

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH NON MUSLIM
MENYIMPAN DANANYA
DI BPRS GUNUNG SLAMET CILACAP**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:
NURDIANTI
NIM. 1522202066

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO
2019**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nurdianti

NIM : 1522202066

Jenjang : S-1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Perbankan Syariah

Program Studi : Perbankan Syariah

Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Terhadap Keputusan Nasabah Non Muslim Menyimpan Dananya di BPRS Gunung Slamet Cilacap**

Menyatakan bahwa naskah Skripsi berjudul ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 30 September 2019



Nurdianti
NIM. 1522202066



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Jend. A. Yani No.40A Purwokerto 53126
Telp. 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.iainpurwokerto.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI TERHADAP
KEPUTUSAN NASABAH NON MUSLIM MENYIMPAN DANANYA
DI BPRS GUNUNG SLAMET CILACAP**

Yang disusun oleh Saudari **Nurdianti NIM. 1522202066** Jurusan/Program Studi **Perbankan Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto, telah diujikan pada hari **Rabu**, tanggal **09 Oktober 2019** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E)** oleh **Sidang Penguji Skripsi**

Ketua Sidang/Penguji

Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 197309212002121004

Sekretaris Sidang/Penguji

H. Slamet Akhmadi, M.S.I.
NIDN. 2111027901

Pembimbing/Penguji

Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si.
NIP. 197812312008012027

Purwokerto, 09 Oktober 2019
Mengetahui/Mengesahkan
Dekan



Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 197309212002121004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis Islam
IAIN Pubrowokerto
di-
Purwokerto.

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari Nurdianti, NIM. 1522202066 yang berjudul :

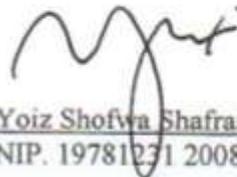
**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI TERHADAP
KEPUTUSAN NASABAH NON MUSLIM MENYIMPAN DANANYA DI
BPRS GUNUNG SLAMET CILACAP**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Wssalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 30 September 2019

Pembimbing,



Yoiz Shofwa Shafrani SP. M.Si
NIP. 19781231 200801 2 027

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI TERHADAP
KEPUTUSAN NASABAH NON MUSLIM MENYIMPAN DANANYA DI
BPRS GUNUNG SLAMET CILACAP.**

Nurdianti

NIM.1522202066

E-mail: Nurdianti605@gmail.com

Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto

ABSTRAK

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah merupakan bank yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Di Kabupaten Cilacap sudah banyak berdiri BPRS, namun ada salah satu BPRS yang berada di pusat kota yaitu BPRS Gunung Slamet Cilacap. Pada BPRS tersebut tidak hanya terdapat nasabah muslim saja akan tetapi banyak nasabah non muslim yang berada di BPRS Gunung Slamet Cilacap dan keberadaan nasabah non muslim tentunya menjadi kebanggaan tersendiri bagi BPRS tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi terhadap keputusan nasabah non muslim menyimpan dananya di BPRS Gunung Slamet Cilacap.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah non muslim yang berada di BPRS Gunung Slamet dengan mengambil sampel sebanyak 95 responden. Uji coba instrument dilakukan dengan uji validitas dan reliabilitas. Data diambil melalui penyebaran kuesioner kepada nasabah non muslim. Analisis data dilakukan melalui analisis korelasi rank spearman dan analisis regresi ordinal dengan alat bantu SPSS.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh berdasarkan analisis rank spearman disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan persepsi memiliki hubungan yang signifikan dan positif terhadap keputusan nasabah non muslim menyimpan dananya di BPRS Gunung Slamet Cilacap. Hasil analisis dengan menggunakan regresi ordinal pada *Model Fitting Information* bahwa kedua variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan persepsi secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah non muslim menyimpan dananya di BPRS Gunung Slamet Cilacap.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Persepsi, Keputusan

**THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND PERCEPTIONS OF THE
DECISION OF NON-MUSLIM CUSTOMERS TO SAVE THEIR FUNDS IN
BPRS GUNUNG SLAMET CILACAP**

Nurdianti
NIM.1522202066

E-mail: Nurdianti605@gmail.com

*Islamic Banking Department, Faculty of Economics and Islamic Business
The State Islamic Institute (IAIN) Purwokerto*

ABSTRACT

Islamic People's Financing Bank is a bank that conducts business activities based on sharia principles which in its activities do not provide services in payment traffic. In Cilacap many BPRS have been established, but there is one BPRS located in the city center, BPRS Gunung Slamet Cilacap. In the BPRS there are not only Muslim customers, there will be many non-Muslim customers who are in the BPRS Gunung Slamet Cilacap and the existence of non-Muslim customers will certainly be a pride in the BPRS. This study aims to determine: the effect of service quality and perceptions on the decision of non-Muslim customers to save their funds in BPRS Gunung Slamet Cilacap.

