jasa yang sukses karena suatu hubungan jasa dapat dikatakan sukses apabila karyawan berbuat baik dan ramah kepada pelanggan dan bank harus memberikan kuasa kepada karyawan ke garis depan apabila menjumpai pelanggan yang menuntut kegagalan atas jasa. Manajer bank harus berani dalam memberikan kepercayaan kepada karyawan untuk memberikan pelayanan terbaik pada nasabah, sehingga nasabah merasa dekat dengan karyawan (Hansen 2003). Keramahan karyawan ditunjukkan dari ketulusan karyawan dalam menunjukkan perhatian pada saat melayani nasabah.

b. Pelayanan dalam Mengambil Keputusan.

Kemampuan seseorang untuk membuat suatu keputusan sangat dipengaruhi oleh besarnya wewenang yang diberikan atasan. Tetapi yang paling penting bukanlah banyak atau sedikitnya wewenang, melainkan apakah orang tersebut dapat menggunakan wewenang yang telah diberikan kepadanya untuk membuat keputusan yang terbaik. Prinsip ini perlu digaris bawahi karena kenyataan menunjukkan bahwa orang gagal membuat keputusan yang baik, tepat pada waktunya, meskipun ia memiliki cukup wewenang, karena ia dilumpuhkan oleh rasa takut bahwa ia akan melakukan kesalahan.

Untuk mengembangkan kemampuan guna membuat keputusan yang mantap, handal, dan tepat pada waktunya, dibutuhkan beberapa bekal untuk melakukan hal itu. Pertama; dibutuhkan kemampuan nalar atau pertimbangan yang masak agar setelah meneliti semua faktor yang berhubungan dengan suatu masalah serta segenap alternatif pemecahannya, mampu menetapkan suatu

pemecahan terbaik yang dapat dilaksanakan dengan lancar dan juga dituntut untuk berwawasan jauh ke depan agar dapat mengantisipasi dan merencanakan aksi dan reaksi yang akan muncul akibat keputusan tersebut. Kedua; harus mempunyai kepribadian kuat yang diperlukan untuk membuat keputusan terbaik pada waktu yang tepat, dan mengumumkannya juga pada waktu dan tempat yang tepat sehingga akan diperoleh hasil sesuai yang diharapkan.

c. Pelayanan dalam Menghadapi Permasalahan.

Menghadapi permasalahan ataupun keluhan nasabah dengan sepenuh hati merupakan suatu hal yang penting dalam menjaga nama baik perusahaan, karyawan tidak hanya harus menjalin hubungan baik dengan berbagai nasabah, karyawan juga dituntut untuk menjaga nama baik suatu perusahaan. Oleh karena itu, menjalankan fungsi dan peran harus sejalan dengan strategi komunikasi yang telah ditetapkan perusahaan. Sebagai karyawan.

d. Pelayanan yang Cepat dan Tepat.

Pelayanan adalah kegiatan pemberian jasa dari satu pihak kepada pihak lainnya. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat, tepat, dan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya. Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Tindakan tersebut dapat dilakukan melalui cara langsung melayani pelanggan (Kasmir, 2005).

Nisbah bagi hasil merupakan faktor penting dalam menentukan bagi hasil di lembaga keuangan syariah. Sebab aspek nisbah merupakan aspek yang disepakati bersama antara kedua belah pihak yang melakukan transaksi. Untuk menentukan nisbah bagi hasil, perlu diperhatikan aspek-aspek berikut: data usaha, kemampuan angsuran, hasil usaha yang dijalankan atau tingkat return aktual bisnis, tingkat return yang diharapkan, nisbah pembiayaan, distribusi pembagian hasil.

Nisbah bagi hasil merupakan persentase keuntungan yang akan diperoleh shahibul mal dan mudharib yang ditentukan berdasarkan kesepakatan antara keduanya. Jika usaha tersebut merugikan akibat resiko bisnis, bukan akibat kelalaian mudharib, maka pembagian kerugiannya berdasarkan porsi modal yang disetor oleh masing-masing pihak. Karena seluruh modal yang ditanam dalam usaha mudharib milik shahibul mal, maka kerugian dari usaha tersebut ditanggung sepenuhnya oleh shahibul mal. Oleh karena itu, nisbah bagi hasil disebut juga dengan nisbah keuntungan (Nurfitria, 2018).

