

## **Pengaruh Fasilitas Dan Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung Di Bank Syariah Mandiri Kc Dumai**

**Neni Suryani**

*Institut Agama Islam Tafaqquh Fiddin Dumai*  
[nenisuryani@iaitfdumai.ac.id](mailto:nenisuryani@iaitfdumai.ac.id)

**Heru Kurniawan**

*Institut Agama Islam Tafaqquh Fiddin Dumai*  
[herukurniawan139@gmail.com](mailto:herukurniawan139@gmail.com)

### **Abstrak**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh fasilitas dan pelayanan yang diberikan Bank Syariah Mandiri KC Dumai terhadap minat nasabah menabung di Bank Syari'ah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Mandiri 1KC Dumai. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu Random Sampling yang didapat sampel 90 nasabah. Kemudian pengolahan datanya menggunakan aplikasi SPSS 21.0 For Windows. Kesimpulan dari penelitian ini yaitu variabel fasilitas tidak berpengaruh terhadap minat nasabah menabung dimana pada variabel pelayanan berpengaruh terhadap minat nasabah menabung. Sedangkan variabel fasilitas dan pelayanan berpengaruh terhadap minat nasbah menabung pada Bank Syariah Mandiri KC Dumai.

**Kata Kunci : Fasilitas, pelayanan, minat nasabah menabung**

### ***Abstract***

The purpose of this study was to determine the effect of the facilities and services provided by Bank Syariah Mandiri KC Dumai on customer interest in saving at Bank Syariah. The method used in this research is quantitative. The population in this study were customers of Bank Syariah Mandiri 1KC Dumai. The sampling technique used is Random Sampling with a sample of 90 customers. Then processing the data using the SPSS 21.0 For Windows application. The conclusion of this study is that the facility variable does not affect the customer's interest in saving where the service variable has an effect on the customer's interest in saving. While the variables of facilities and services affect the interest of customers to save at Bank Syariah Mandiri KC Dumai.

***Keywords: Facilities, services, customer interest in saving***

### **Pendahuluan**

Bank Syari'ah sebagai bank yang menerapkan prinsip-prinsip syari'ah dalam kegiatan operasionalnya yang pertama di Indonesia dalam kurun waktu

---

beberapa tahun terakhir ini berkembang dengan pesat. Hal ini ditandai dengan banyaknya pendirian Bank-bank Syari'ah dan juga mulai maraknya pendirian berbagai lembaga keuangan *non bank* seperti *Baitul Maal wa Tamwil*, BPR Syari'ah, Asuransi Syari'ah, Pegadaian Syari'ah, Reksadana Syari'ah, Pasar Modal Syari'ah serta Lembaga Zakat, Infaq, Shadaqah dan Wakaf.

Salah satu alasan Bank Syari'ah di Indonesia didirikan adalah karena keinginan masyarakat terutama masyarakat yang beragama Islam. Masyarakat Islam beranggapan bahwa bank yang menggunakan sistem bunga merupakan hal yang haram dan tidak sesuai syariat Islam dalam kegiatan operasionalnya. Oleh karena itu, para Ulama di Indonesia khususnya tim penyusun dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) bersepakat untuk menggagas berdirinya bank tanpa bunga atau istilahnya Bank Syari'ah. Karena bunga dalam Al-Qur'an disamakan dengan riba yang hukumnya haram.

Keharaman itu mengacu pada pada ayat Al-Qur'an: Al-Baqarah:(275)

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

*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." (Q.S Al-Baqarah:275) (DEPAG)*

Berdasarkan ayat di atas menjelaskan bahwa Allah SWT telah mengharamkan riba. *Kultur* yang dibangun perbankan syari'ah adalah membangun sistem bagi hasil (*profit and loss sharing system*) yang menjadi prinsip dasar operasional Bank Syari'ah.( Evi & Raina )

Industri perbankan syari'ah telah mengalami perkembangan yang sangat pesat. Dengan diterbitkannya Undang-undang No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syari'ah, perkembangan industri perbankan syari'ah di Indonesia semakin memiliki landasan hukum yang memadai dan akan mendorong pertumbuhannya secara lebih cepat lagi. (Hutomo Dkk : 2016 : 44)

Perkembangan Bank Syari'ah yang semakin meningkat membuat persaingan antar Bank Syari'ah dan Bank Konvensional semakin ketat. Hal ini menuntut bank agar dapat mempertahankan nasabahnya maupun menarik minat nasabah-nasabah baru. Perkembangan perbankan syari'ah menjadi menarik untuk diamati bila dikaitkan dengan tujuan awal berdirinya Bank Syari'ah. Tujuan utama dari pendirian lembaga keuangan syari'ah ini adalah tiada lain sebagai upaya kaum muslim untuk mendasari segenap aspek kehidupan ekonominya berlandaskan syari'at Islam

Tabungan memegang peranan penting dalam kehidupan individu maupun masyarakat. Secara mikro tabungan berperan menjaga tingkat konsumsi dimasa yang akan datang bahkan di sepanjang waktu. Dalam rangka memperoleh tingkat kemakmuran sepanjang hidup, sedangkan secara makro tabungan merupakan sumber investasi guna mendorong pertumbuhan ekonomi untuk mencapai realitas cita-cita masyarakat yang sejahtera, berkemakmuran dan berkeadilan. Fungsi dari perbankan secara umum dalam hal menghimpun dana dari masyarakat kemudian akan disalurkan kepada pihak yang defisit dan memerlukan dana sehingga dalam fungsi ini dana yang disimpan masyarakat akan menjadi lebih produktif dan bermanfaat.