This research uses quantitative methods. The population in this study is non-Muslim customers who are in BPRS Gunung Slamet by taking a sample of 95 respondents. The instrument testing is done with a validity and reliability test. Data is taken through distributing questionnaires to non-Muslim customers. Data analysis was performed through Spearman rank correlation analysis and ordinal regression analysis with SPSS tools.

Based on the research results obtained based on the Spearman rank analysis, it was concluded that the service quality and perception variables had a significant and positive relationship with the decision of non-Muslim customers to save their funds in BPRS Gunung Slamet Cilacap. The results of the analysis using ordinal regression in the Fitting Information Model that the two independent variables namely service quality and perception together have an influence on the decision of non-Muslim customers to save their funds in BPRS Gunung Slamet Cilacap.

Keywords: Service Quality, Perception, Decisions

MOTTO

“Barangsiapa bertakwa pada Allah, maka Allah memberikan jalan keluar kepadanya dan memberi rezeki dari arah yang tidak disangka-sangka.. Barangsiapa yang bertaqwa pada Allah, maka Allah jadikan urusannya menjadi mudah.. barangsiapa yang bertaqwa pada Allah akan dihapuskan dosa-dosanya dan mendapatkan pahala yang agung”.

(QS. Ath-Thalaq (65) : 2, 3, 4)

“Waktu bagaikan pedang. Jika Engkau tidak memanfaatkannya dengan baik (untuk memotong), maka ia akan memanfaatkanmu (dipotong).”

(HR. Muslim)

IAIN PURWOKERTO

PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur atas limpahan rahmat dan karunia yang Allah SWT berikan, karya skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kehidupan, hidayah dan kesempatan untuk belajar.
2. Ayah dan Ibuku tercinta, bapak Tarsan Tarsudin dan Ibu Naisem, yang selalu mencurahkan seluruh perhatian, motivasi, kasih sayang dan pengorbanan yang tidak dapat tergantikan oleh apapun, serta do'a terbaik yang tak pernah putus.
3. Adikku Hanif Maisyaroh dan Pandu Khoerul Inzi tersayang yang selalu memberikan semangat, motivasi dan do'a serta nasihat- nasihat baik untuk penulis.
4. Dosen pembimbingku Bu Yoiz Shofwa S. SP. M.Si yang telah membimbing skripsi saya dari awal hingga akhir.
5. Buat sahabat- sahabatku yang tidak pernah terlupakan Lili Marizka, Suratno, Suci Ramdhiani, Nanik Nurhidayah, Yuliati, Gita Fatmawati, Luciana Devi S. Noor Kholifah, Dhuha Wildan, Dewantara Damai N. Terimakasih atas bantuan, doa, nasihat dan semangat yang kalian berikan.
6. Untuk semua keluarga besar Perbankan Syariah B angkatan 2015
7. Seluruh keluarga besar IAIN PURWOKERTO atas semua bentuk kerjasamanya.

IAIN PURWOKERTO

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

Konsonan Tunggal

| Huruf Arab | Nama | Huruf Latin | Nama |
|------------|------|--------------------|-----------------------------|
| ا | Alif | Tidak dilambangkan | Tidak dilambangkan |
| ب | ba' | B | Be |
| ت | ta' | T | Te |
| ث | ša | ša | es (dengan titik di atas) |
| ج | Jim | J | Je |
| ح | ḥ | ḥ | ha (dengan titik di bawah) |
| خ | kha' | Kh | ka dan ha |
| د | Dal | D | De |
| ذ | ḏal | ḏ | ze (dengan titik di atas) |
| ر | ra' | R | Er |
| ز | Zai | Z | Zet |
| س | Sin | S | Es |
| ش | Syin | Sy | es dan ye |
| ص | ṣad | ṣ | es (dengan titik di bawah) |
| ض | ḍad | ḍ | de (dengan titik di bawah) |
| ط | ṭa' | ṭ | te (dengan titik di bawah) |
| ظ | ẓa' | ẓ | zet (dengan titik di bawah) |
| ع | 'ain | ' | koma terbalik di atas |

| | | | |
|---|--------|---|----------|
| غ | Gain | G | Ge |
| ف | fa' | F | Ef |
| ق | Qaf | Q | Qi |
| ك | Kaf | K | Ka |
| ل | Lam | L | 'el |
| م | Mim | M | 'em |
| ن | Nun | N | 'en |
| و | Waw | W | W |
| ه | ha' | H | Ha |
| ء | Hamzah | , | Apostrof |
| ي | ya' | Y | Ye |