Keputusan Penggunaan Jasa Lembaga keuangan Syariah Tabungan *Mudharabah* Keputusan penggunaan jasa perbankan syariah tabungan Mudharabah adalah pengambilan keputusan yang dilakukan oleh nasabah atau konsumen untuk

menggunakan jasa lembaga keuangan syariah tabungan berakad *Mudharabah*. Nasabah dalam mengambil keputusan untuk menggunakan tabungan *Mudharabah* pastinya akan melalui beberapa tahapan pengambilan keputusan. Tahapan tersebut terdiri dari: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan membeli atau pengambilan keputusan, dan perilaku sesudah pembelian atau perilaku sesudah keputusan diambil.

Nasabah dalam memilih tabungan membutuhkan tentunya pencarian informasi. Nasabah akan mengumpulkan informasi sebanyak-banyaknya mengenai bank yang dapat membantu memenuhi akan kebutuhannya. Pada tahapan evaluasi alternatif, nasabah mempelajari lebih dalam informasi informasi yang didapatkan dan mengetahui kelemahan dan kelebihan dari masing-masing bank serta jenis produk tabungan yang ada.

Tahap selanjutnya yaitu mengambil keputusan, pada tahap ini nasabah memilih salah satu alternatif dan mengambil tabungan *mudharabah* untuk memenuhi kebutuhan akan menabung. Setelah keputusan diambil, maka dapat diketahui perilaku sesudah mengambil keputusan berupa kepuasan dan ketidakpuasan nasabah mengenai keputusan yang diambil. Perilaku nasabah sesudah memutuskan untuk mengambil tabungan *mudharabah* dapat dilihat dari kepuasan atau ketidakpuasan nasabah mengenai dampak yang dihasilkan. Perilaku nasabah sesudah memutuskan untuk mengambil tabungan *mudharabah* dapat digunakan untuk mengukur keputusan nasabah menggunakan tabungan *mudharabah*.

Mengukur keputusan nasabah dalam menggunakan jasa lembaga keuangan syariah tabungan *mudharabah* dengan menggunakan indikator (Yogiarto, 2015):

a. Pengenalan Masalah.

Dalam hal ini keputusan nasabah menggunakan tabungan *mudharabah* diukur sesuai dengan kebutuhan untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi konsumen.

b. Pencarian Informasi.

Pada tahapan pencarian Informasi, keputusan nasabah dapat diukur dengan pengalaman nasabah dalam mengakses atau mengumpulkan informasi sehingga banyak informasi dapat diserap oleh nasabah.

c. Evaluasi Alternatif.

Pada tahapan evaluasi alternatif, keputusan nasabah dapat dinilai dengan pengalaman nasabah dalam mengevaluasi pilihan yang ada dari banyaknya informasi yang didapatkan. Ketika nasabah telah melewati tahapan ini, maka nasabah memiliki berbagai informasi tentang tabungan *mudharabah* serta mengetahui kekurangan dan kelebihan tabungan *mudharabah* sehingga nasabah dapat memberikan penilaian mengenai seberapa mudah menggunakan tabungan *mudharabah*.

d. Keputusan Membeli atau Mengambil.

Dalam hal ini keputusan mengambil tabungan *mudharabah* diukur sesuai dengan perilaku nasabah atas keyakinan atau persepsi yang ada setelah memilih atau mengambil jasa yang akan digunakan serta apakah nasabah langsung menggunakan jasa tersebut atau tidak.

e. Perilaku Pasca Membeli.

Sesudah memutuskan untuk mengambil tabungan *mudharabah*, nasabah memberikan penilaian mengenai dampak pada masalah setelah mendapatkan apa yang menjadi kebutuhannya melalui tabungan *mudharabah*.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan data berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik dan merupakan metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel (Sugiyono, 2015). Variabel-variabel ini diukur dengan instrumen penelitian sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisa berdasarkan prosedur statistik. Data kuantitatif dapat diukur dalam suatu skala numerik (angka) (Kuncoro, 2011).