Minat adalah aspek kejiwaan dan bukan hanya mewarnai perilaku seseorang untuk melakukan aktifitas yang menyebabkan seseorang merasa tertarik kepada sesuatu. Selain itu minat memiliki makna yang luas, karena dengan minat akan mampu merubah sesuatu yang belum jelas menjadi lebih jelas. (Hutomo: 2016 : 49)

Dalam dunia perbankan sumber dana terbesar bersumber dari para nasabah yang melakukan transaksi yaitu dalam hal ini nasabah yang melakukan transaksi menabung, sehingga pihak lembaga keuangan mempunyai aturan yang ketat kepada pengelolaan keuangan yang bersumber dari nasabah maupun masyarakat. Untuk menarik minat nasabah faktor utama yang harus diperhatikan yaitu kepuasan nasabah. Untuk terus menjaga kepuasan nasabah salah satu cara yang harus dibenahi oleh bank yaitu kualitas baik itu dari segi fasilitas maupun pelayanan. Nasabah saat ini lebih berhati-hati untuk memutuskan bank manakah yang akan dipilihnya untuk tempat menginvestasikan dananya. Faktor pendukung untuk menarik minat nasabah dalam hal ini yaitu dari segi fasilitas terutama fasilitas perbankan itu sendiri yang sangat dibutuhkan oleh nasabah dalam rangka memberikan kemudahan dalam bertransaksi, mulai dari sarana transfer antar rekening, tarik tunai lewat ATM (Anjungan Tunai Mandiri), kelengkapan ruang tunggu, fasilitas pendukung untuk transaksi. ( Wiji Nurastuti : 2011 : 110 )

Yang tidak kalah penting adalah faktor kualitas pelayanan. Dengan adanya kualitas yang baik di dalam perusahaan akan menciptakan kepuasan dari para nasabahnya. Setelah nasabah merasa puas dengan produk dan layanan yang diterimanya, nasabah akan membanding-bandingkan pelayanan dan fasilitas yang diberikan. Apabila nasabah benar-benar puas maka mereka akan melakukan transaksi ditempat yang sama. ( Seanewati Dkk : 2017 : 59 )

Oleh karena itu, setiap perusahaan jasa wajib merencanakan, mengorganisasikan dan mengendalikan sistem kualitas layanan sebaik mungkin, sehingga pelayanan dapat memuaskan para pelanggannya. Perusahaan yang mampu bersaing dalam pasar adalah perusahaan yang dapat menyediakan produk atau jasa yang berkualitas. Sehingga perusahaan dituntut untuk terus melakukan perbaikan terutama pada kualitas pelayanannya.

Hal ini dimaksudkan agar produk atau jasa yang ditawarkan akan mendapat tempat yang baik di mata masyarakat selaku nasabah dan calon nasabah. dengan adanya kualitas yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para nasabahnya. Setelah nasabah merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, nasabah akan dapat menilai pelayanan

---

yang diberikan oleh perusahaan tersebut. apabila nasabah mulai merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang produk atau jasa serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Pada dasarnya kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian masyarakat terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived services*) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (*expected service*). (Fandy Tjiptono : 2007 : 82)

Bagi setiap perusahaan dapat menyesuaikan atau melebihi harapan mutu jasa yang diinginkan masyarakat. Kepuasan konsumen akan terpenuhi apabila proses penyampaian jasa kepada masyarakat sesuai dengan apa yang dipersepsikan. berbagai faktor seperti subyektivitas si pemberi jasa, keadaan psikologis (*konsumen maupun pemberi jasa*), kondisi lingkungan eksternal dan sebagainya turut mempengaruhi sehingga jasa sering disampaikan dengan cara yang berbeda dengan yang dipersepsikan masyarakat.

Demikian halnya pada kondisi fasilitas dan pelayanan yang diberikan oleh Bank Syari'ah Mandiri KC Dumai. Dimana setelah dilakukan pengamatan, diketahui bahwa kondisi fasilitas dan pelayanan yang diberikan oleh Bank Syari'ah Mandiri KC Dumai dapat dikategorikan baik. Untuk dapat menarik minat masyarakat perusahaan perlu meningkatkan paling tidak lima dimensi pelayanan yaitu, bukti fisik (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*empathy*). ( Wiji Nurastuti )

Bank Syari'ah Mandiri KC Dumai terus meningkatkan pelayanannya kepada masyarakat untuk memenuhi kebutuhan financial mereka, termasuk salah satunya menyediakan beberapa jenis produk tabungan yang dapat dibuka sesuai dengan kebutuhan dan keperluan masing-masing. Ada beberapa jenis tabungan yang ditawarkan kepada calon nasabah Bank Syari'ah Mandiri KC Dumai berikut ini adalah tabungan yang dimiliki oleh Bank Syariah Mandiri KC Dumai yaitu Produk tabungan Tabungan BSM, Tabungan Mabrur, Tabungan Berencana BSM.