Konsonan Rangkap karena *syaddah* ditulis rangkap

| | | |
|--------|---------|---------------------|
| متعددة | Ditulis | <i>muta'addidah</i> |
| عدة | Ditulis | 'iddah |

Ta' Marbu'ah di akhir kata bila dimatikan tulis *h*

| | | |
|------|---------|---------------|
| حكمة | Ditulis | <i>ḥikmah</i> |
| جزية | Ditulis | <i>Jizyah</i> |

(Ketentuan ini tidak diperlukan pada kata-kata arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti zakat, shalat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

- a. Bila diikuti dengan kata sandang “*al*” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan *h*.

| | | |
|----------------|---------|---------------------------|
| كرامة الأولياء | Ditulis | <i>karāmah al-auliya'</i> |
|----------------|---------|---------------------------|

- b. Bila *ta' marbutah* hidup atau dengan harakat, *fathah* atau *kasrah* atau *dammah* ditulis dengan *t*.

| | | |
|------------|---------|------------------------|
| زكاة الفطر | Ditulis | <i>zaka'at al-fiṭr</i> |
|------------|---------|------------------------|

Vokal Pendek

| | | | |
|----|---------------|---------|---|
| ◌َ | <i>fathah</i> | Ditulis | A |
| ◌ِ | <i>Kasrah</i> | Ditulis | I |
| ◌ُ | <i>dammah</i> | Ditulis | U |

Vokal Panjang

| | | | |
|----|----------------------------------|---------|-------------------|
| 1. | <i>fathah</i> + alif | Ditulis | <i>ā</i> |
| | جاهلية | Ditulis | <i>jāhiliyyah</i> |
| 2. | <i>fathah</i> + <i>ya'</i> mati | Ditulis | <i>ā</i> |
| | تنسى | Ditulis | <i>tansā</i> |
| 3. | <i>kasrah</i> + <i>ya'</i> mati | Ditulis | <i>ī</i> |
| | كريم | Ditulis | <i>karīm</i> |
| 4. | <i>dammah</i> + <i>wāwu</i> mati | Ditulis | <i>ū</i> |
| | فروض | Ditulis | <i>furūḍ</i> |

Vokal Rangkap

| | | | |
|----|---------------------------|---------|----------|
| 1. | Fathah + <i>ya'</i> mati | Ditulis | Ai |
| | بينكم | Ditulis | Bainakum |
| 2. | Fathah + <i>wawu</i> mati | Ditulis | Au |
| | قول | Ditulis | Qaul |

Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

| | | |
|----------|---------|-----------------|
| أأنتم | Ditulis | a'antum |
| أعدت | Ditulis | u'iddat |
| تن شكرتم | Ditulis | la'in syakartum |

Kata Sandang Alif+Lam

- a. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*.

| | | |
|--------|---------|------------------|
| القرآن | Ditulis | <i>al-Qur'ān</i> |
|--------|---------|------------------|

| | | |
|--------|---------|-----------------|
| القياس | Ditulis | <i>al-Qiyās</i> |
|--------|---------|-----------------|

- b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf *l* (el) nya.

| | | |
|--------|---------|------------------|
| السماء | Ditulis | <i>as-Samā'</i> |
| الشمس | Ditulis | <i>asy-Syams</i> |

Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

| | | |
|------------|---------|----------------------|
| ذوى الفروض | Ditulis | <i>zawī al-furuḍ</i> |
| اهل السنة | Ditulis | <i>ahl as-Sunnah</i> |

IAIN PURWOKERTO

KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah dan karunia-Nya. Shalawat serta salam semoga tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada para sahabatnya dan *tabi'i*. semoga kita senantiasa mengikuti semua ajarannya dan kelak semoga kita mendapat syafa'atnya di hari penantian.