Tempat penelitian yang peneliti lakukan berada di BMT Khairul Amin Kantor Pusat Keraton yang beralamat di Jalan. Keraton Tengah RT 06 RW 02 NO.12 A Kelurahan Keraton Kecamatan Martapura Kota Kabupaten Banjar. Dalam Penelitian ini, yang menjadi Populasi yaitu seluruh nasabah yang menggunakan produk Tabungan atau Simpanan di BMT Khairul Amin Kantor Pusat Keraton Martapura. Jumlah populasi seluruh anggota/nasabah yang menggunakan produk tabungan atau simpanan di BMT Khairul Amin Kantor Keraton Martapura yaitu sebesar 1.398 orang adapun jumlah nasabah dari tahun 2019, 2020, dan 2021.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan *non probability sampling*. Menurut Sugiyono “non probability sampling adalah teknik pengambilan sampel tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel”. *NonProbability sampling* terdiri dari *purposive sampling*, *accidental sampling*, *quota sampling*, *saturation sampling*, *snowball sampling*.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan *sample purposive sampling*, Menurut Sugiyono *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan menentukan kriteria-kriteria tertentu. *Purposive sampling* (juga dikenal sebagai *judgement*, *selective* atau *subyektif sampling*) adalah teknik pengambilan sampel di mana peneliti mengandalkan penilaiannya sendiri ketika memilih anggota populasi untuk berpartisipasi dalam penelitian (Lararenjana, 2021). Untuk kriteria dalam tehnik sampling ini adalah umur minimal 15 tahun s.d 55 tahun keatas.

Sampel yang diambil dari populasi tersebut harus betul-betul representatif atau dapat mewakili Besaran atau ukuran sampel sangat tergantung dari besaran tingkat ketelitian atau toleransi kesalahan (*error tolerance*) yang diinginkan peneliti. Namun, dalam hal tingkat toleransi kesalahan pada penelitian adalah 5%, 10 % dan 15%, maksimal tingkat kesalahannya yang diambil adalah 10% (0,01).

Sampel dari penelitian ini dihitung berdasarkan skala perhitungan solvin yaitu dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

n=ukuran sampel

N=populasi

d=taraf nyata atau bebas kesalahan

Dalam penelitian ini saya mengambil toleransi kesalahan sebesar 10% (0,10), sehingga perhitungan menggunakan rumus solvin untuk kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{1.398}{1 + 1.398 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{1.398}{1 + 1.398 (0,01)}$$

$$n = \frac{1.398}{1 + 13,98}$$

$$n = \frac{1.398}{14,98}$$

$$n = 93,32$$

Dibulatkan menjadi 93 responden

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Penyajian Data

Terdapat 35 responden laki-laki (35,4 %) dan 58 responden perempuan (58,6 %) dari total 93 responden. Adapun diketahui bahwa dari 93 responden, 24 responden (24,2 %) berusia antara 15 sampai 25, 23 responden (23,2%) berusia antara 26 sampai 35, 18 responden (18,2%) berusia 36 sampai 45, 18 responden (18,2%) berusia antara 46 sampai 55, dan 10 responden (10,1%) berusia 55 tahun ke atas.

Sedangkan jumlah anggota yang menabung 1.398. dengan jenis tabungan yang berbeda-beda. Tabungan Mudharabah 1.262 anggota, Tabungan Deposit MDMQ 77 anggota, dan Wadiah 59 anggota.

b. Analisis Data

1) Uji Validitas

Variabel X1 Nilai r hitung $>$ r tabel berdasarkan uji signifikan 0.01, dengan nilai r tabel 0,171. Artinya item tersebut valid.

Variabel X2 Nilai r hitung $>$ r tabel berdasarkan uji signifikan 0.01, dengan nilai r tabel 0,171. Artinya item tersebut valid.

Variabel Y Nilai r hitung $>$ r tabel berdasarkan uji signifikan 0.01, dengan nilai r tabel 0,171. Artinya item tersebut valid.

2) Uji Reliabilitas

Nilai *Cronbach's Alpha* adalah $0,796 > 0,6$, Hasilnya, 5 item pernyataan pada variabel Kualitas Pelayanan (X1) dapat disimpulkan reliabel dan layak digunakan.

Nilai *Cronbach's Alpha* adalah $0,741 > 0,6$. Hasilnya, 6 item pernyataan pada variabel Nisbah Bagi Hasil (X2) dapat disimpulkan reliabel dan layak digunakan.