Bank Syari'ah Mandiri yang dipilih dalam penelitian ini terletak dikota Dumai Jl. Jend. Sudirman Kelurahan Teluk Binjai, Kecamatan Dumai Kota yang dilengkapi dengan fasilitas ruang tunggu, tempat parkir yang luas, mesin ATM, dari segi pelayanannya seperti teller, customer service serta security. Dalam penelitian ini akan difokuskan pada nasabah Bank Syariah Mandiri KC Dumai.

## **Fasilitas**

Menurut Rhenald Kasali, fasilitas dapat didefinisikan sebagai sarana dan prasarana yang disertakan perusahaan untuk diberikan kepada nasabah. Biasanya fasilitas disertakan pada produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada nasabah mereka. Seperti halnya standar kualitas pelayanan, fasilitas yang tersedia berada pada fungsi yang maksimal, dimana dalam hal ini adalah untuk kepuasan nasabah. Segala fasilitas yang disediakan diharapkan mampu memenuhi semua kebutuhan nasabah yang akan bertransaksi keuangan mereka di bank. Sehingga bank mampu melaksanakan fungsi sebagai lembaga penyedia jasa dibidang keuangan tersebut.

Mesin produksi, alat-alat kantor dan tenaga kerja. Mengingat pentingnya fasilitas ini perusahaan rela mengeluarkan modal yang besar untuk membeli peralatan atau mesin-mesin canggih yang harganya mahal asalkan perusahaan bisa memproduksi secara optimal. Demikian halnya dengan fasilitas yang diberikan

---

dalam suatu produk perbankan, fasilitas yang diberikan pihak bank semakin beragam, semuanya memberikan kemudahan yang diberikan oleh pihak bank, misalnya fasilitas ATM, pembayaran telepon, listrik dan PAM, serta fasilitas lainnya. Definisi lain juga menjelaskan bahwa, fasilitas merupakan penampilan, kemampuan sarana prasarana dan keadaan lingkungan sekitarnya dalam menunjukkan eksistensinya kepada eksternal yang meliputi fasilitas fisik (gedung), perlengkapan dan peralatan. Fasilitas dapat berupa alat, benda- benda, perlengkapan, uang, ruang tempat kerja.(Chatrin Surya Dkk : 2015 : 4)

Fasilitas dalam Islam dapat berupa fisik seperti gedung, ruangan yang nyaman, dan sarana dan prasarana lainnya, yang membuat nasabah merasa nyaman namun tidak menonjolkan kemewahan. Dari beberapa definisi di atas bahwa fasilitas adalah sarana prasarana yang diberikan pihak bank untuk mempermudah nasabah dalam bertransaksi dan memberikan kenyamanan bagi nasabahnya.

Indikator - indikator tersebut dijabarkan berdasarkan perusahaan jasa, bank termasuk perusahaan jasa dikarenakan jasa dapat diartikan sesuatu yang tidak berwujud dalam bentuk fisik atau konstruksi, seperti kenyamanan, hiburan, kesenangan atau kesehatan, pemecahan atas masalah yang dihadapi konsumen, bank juga hanya lembaga pelantara keuangan dalam aktivitasnya berkaitan dengan masalah uang, yaitu memindahkan uang, menerima dan membayarkan kembali uang nasabah, membeli dan menjual surat-surat berharga dan memberi jaminan bank. (Muhtosim Arief : 2006: 23).

### **Pelayanan**

Pelayanan merupakan setiap tindakan atau keinginan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apa pun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan dengan suatu produk fisik. (Fandy Tjiptono) Pelayanan menurut Tjiptono adalah setiap tindakan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa pelayanan adalah setiap tindakan atau keinginan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan untuk memberikan kemudahan atas jual beli barang atau jasa. Standar layanan perbankan sangat penting mengingat industri perbankan semakin meningkat dan kompleks, serta membutuhkan standar penampilan, layanan, pengetahuan, dan keterampilan mengenai produk dan jasa yang ditawarkan oleh bank. Secara umum standar layanan perbankan yang harus dipenuhi, meliputi:

- a) Standar penampilan petugas perbankan
- b) Standar kebersihan dan kerapian ruang kerja
- c) Pengetahuan mengenai produk dan jasa perbankan
- d) Standar berkomunikasi dengan nasabah
- e) Standar penanganan keluhan nasabah.(Kasmir : 2016 : 190)