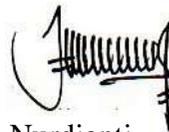
Bersamaan dengan selesainya skripsi ini, penulis ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. H. Moh. Roqib, M.Ag., Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
2. Dr. Fauzi, M.Ag., Wakil Rektor I Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
3. Dr. H. Ridwan, M.Ag., Wakil Rektor II Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
4. Dr. H. Sulkhan Chakim, S.Ag. M.M., Wakil Rektor III Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
6. Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si., Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
7. Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si pembimbing penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi. Terima kasih saya ucapkan atas segala bimbingan, arahan, masukan, motivasi, serta kesabarannya demi terselesaikannya penyusunan skripsi ini. Semoga senantiasa Allah selalu memberikan perlindungan dan membalas kebaikan Bapak.
8. Segenap Dosen dan Staff Administrasi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.

9. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto yang telah mengajarkan dan membekali ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Orang tua penyusun, Bapak Tarsan tarsudin dan Ibu Naisem yang merupakan orang tua terhebat, yang telah mencurahkan kasih sayangnya, merawat, mendidik, serta doa-doanya yang selalu menguatkan semangat dan keyakinan kepada penulis. Jasanya tidak dapat dibalas dengan apapun, semoga bapak dan ibu tetap berada dalam lindungan, kasih sayang dan kemuliaan dari Allah SWT.
11. Terima kasih kepada adik penulis, Hanif. M dan Pandu K.I yang telah memberikan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan karya ini. Semoga Allah memuliakan adik penulis dan tetap dalam lindungan Allah SWT dalam mencapai segala hal dan kesuksesan di dunia dan di akhirat.
12. Kawan-kawan seperjuangan Jurusan Perbankan Syariah B angkatan 2015, terima kasih atas kebersamaan kita dalam suka maupun duka semoga tak akan pernah terlupakan.
13. Semua pihak yang telah membantu penyusun dalam menyelesaikan skripsi ini, yang tidak dapat penyusun sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itulah kritik serta saran yang bersifat membangun selalu penulis harapkan dari pembaca guna kesempurnaan skripsi ini. Mudah-mudahan skripsi ini bisa bermanfaat untuk penulis dan pembaca. Aamiinn.

Purwokerto, 30 September 2019



Nurdianti
NIM. 1522202066

DAFTAR ISI

| | |
|---|--------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| PERNYATAAN KEASLIAN..... | ii |
| PENGESAHAN..... | iii |
| NOTA DINAS PEMBIMBING..... | iv |
| ABSTRAK | v |
| ABSTRACT..... | vi |
| MOTTO | vii |
| PERSEMBAHAN..... | viii |
| PEDOMAN TRANSLITERASI | ix |
| KATA PENGANTAR..... | xiii |
| DAFTAR ISI..... | xv |
| DAFTAR TABEL..... | xvii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xviii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xi |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Definisi Operasional..... | 7 |
| C. Rumusan Masalah | 11 |
| D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian | 11 |
| E. Sistematika Pembahasan | 12 |
| BAB II LANDASAN TEORI | |
| A. Deskripsi Teori | 14 |
| 1. Bank Syariah | 14 |
| 2. Kualitas Pelayanan | 15 |
| 3. Persepsi..... | 21 |
| 4. Keputusan Menyimpan Dana | 28 |
| B. Kajian Pustaka..... | 31 |
| C. Kerangka Pemikiran..... | 34 |
| D. Rumusan Hipotesis..... | 35 |

| | | |
|----------------|--|----|
| BAB III | METODE PENELITIAN | |
| | A. Jenis Penelitian..... | 36 |
| | B. Tempat dan Waktu Penelitian | 36 |
| | C. Populasi dan Sampel Penelitian | 36 |
| | D. Variabel dan Indikator Penelitian..... | 38 |
| | E. Pengumpulan Data Penelitian | 42 |
| | F. Metode Analisis Data..... | 35 |
| BAB IV | HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN | |
| | A. Gambaran Umum Bank Pembiayaan Rakyat Syariah..... | 47 |
| | 1. Sejarah BPRS Gunung Slamet Cilacap | 47 |
| | 2. Tujuan Pendirian BPPRS Gunung Slameet Cilacap | 49 |
| | 3. Visi dan Misi BPRS Gunung Slamet Cilacap | 49 |
| | 4. Struktur BPRS Gunung Slamet Cilacap..... | 49 |
| | B. Gambaran Umum Responden | 51 |
| | C. Uji Validitas dan Reliabilitas | 55 |
| | D. Korelasi Rank Spearman..... | 58 |
| | E. Analisis Regresi Ordinal | 60 |
| | F. Pembahasan Hasil Penelitian | 63 |
| BAB V | PENUTUP | |
| | A. Kesimpulan..... | 66 |
| | B. Saran-Saran | 67 |
| | DAFTAR PUSTAKA | |
| | LAMPIRAN-LAMPIRAN | |
| | DAFTAR RIWAYAT HIDUP | |