Nilai *Cronbach's Alpha* adalah $0,732 > 0,6$, 6 item pernyataan pada variabel Minat nasabah (Y) dapat disimpulkan reliabel dan layak untuk digunakan.

3) Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Nilai *kolmogrovsmirnov* (K-S) sebesar 0,064 dan *asympt. sig. (2-tailed)* sebesar $0,200 > 0,1$, yang berarti nilai residual berdistribusi normal atau memenuhi asumsi normalitas.

Berdasarkan Hasil Uji Normal P-P Plot distribusi titik mengikuti garis diagonal, menunjukkan bahwa distribusinya normal. Hasil uji normalitas dapat disimpulkan bahwa model regresi berdistribusi normal.

b) Uji Multikolinieritas

Berdasarkan nilai VIF untuk kedua variabel bebas Kualitas Pelayanan (X1) dan Nisbah Bagi Hasil (X2) bernilai sama yaitu sebesar $1,384 < 10$ dan nilai tolerance keduanya juga bernilai sama sebesar $0,723 > 0,1$. Dengan demikian tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi dan asumsi multikolinieritas dapat terpenuhi.

c) Heterokedastisitas

Nilai Sig masing-masing variabel terhadap residual lebih besar dari 0,1, yang menunjukkan bahwa data tersebut bebas dari gejala heteroskedastisitas. Variabel Mobile Banking (X1) $\text{sig} = 0,452 > 0,1$ dan ATM (X2) $\text{sig} = 0,463 > 0,1$ sudah diketahui. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 dapat diterima, dan variabel residual dapat disimpulkan. terbebas

dari gejala heterokedastisitas sehingga asumsi heterokedastisitas dapat terpenuhi.

4) Uji Keofisien Determinasi (R^2)

Nilai R yang diketahui sebesar 0,582 yang menunjukkan hubungan yang kuat antara kualitas pelayanan (X1) dan nisbah bagi hasil (X2) terhadap minat nasabah (Y). Nilai R Square yang ditemukan sebesar 0,338 yang menunjukkan bahwa (X1) dan (X2) memiliki pengaruh gabungan sebesar $0,338 = 33,8\%$ terhadap kepuasan nasabah (Y), $(100 - 33,8) = 66,2\%$ sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

5) Uji Regresi Linier Berganda

Nilai $a = 8,957$ merupakan konstanta atau keadaan saat variabel minat nasabah belum dipengaruhi oleh variabel lain yaitu variabel kualitas pelayanan (X1), dan variabel nisbah bagi hasil (X2). Jika variabel independen tidak ada maka variabel minat nasabah tidak mengalami perubahan.

B1 (nilai keofisien regresi x1) sebesar 0,197, menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif terhadap minat nasabah menabung yang berarti bahwa setiap kenaikan 1, satuan variabel kualitas pelayanan maka akan mempengaruhi minat nasabah sebesar 0,197. Dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

B2 (nilai keofisien regresi x2) sebesar 0,278, menunjukkan bahwa variabel nisbah bagi hasil mempunyai pengaruh yang positif terhadap minat nasabah menabung yang berarti bahwa setiap 1, satuan variabel nisbah bagi hasil maka akan mempengaruhi minat nasabah menabung sebesar 0,278, Dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

6) Uji Hipotesis

a) Uji F (Simultan)

$$H_0 : B_1 = B_2 = 0$$

$$H_1 : B_1 = B_2 \neq 0$$

Pengambilan keputusan :

Jika F hitung < F tabel

atau nilai Sig > $\alpha = 0.05$,

maka H_0 diterima.

Jika F hitung > F tabel

atau nilai Sig < $\alpha = 0.05$,

maka H_0 ditolak.