Pelayanan merupakan bagian dari suatu tindakan atau perbuatan seseorang

---

atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Dalam pandangan Islam, pelayanan mempunyai nilai-nilai Islami yang harus diterapkan dalam memberikan pelayanan yang maksimal, yaitu:

1. Professional (*Fathanaah*)

Professional adalah bekerja dengan maksimal dan penuh komitmen dan kesungguhan.(Didin Hafidudin dan Hendri Tanjung:2003:63) Sifat profesionalisme digambarkan dalam ayat berikut ini:

قُلْ كُلٌّ يَعْمَلُ عَلَىٰ شَاكِلَتِهِ فَرَبُّكُمْ أَعْلَمُ بِمَنْ هُوَ أَهْدَىٰ سَبِيلًا

Artinya:”Katakanlah: "Tiap-tiap orang berbuat menurut keadaannya masing-masing". Maka Tuhanmu lebih mengetahui siapa yang lebih benar jalannya. Termasuk dalam pengertian Keadaan disini ialah tabiat dan pengaruh alam sekitarnya.” (QS Al-Isra ayat 84) (DEPAG)

2. Kesopanan dan Keramahan (*Tabligh*)

*Tabligh* artinya komunikatif dan argumentatif. Orang yang memiliki sifat *tabligh* akan menyampaikan dengan benar dan tutur kata yang tepat.(Hermawan Kartajaya & M. Syakir : 2006 :132 ) Kesopanan dan keramahan merupakan inti dalam memberikan pelayanan kepada orang lain. Hal ini ditegaskan dalam ayat berikut ini :

فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لَّعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَىٰ

Artinya: “Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut, Mudah-mudahan ia ingat atau takut”. (QS Thaha ayat 44) (DEPAG)

3. Jujur (*Sidik*)

Menurut Hermawan Kartajaya dan M. Syakir Sula Jujur yaitu tidak pernah berdusta dalam melakukan segala kegiatan transaksi. Jujur juga merupakan kesesuaian antar berita yang disampaikan dan fakta, antar fenomena dan yang diberikan, serta bentuk dan substansi.

4. Amanah

Amanah berarti memiliki tanggung jawab dalam melaksanakan tugas dan kewajiban. Allah berfirman:

إِنَّ اللَّهَ لَا يَغْفِرُ أَنْ يُشْرَكَ بِهِ وَيَغْفِرُ مَا دُونَ ذَلِكَ لِمَنْ يَشَاءُ وَمَنْ يُشْرِكْ بِاللَّهِ فَقَدِ افْتَرَىٰ إِثْمًا عَظِيمًا

Artinya“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat.” (QS An-Nisaa ayat 58)

Kualitas pelayanan memiliki beberapa dimensi atau unsur kualitas pelayanan. menurut A. Pasuraman dalam Tjiptono mengungkapkan, “lima dimensi mengenai kualitas jasa sebagai berikut: ( Fandy Tjiptono: 2015: 273)

a. Bukti Fisik (*Tangibles*)

Penampilan fasilitas (*physical facilities*), peralatan, personil, dan materi tertulis. Tangibles sering digunakan oleh perusahaan jasa untuk memperkuat citra, menyediakan kesinambungan, dan menekankan kualitas kepada

konsumen.

b. Keandalan (*Reability*)

Kemampuan melaksanakan janji atas jasa secara tersendiri dan secara teliti. Konsumen akan mengadakan hubungan bisnis dengan perusahaan yang selalu mempertahankan janji. Konsumen akan selalu mengingat kejadian atau kesalahan yang disebabkan oleh perusahaan tersebut, dan hal ini akan menjadi hambatan untuk disembuhkan atau diperbaiki.

c. Daya tanggap (*responsifeness*)

Kesediaan dalam membantu dan melayani konsumen dan menyediakan jasa tanpa tuduhan. Ketanggapan ini adalah komunikasi antara konsumen dalam hitungan waktu yang diperlukan oleh seseorang untuk menunggu bantuan, tanggapan jawaban, atau perhatian atas masalah.

d. Jaminan (*Assurance*)

Pengetahuan dan keramahmatan karyawan serta kemampuan mereka dalam membantu kepercayaan (*trust and confidence*). *Trust* dan *confidence* dapat tertanam dalam seseorang yang menghubungkan diridengan perusahaan. Dimensi *assurance* ini merupakan gabungan dari dimensi:

- 1) Kompetensi (*competence*), artinya penampilan dan pengetahuan yang dimiliki oleh karyawan untuk melakukan pelayanan.
- 2) Kesopanan (*courtesy*), meliputi keramahan, perhatian dan sikap para karyawan.
- 3) Kredibilitas atau kepercayaan (*credibility*), meliputi hal-hal yang berhubungan dengan kepercayaan perusahaan, seperti reputasi, prestasi dan sebagainya.
- 4) Keamanan (*security*), artinya tidak ada bahaya, resiko atau keraguan dalam memanfaatkan pelayanan yang ditawarkan.
- 5) Empati atau peduli (*empathy*)