DAFTAR TABEL

| | | |
|----------|--|----|
| Tabel 1 | Jumlah Penduduk Se-Karisidenan Banyumas..... | 5 |
| Tabel 2 | Tahun Berdiri BPRS dan Prosentase nasabah muslim dan non muslim..... | 6 |
| Tabel 3 | Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu..... | 33 |
| Tabel 4 | Definisi Operasional Variabel Penelitian..... | 41 |
| Tabel 5 | Interval Skala Likert..... | 43 |
| Tabel 6 | Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan | 55 |
| Tabel 7 | Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi..... | 56 |
| Tabel 8 | Hasil Uji Validitas Keputusan Menyimpan Dana | 57 |
| Tabel 9 | Hasil Uji Reabilitas | 57 |
| Tabel 10 | Hasil Uji Rank Spearman Hipotesis 1 | 58 |
| Tabel 11 | Hasil Uji Rank Spearman Hipotesis 2..... | 59 |
| Tabel 12 | Hasil Uji Regresi Ordinal Case Processing Summary | 60 |
| Tabel 13 | Hasil Uji Regresi Ordinal Model Fitting Information..... | 61 |
| Tabel 14 | Hasil Uji Regresi Ordinal Goodness-of-fit..... | 61 |
| Tabel 15 | Hasil Uji Regresi Ordinal Pseudo R-Square | 62 |
| Tabel 16 | Hasil Uji Regresi Ordinal Parameter Estimates | 62 |

IAIN PURWOKERTO

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1 : Bentuk Persepsi..... | 23 |
| Gambar 2 : Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin Responden | 51 |
| Gambar 3 : Karakteristik Berdasarkan Umur Responden..... | 52 |
| Gambar 4 : Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan Responden | 52 |
| Gambar 5 : Karakteristik Berdasarkan Jenis Simpanan Responden | 53 |
| Gambar 6 : Karakteristik Berdasarkan Tahun Bergabung di BPRS | 53 |
| Gambar 7 : Karakteristik Berdasarkan Agama Responden..... | 54 |
| Gambar 8 : Karakteristik Berdasarkan Pendapatan Responden..... | 54 |



IAIN PURWOKERTO

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Data Prosentase Nasabah Non Muslim masing-masing di BPRS Kab. Cilacap
- Lampiran 2 Hasil Uji Rank Spearman
- Lampiran 3 Hasil Analisis Regresi Ordinal
- Lampiran 4 Hasil Pengisian data Kuisisioner Responden
- Lampiran 5 Pernyataan Menjadi Pembimbing Skripsi
- Lampiran 6 Surat Keterangan Lulus Seminar Skripsi
- Lampiran 7 Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif
- Lampiran 8 Blangko/ Kartu Bimbingan
- Lampiran 9 Sertifikat KKN
- Lampiran 10 Setifikat PPL
- Lampiran 11 Sertifikat BTA/ PPI
- Lampiran 12 Sertifikat Aplikasi Komputer
- Lampiran 13 Sertifikat Bahasa Arab
- Lampiran 14 Sertifikat Bahasa Inggris
- Lampiran 15 Sertifikat Keterangan Wakaf

IAIN PURWOKERTO

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam perjalanan sejarah perkembangan sistem keuangan di Indonesia, sistem lembaga keuangan mengalami perubahan yang sangat fundamental terutama setelah memasuki era deregulasi yang terdapat dalam kebijakan 27 Oktober 1998. Di samping itu, dari aspek pengaturan dan pembinaan, lembaga-lembaga keuangan menjadi semakin jelas dan kuat karena telah memiliki kekuatan hukum terutama bidang perasuransian dan dana pensiun. Perkembangan sektor perbankan di Indonesia pun menarik untuk dicermati karena mengalami kemajuan yang pesat saat ini. Bank merupakan lembaga keuangan yang berfungsi menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kembali dana tersebut kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau pembiayaan lainnya untuk meningkatkan taraf hidup rakyat. Akibatnya transaksi perbankan pun menjadi pesat. Tidak sedikit jumlah bank yang berdiri di Indonesia yaitu adanya bank pemerintah, bank swasta, bank asing. Karena banyaknya industri perbankan tersebut maka persaingan juga semakin ketat. Hal ini memungkinkan disebabkan karena sektor perbankan sudah menjadi kebutuhan yang penting di Indonesia.