Bahwa nilai F hitung 23,001, dimana nilai F hitung = 23,001 > F tabel = 3,10 dan nilai signifikan diperoleh sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0

ditolak. Sehingga model regresi yang telah diidentifikasi sebelumnya cocok untuk digunakan karena kedua variabel bebas berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat.

b) Uji T (Parsial)

Jumlah responden/data yang digunakan 93 responden. $n=93$ $\alpha = 10\%$

Pengambilan Keputusan:

Jumlah variabel (k) = 2

Jumlah responden (n) = 93

Taraf signifikansi, sig. (2 sisi) sig = $10\%/0,1 : 2 = 0,05$

Derajat bebas $df = n - k$ (93

$2 = 91$), T tabel = 1,66177

Pada (H1) Variabel Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat nasabah menabung di BMT Khairul Amin Kantor Keraton. Dengan nilai signifikansi kualitas pelayanan (X1) $0,001 < 0,5$. Dan nilai t tabel 1,661 berarti nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($3,369 > 1,661$). Maka H_0 1 Ditolak dan H_1 diterima.

Pada (H2) Variabel nisbah bagi hasil (X2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat nasabah menabung di BMT Khairul Amin Kantor Keraton. Dengan nilai signifikansi nisbah bagi hasil (X2) $0,002 < 0,5$. Dan nilai t tabel 1,661 berarti nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($3,230 > 1,661$). Maka H_0 1 Ditolak dan H_1 diterima.

SIMPULAN

Dapat disimpulkan sebagai berikut berdasarkan deskripsi masalah dan temuan pengujian hipotesis yang diusulkan dengan beberapa model analisis regresi linier:

Bahwa nilai F hitung 23,001, dimana nilai F hitung = $23,001 > F$ tabel = 3,10 dan nilai signifikan diperoleh sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak. Sehingga model regresi yang telah diidentifikasi sebelumnya cocok untuk digunakan karena kedua variabel bebas berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat.

Pada (H1) Variabel Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat nasabah menabung di BMT Khairul Amin Kantor Pusat Keraton. Dengan nilai signifikansi kualitas pelayanan (X1) $0,001 < 0,1$. Dan nilai t tabel 1,661 berarti nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($3,369 > 1,661$). Maka H_0 1 Ditolak dan H_1 diterima.

Pada (H2) Variabel nisbah bagi hasil (X2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat nasabah menabung di BMT Khairul Amin Kantor Pusat Keraton. Dengan nilai signifikansi nisbah bagi hasil (X2) $0,002 < 0,1$. Dan nilai t tabel

1,661 berarti nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($3,230 > 1,661$). Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

DAFTAR PUSTAKA

- Antonio, Muhammad Syafi'i. 2001. *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani, 2001.
- Hasibuan, Malayu S.P. 2009. *Dasar-dasar Perbankan*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran: Analisis Perencanaan dan Implementasi Kontrol*, Jakarta: Salemba Empat.
- Kuncoro, Mudjarat. 2011. *Metode kuantitatif: Teori dan Aplikasi untuk bisnis dan ekonomi*, Yogyakarta: STIM YKPN.
- Lararenjana, Adelwai. 2021. *purposive sampling* Merdeka.com <https://www.merdeka.com/jatim/purposive-sampling-adalah-teknik-pengambilan-sampel-dengan-ciri-khusus-wajib-tahu-klm.html?page=2> Diakses pada 25 Mei 2021
- Muhamad. 2019. *Sistem Keuangan Islam: Prinsip dan operasionalnya di Indonesia*. Cet.I; Yogyakarta: RajaGrafindo Persada.
- Muhammad. 2000. *Lembaga Keuangan Umat Kontemporer*, Yogyakarta: UII Pers.
- Mukhtadi, Mohammad Rizki. 2018. "Strategi pengambilan keputusan dalam pemecahan masalah, studi kasus pada bank xyz cabang tajur halang cianjur jawa barat", Vol. 3 No. 1, Januari- Juni.
- Nurfitria, Erika. 2018. *Ekonomica Sharia Jurnal Pemikiran dan Pengembangan Ekonomi Syariah*, Vol.1, No.1 Edisi Agustus.
- Ridwan, Muhammad. 2004. *Manajemen Baitul Maal wat Tamwil*, Yogyakarta: UII Press.
- Sugiyono. 2015. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*, Bandung: Alfabet
- Wiyono, Slamet. 2005. *Cara Mudah Memahami Akuntansi Perbankan Syariah Berdasarkan PSAK dan PAPS*, Jakarta: Grasindo.
- Yogiarto, Permana. 2015. "Pengaruh Bagi Hasil, Promosi, & Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah" Laporan Hasil Penelitian Pusat Penelitian Universitas Negeri Yogyakarta.