Memberikan perhatian secara pribadi kepada konsumen. Konsumen selalu menginginkan perhatian dalam hal ini merupakan kunci terpenting suatu perusahaan. Dimensi empati merupakan penggabungan dari dimensi:

- 1) Akses (*access*), meliputi kemudahan untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan perusahaan.
- 2) Komunikasi (*communication*), artinya kemampuan melakukan komunikasi untuk menyampaikan informasi kepada pelanggan atau memperoleh masukan dari pelanggan atau konsumen.
- 3) Memahami pelanggan (*understanding the customer*)

Untuk mempresentasikan variabel fasilitas agar dapat mencapai tujuan yang ditentukan, maka disusun indikator-indikator yang selanjutnya indikator tersebut dijabarkan dalam item-item pernyataan di dalam kuesioner, yaitu penampilan dan keadaan lingkungan sekitar, kemapanan sarana prasarana, perlengkapan dan peralatan. bank juga hanya lembaga pelantara keuangan dalam aktivitasnya berkaitan dengan masalah uang, yaitu memindahkan uang, menerima dan membayarkan kembali uang nasabah, membeli dan menjual surat-surat berharga dan memberi jaminan bank. (Muhammad : 2005: 1)

---

## Minat

Minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu.(KBBI) Minat adalah aspek kejiwaan dan bukan hanya mewarnai perilaku seseorang untuk melakukan aktivitas yang menyebabkan seseorang merasa tertarik kepada sesuatu.

Dari berbagai pengertian di atas bahwa minat adalah rasa ingin seseorang terhadap sesuatu untuk melakukan aktifitas yang menyebabkan seseorang merasa tertarik.

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat yaitu sebagai berikut: (Philip Khotler, Dan Keller, Kevin Lane: 2009: 166)

a. Faktor budaya

Budaya (*culture*) adalah determinan dasar keinginan dan perilaku seseorang. Kelas budaya, subbudaya dan sosial sangat mempengaruhi perilaku pembelian konsumen.

b. Faktor sosial

Selain faktor budaya, faktor sosial seperti kelompok referensi, keluarga, serta peran sosial dan status mempengaruhi perilaku pembelian.

c. Faktor pribadi

Keputusan pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi. Faktor pribadi meliputi usia dan tahap dalam siklus hidup pembeli, pekerjaan dan keadaan ekonomi, kepribadian dan konsep diri, serta gaya hidup dan nilai.

d. Faktor psikologis

Pilihan pembeli seseorang yang juga dipengaruhi oleh empat faktor psikologis yang utama, yaitu motivasi, persepsi, belajar, serta kepercayaan dan sikap.

Untuk mempresentasikan variabel minat agar dapat mencapai tujuan yang ditentukan, maka dalam penelitian ini menggunakan indikator- indikator, yang selanjutnya indikator tersebut dijabarkan dalam item-item pernyataan di dalam kuesioner. Indikator-indikator untuk mengukur variabel minat, yaitu: “pengaruh eksternal, kesadaran akan kebutuhan, pengenalan produk dan evaluasi alternatif adalah hal yang dapat menimbulkan minat beli konsumen. Pengaruh eksternal ini terdiri dari usaha pemasaran dan faktor sosial budaya.”(Chiffman, Leon dan Kanuk, Leslie Lazar,: 2008: 25)

Bank merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang keuangan, artinya aktivitas perbankan selalu berkaitan dalam bidang keuangan sehingga berbicara mengenai bank tidak terlepas darimasalah keuangan. Aktivitas perbankan yang pertama adalah menghimpun dana dari masyarakat luas yang dikenal dengan istilah di dunia perbankan adalah kegiatan *funding*. Pengertian menghimpun dana maksudnya adalah mengumpulkan atau mencari dana dengan cara membeli dari masyarakat luas(Kasmir: 2014: 24)

Bank Islam atau yang selanjutnya disebut dengan Bank Syariah, adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank Islam atau yang biasa disebut dengan bank tanpa bunga adalah lembaga keuangan atau perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-Quran dan Hadits Nabi Muhammad SAW. Atau dengan kata lain Bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan

---



jasa- jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta pengedaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariah islam. (Muhamad: 2014: 2)

Dari beberapa pengertian di atas bahwa Bank Syari'ah adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang keuangan yang melaksanakan kegiatannya menggunakan prinsip-prinsip syari'ah yaitu berdasarkan Al-Qur'an dan Hadits.

Sepintas, secara teknis fisik, menabung di Bank Syari'ah dengan yang berlaku di Bank Konvensional hampir tidak ada perbedaan. Hal ini karena baik Bank Syari'ah maupun Bank Konvensional diharuskan mengikuti aturan teknis perbankan secara umum. Akan tetapi, jika diamati secara lebih dalam, terdapat perbedaan besar diantara keduanya.