Faktor penting di industri perbankan yang dalam kegiataannya mengandalkan modal dari investor, oleh karena itulah perusahaan perbankan harus dapat menjaga kesehatan keuangan dan likuiditasnya yang dapat mempengaruhi kinerja keuangan. Salah satu yang diambil perusahaan perbankan dalam memenuhi kebutuhan danannya untuk mengembangkan dan agar tetap mampu bersaing adalah penjualan saham perusahaan kepada masyarakat melalui pasar modal.¹

Bank Indonesia sebagai pemegang otoritas keuangan dan perbankan telah mengeluarkan berbagai regulasi terkait dengan praktik perbankan, secara

¹ Farah Margareta, *Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Keuangan Perbankan Indonesia*, Jurnal Manajemen Keuangan Vol 6 No.2 Mei 2017. Fakultas Ekonomi Universitas Trisakti. hlm 85

melakukan supervise dan pengawasan agar kalangan perbankan benar-benar melakukan berbagai peraturan dibidang perbankan. Ketaatan institusi perbankan terhadap berbagai peraturan perbankan berdampak bagi peningkatan kepercayaan masyarakat terhadap bank, dimana kepercayaan tersebut merupakan ruh dari industri perbankan itu sendiri. Di sisi lain umat islam sebagian besar masih belum dapat menerima bank bukan karena tidak percaya akan arti pentingnya bank bagi proses pembangunan akan tetapi karena bank-bank dimaksud berlandaskan pada system bunga. Bunga oleh sebagian umat islam dinggap riba yang secara jelas dan tegas dilarang oleh ajaran al-quran dan hadits.

Bagi umat islam di Indonesia adanya pendapat bahwa bunga bank sama dengan riba dipertegas dengan keluarnya fatwa MUI tentang keharaman bunga bank yang merupakan hasil lokakarya para ulama tentang bunga bank di cisarua. Dalam lokakarya tersebut sebenarnya muncul dua pandangan yang berbeda terhadap bunga, yakni: 1. Pendapat yang menyatakan bunga bank itu riba dan oleh karena itu hukumnya haram 2. Pendapat bahwa bunga bank bukan riba oleh karena itu diperolehlah dengan alasan rukhsoh.

Perbankan syariah sebagai elemen penting dalam hukum perbankan di Indonesia saat ini mengalami perkembangan yang pesat, dimana adanya didukung oleh terbitnya berbagai regulasi secara kelembagaan maupun berkaitan dengan kegiatan usaha.² Berkembangnya bank-bank syariah di Negara-negara islam berpengaruh ke Indonesia. Pada awal periode 1990-an, diskusi bank syariah pilar ekonomi islam mulai dilakukan. Bank islam adalah instansi keuangan yang menjalankan usaha dengan menerapkan prinsip ekonomi dan keuangan islam pada era perbankan.

Bank islam dapat didefinisikan dengan berbagai cara yaitu bank islam adalah instansi keuangan yang memiliki hukum aturan dan prosedur sebagai wujud dan komitmen kepada prinsip syariah dan melarang menerima dan membayar bunga dalam proses operasi yang dijalankan, kemudian bank islam

² Abdul Ghofur Anshori, *Sejarah Perkembangan Hukum Perbankan Syariah di Indonesia dan Implikasinya bagi Praktik Perbankan Nasional*. Jurnal La Riba Vol II No.2 Desember 2008. hlm 160

adalah “ Bisnis bank islam berarti bisnis bank yang mempunyai tujuan dan operasi tidak memasukan elemen yang tidak diijinkan oleh agama islam diantaranya menolak adanya bunga atau riba, melang ghohor, fokus pada kegiatan-kegiatan yang halal, secara umum mencari keadilan dan sesuai dengan etika dan keagamaan, pembagian keuntungan dan kerugian antara bank dan nasabah atau konsumen³. Perbankan islam memberikan layanan bebas bunga kepada para nasabahnya. Pembayaran dan penarikan bunga bunga dilarang dalam semua bentuk transaksi. Islam melarang kaum muslim menarik atau membayar bunga. Pelarangan inilah yang membedakan sistem perbankan islam dengan sistem perbankan konvensional. Secara teknis riba adalah tambahan pada jumlah pokok pinjaman sesuai dengan jangka waktu peminjaman dan jumlah peminjamannya.