Terletak pada akad. Pada Bank Syari'ah, semua transaksi harus berdasarkan akad yang dibenarkan oleh syari'ah. Dengan demikian, semua transaksi itu harus mengikuti kaidah dan aturan yang berlaku pada akad-akad muamalah syari'ah. Pada Bank Konvensional, transaksi pembukaan rekening, baik giro, tabungan maupun deposito, berdasarkan perjanjian titipan, namun perjanjian titipan ini tidak mengikuti prinsip manapun dalam muamalah syari'ah, misalnya *Wadi'ah*, karena salah satu penyimpangannya diantaranya menjanjikan imbalan dengan tingkat bunga tetap terhadap uang yang disetor.

Terdapat pada imbalan yang diberikan. Bank Konvensional menggunakan konsep biaya (*Cost Concept*) untuk menghitung keuntungan. Artinya, bunga dijanjikan dimuka kepada nasabah penabung merupakan ongkos yang harus dibayar oleh bank.

Adalah sasaran kredit/pembiayaan. Para penabung di Bank Konvensional tidak sadar bahwa uang yang ditabungkannya diputarkan kepada semua bisnis, tanpa memandang halal haram bisnis tersebut, bahkan sering terjadi dana tersebut digunakan untuk membiayai proyek-proyek milik grup perusahaan tersebut. Celakanya, kredit itu diberikan tanpa memandang apakah jumlahnya melebihi Batas Maksimum Pemberian Kredit (BMPK) ataukah tidak. Akibatnya, ketika krisis datang dan kredit-kredit itu bermasalah, bank sulit mendapatkan pengembalian dana darinya.

## **Metodologi Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan selama 2 bulan dari bulan Juni-Juli 2019 di Bank Syari'ah Mandiri KC Dumai.

Subyek dalam penelitian ini adalah Nasabah Bank Syari'ah Mandiri KC Dumai. Obyek penelitian ini adalah Hubungan Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Minat Menabung di Bank Syari'ah Mandiri KC Dumai Kelurahan Teluk Binjai, Dumai Timur.

Populasi adalah jumlah keseluruhan subjek penelitian.(Suharsimi Arikunto: 2006: 34) Populasi adalah totalitas dari semua nilai yang mungkin, hasil menghitung atau pengukuran kuantitatif mengenai karakteristik tertentu dari semua anggota kumpulan yang lengkap dan jelas yang ingin dipelajari sifat-sifatnya.(Sudjana: 1996: 6) Populasi pada penelitian ini adalah semua nasabah Bank Syari'ah Mandiri KC Dumai yang jumlah nasabahnya lebih dari 200 orang. Penentuan populasi ini disesuaikan dengan masalah penelitian.

Sampel adalah wakil dari populasi yang di teliti.Penentuan obyek

---

penelitian tersebut menunjuk pada pendapat Suharsimi yang mengatakan:” untuk sekedar ancer-ancer, maka apabila subyeknya kurang dari 100, lebih baik di ambil semua. Sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi, selanjutnya jika jumlah subyeknya besar dapat di ambil antara 10-15% atau 20-25% atau lebih.(Suharsimi Arikunto: 1998 : 120) dalam penelitian ini berjumlah 90 orang, penentuan sample menggunakan teknik purposive sampling nasabah Bank Syari’ah Mandiri KC Dumai.

### **Hasil Dan Pembahasan**

Berdasarkan hasil perhitungan dengan bantuan *SPSS 21,0* untuk pengaruh Fasilitas & Pelayanan terhadap Minat Nasabah Menabung di Bank Syariah Mandiri KC Dumai. dilihat dari koefisien regresi sebesar 0,658 atau 65,8 % Hal ini berarti 65,8 % dari variabel dependen Minat Nasabah Menabung dipengaruhi oleh variabel independen Fasilitas & Pelayanan, sedangkan sisanya sebesar 0,342 atau 34,2% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain, tetapi nilainya kecil.

Penelitian ini membuktikan bahwa Fasilitas & Pelayanan seyogyanya mampu memberi pengaruh yang cukup besar terhadap Minat Nasabah Menabung di Bank Syariah Mandiri KC Dumai. Sebagaimana persamaan garis  $Y' = 2,661 + -0,050 X1 + 0,853 X2$

1. Variabel fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung yang dibuktikan dengan nilai  $t$  hitung  $> t$  tabel yaitu  $t$  hitung sebesar  $-0,537 < 1,987$  dan nilai signifikan  $0,593 > 0,05$  maka dapat disimpulkan  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, artinya variabel tersebut tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel minat nasabah menabung, ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Ayu Wandira (2018) yang berjudul “Pengaruh fasilitas dan pelayanan terhadap minat nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung Bandar Lampung”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh fasilitas dan pelayanan terhadap minat nasabah menabung. Di penelitian ini Variabel fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah yang dibuktikan dengan nilai  $t$  hitung  $> t$  tabel yaitu  $t$  hitung sebesar  $-0,424 < 1,987$  dan nilai signifikan  $0,672 > 0,05$  maka dapat disimpulkan  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak
  2. Variabel pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung yang dibuktikan dengan nilai  $t$  hitung sebesar  $6,434 > 1,987$  dan nilai signifikan  $0,00 < 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima yang artinya kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank, maka tingkat minat nasabah akan semakin tinggi pula. Dalam penelitian pada variabel pelayanan ini, minat nasabah menabung lebih banyak dipengaruhi oleh indikator responsiveness. ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tri Astuti dan Indah Mustikawati (2013) yang berjudul “Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi nasabah tentang tingkat suku bunga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan
-

bahwa secara parsial variabel Persepsi Nasabah tentang Kualitas Pelayanan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung Nasabah (Y) yang berarti jika Persepsi Nasabah tentang Kualitas Pelayanan (X3) semakin tinggi maka akan berpengaruh positif terhadap Minat Menabung Nasabah. Hal ini didukung dengan hasil yang diperoleh berupa koefisien korelasi sebesar 83 0,503 serta uji signifikansi parsial (uji t) yang menghasilkan nilai t-hitung sebesar 5,755.

3. Secara simultan ada pengaruh variabel fasilitas dan pelayanan secara bersama-sama terhadap variabel minat nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung Bandar Lampung dengan tingkat signifikan  $\alpha = 0,05$  hasil ANOVA nilai F hitung  $> F$  tabel ( $83,797 > 3,10$ ) dan nilai signifikansi  $0,00 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima. Besarnya hasil uji determinasi atau adjusted  $R^2$  adalah 0,276 atau 27,6 % variabel minat nasabah menabung (Y) dapat dijelaskan oleh variabel fasilitas (X1) dan pelayanan (X2) sedangkan sisanya ( $100\% - 27,6$ ) adalah 72,4% dijelaskan oleh variabel diluar persamaan di atas. Sama seperti Chatrin Surya Wijayaningratri dan Budiyanto (2014) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Fasilitas, Lokasi, dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mega Syari’ah Walikukun”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh fasilitas, lokasi, dan pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank Mega Syari’ah Walikukun. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bahwa fasilitas, lokasi, dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Mega Syari’ah Walikukun.

## **Kesimpulan**

Dari pengelolaan data dan analisis data dalam penelitian tentang “Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan terhadap Minat nasabah menabung di Bank Syariah (Studi Pada Bank Syariah Mandiri KC Dumai), dapat disimpulkan bahwa :

1. Variabel fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung yang dibuktikan dengan nilai t hitung  $> t$  tabel yaitu t hitung sebesar  $-0,537 < 1,987$  dan nilai signifikan  $0,593 > 0,05$  maka dapat disimpulkan  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, artinya variabel tersebut tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel minat nasabah menabung.
  2. Variabel pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung yang dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar  $6,434 > 1,987$  dan nilai signifikan  $0,00 < 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima yang artinya kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung. hasil penelitian ini membuktikan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank, maka tingkat minat nasabah akan semakin tinggi pula. Dalam penelitian pada variabel pelayanan ini, minat nasabah menabung lebih banyak dipengaruhi oleh indikator responsiveness.
  3. Secara simultan ada pengaruh variabel fasilitas dan pelayanan secara bersama-sama terhadap variabel minat nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri KC Dumai dengan tingkat signifikan  $\alpha = 0,05$  hasil
-

ANOVA nilai F hitung > F tabel ( $83,797 > 3,10$ ) dan nilai signifikansi  $0,00 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima. Besarnya hasil uji determinasi atau adjusted  $R^2$  adalah 0,276 atau 27,6 % variabel minat nasabah menabung (Y) dapat dijelaskan oleh variabel fasilitas (X1) dan pelayanan (X2) sedangkan sisanya ( $100\% - 27,6$ ) adalah 72,4% dijelaskan oleh variabel diluar persamaan di atas.

### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan maka diajukan beberapa saran yang bertujuan untuk kemajuan Bank Syariah Mandiri KC Dumai berdasarkan hasil jawaban reponden padakuesioner sebagai berikut :

1. Bagi Bank Syariah Mandiri KC Dumai, dalam meningkatkan minat nasabah, pemberian fasilitas harus lebih ditingkatkan. Pihak perusahaan harus lebih memperhatikan fasilitas yang diberikan kepada nasabah agar sesuai dengan tujuan perusahaan. Jika fasilitas yang diberikan kepada nasabah lebih baik lagi maka nasabah akan merasa puas dan nyaman dan dapat meningkatkan minat nasabah dalam menabung dan diikuti dengan pelayanan yang baik , karena pelayanan memberikan pengaruh yang besar terhadap minat nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri KC Dumai, karena jika pelayanan yang diberikan baik, maka nasabah akan merasa puas dan dapat meningkatkan minat nasabah dalam menabung.
  2. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi peneliti selanjutnya, untuk variabel fasilitas dan pelayanan dengan sampel yang lebih besar dan menambahkan variabel-variabel yang lain seperti promosi, keamanan, bagi hasil, produk dan lain-lain yang akan berpengaruh terhadap minat nasabah menabung.
-

## Daftar Pustaka

- Antonio, Muhammad Syafi'i 2001, BANK SYARIAH: Dari Teori Ke Praktek, Jakarta:Gema Insani Press.
- Arief, Muhtosim, 2006, Pemasaran Jasa Dan Kualitas Pelayanan, Malang:Bayu Media Publishing.
- Arikunto, Suharsimi, 1998, Prosedur Penelitian, Jakarta: Rineka Cipta.
- Chiffman, Leon dan Kanuk, Leslie Lazar, 2008, Perilaku Konsumen, Jakarta: Indeks.
- Departemen Agama RI, Al-Qur'an Dan Terjemah, Bandung: PT Sigma Examedia Arkanleema, Surat Al-Baqarah ayat 275.
- Fandy Tjiptono, 2008, Service Manajement Mewujudkan Layanan Prima, Yogyakarta: ANDI.
- Hafidudin, Didin dan Hendri Tanjung, Manajemen, 2003, Pemasaran Syariah dalam Praktik, Jakarta:Gema Insani Inpress.
- Kadir, Statistika Terapan: Konsep, Contoh dan Analisis Data dengan Program SPSS/Lisrel dalam Penelitian, Jakarta, Raja Grafindo Persada, 2015
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online. <https://Kbbi.Web.Id/>
- Kartajaya, Hermawan dan M. Syakir Sula, 2006, Syariah Marketing, Bandung: Mizan.
- Kasali, Rhenald, Dikutip Seanawati, Desi, Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero TBK di Sampit), Jurnal Terapan Manajemen dan Bisnis, Vol. 3 No. 1, 2017.
- Kasmir, 20014, Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kasmir, 2016, Dasar-Dasar Perbankan, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Khotler, Philip Dan Kevin Lane, 2009, Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Lexy J., 2007, Metodologi Penelitian Kualitatif,Bandung :Penerbit PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Muhamad, 2004, Manajemen Dana Bank Syariah,Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Muhammad, 2005, Manajemen Pembiayaan Bank Syari'ah, Yogyakarta: UPP AMP YKPN,
- Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syari'ah di Medan", Jurnal Ekonomi Dan Keuangan, Vol 1 No 1. (Desember) 2012.
- Nurastuti, Wiji, 2011, Teknologi Perbankan, Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Oetama, Seanewati,dan Desy Herlina Sari, Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Mandiri (Persero) TBK di Sampit, Jurnal Terapan Manajemen dan Bisnis, Vol. 3 No. 1, 2017
- Pieter, Palenewen Et.Al ,Kualitas Layanan Dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Bri Cabang Pembantu Palu. Jurnal EMBA, Vol. 2 No. 3 (September 2014).
- Putra, Risky Pratama,dan Sri Herianingrum, Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami
-

- Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BRI Syari'ah Surabaya, JEST Vol. 1 No. 9 (September 2014)
- Riska Hapsari, 2015, Analisis Pelayanan Bank dan Loyalitas Nasabah pada Bank Syari'ah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Unggaran, Skripsi Jurusan Perbankan Syari'ah, FEBI, IAIN Salatiga.
- Rusdianto, Hutomo, dan Chanafi Ibrahim, Pengaruh Produk Bank Syari'ah Terhadap Menabung dengan Persepsi Masyarakat Sebagai Variabel Moderating di Pati. Jurnal Ekonomi Syari'ah, Vol 4 No 1 (Juni 2016).
- Saraswati, Pradhita, 2013, Penerimaan E-Comerce: Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Resiko, (Program S1 Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya, Malang.
- Sasana, Hadi, Analisis Dampak Desentralisasi Fiskal Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten/Kota Provinsi Jawa Tengah. [http://eprints.undip.ac.id/16947/Analisis\\_Dampak\\_Desentralisasi\\_Fiskal\\_Terhadapby\\_Hadi\\_Sasana\\_\(ok\).pdf](http://eprints.undip.ac.id/16947/Analisis_Dampak_Desentralisasi_Fiskal_Terhadapby_Hadi_Sasana_(ok).pdf). (Jakarta :2006)
- Sudjana, 1996, Metode Statistika Bandung : Tarsito, edisi keenam.
- Suharsimi Arikunto, 2006, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek, Jakarta: Rineka Cipta.
- Sujarweni, V. Wiratna, 2003, Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi, (Yogyakarta: Pustaka Baru.
- Tjiptono, Fandy, 2007, Strategi Pemasaran Edisi Pertama, Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy, 2015, Manajemen Jasa, Malang: Bantu Media.
- Tri Astuti dan Indah Mustikawati, "Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung". Jurnal Nominal, Vol. II NO.1 (2013).
- Wijayaningratri, Chatrin Surya, dan Budiyanto, Pengaruh Fasilitas, Lokasi dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Nasabah Bank Mega Syari'ah Walikukun, Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol 4 No. 4 (April 2015).
- Yupitri, Evi, Raina Linda Sari, 2012, "Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi
-