Bank Syariah sebagaimana pada bank umumnya merupakan suatu lembaga perantara keuangan yang fungsi utamanya adalah memobilisasi dana dan mendistribusikan kembali dana tersebut kepada masyarakat. Berkaitan dengan fungsi-fungsi yang menyangkut pentingnya masyarakat umum tersebut maka sangat wajar untuk menjalankan kegiatan tersebut, terlebih dahulu harus memenuhi persyaratan-persyaratan tertentu yang telah diatur dalam peraturan perundang-undangan. Hal ini sangat penting untuk melindungi kepentingan masyarakat, terutama nasabah itu sendiri. Selanjutnya sesuai dengan ketentuan pasal 11 PBI No.6/24/PBI/2004, Bank Umum Syariah yang telah mendapat izin usaha dari Dewan Gubernur Bank Indonesia wajib melaksanakan kegiatan usaha selambat-lambatnya 60 hari sejak izin itu dikeluarkan. Apabila sudah jangka waktu tersebut BUS atau BPRS bersangkutan belum melaksanakan kegiatan usahanya, maka izin yang dikeluarkan tersebut akan dibatalkan. Dalam industri jasa, seperti perbankan pelayanan memiliki peran yang cukup vital dalam mempertahankan loyalitas nasabah, pelanggan atau nasabah yang puas akan berdampak positif terhadap perusahaan bahkan hal ini menjadi indikator untuk menilai suatu keberhasilan

³ Veitzal Rivai & Arviyan Arivin, *Islamic Banking*, (Jakarta : PT Bumi Aksara, 2010) hlm. 31

suatu perusahaan.⁴ Masalah pelayanan menjadi faktor yang menentukan keberhasilan dalam bisnis perbankan. Salah satu strategi yang dapat menunjang keberhasilan dalam bisnis perbankan adalah dengan menawarkan kualitas jasa pelayanan yang tinggi. Kualitas adalah suatu ciri atau karakteristik yang dimiliki suatu jasa atau produk yang dapat memberikan kepuasan konsumen. Untuk meningkatkan suatu jasa pelayanan tersebut maka sebuah perbankan harus memiliki atau menyiapkan karyawan yang mampu menangani kebutuhan nasabah. Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan atau nasabah. Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada nasabah atau pelanggan untuk menjalin ikatan atau hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka waktu panjang memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memaksimalkan pengalaman nasabah yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman nasabah yang kurang menyenangkan. Pelayanan nasabah menjadi sangat penting bagi bank dalam upaya memberikan kepuasan kepada nasabah sehingga nasabah tetap percaya pada bank dan meminimumkan nasabah pindah ke bank lain. Begitu juga dengan beragam layanan perbankan di Indonesia yang berlomba-lomba memberikan pelayanan bermutu bagi setiap nasabahnya. Untuk kemajuan bank maka perlu mencermati permintaan nasabah terhadap suatu produk atau jasa yang akan ditawarkan, salah satu dengan meningkatkan kualitas pelayanan.⁵ Nasabah dapat memutuskan terhadap suatu produk atau jasa salah satunya dengan meningkatkan kualitas pelayanan.

Kabupaten Cilacap merupakan kabupaten yang memiliki jumlah penduduk paling banyak dari jumlah kabupaten lainnya se-karisidenan Banyumas⁶.

⁴ Septian Puji astute dkk. *Meningkatkan Kualitas Pelayanan di Bank Syariah*. Jurnal Manajemen Bisnis Vol 2 No. 1 April-Juli 2009. hlm 49

⁵ Tri Astuti dan Rr Indah Mustikawati, *Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat suku Bunga, Promosi, dan kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah*. Jurnal Nominal Vol 2 No.1 Tahun 2013, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, hlm. 185

⁶<http://jateng.bps.go.id/statictable/2017/10/26/1533/jumlah-penduduk-dan-laju-pertumbuhan-penduduk-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-jawa-tengah-2015-2017.html>

Tabel 1
Jumlah penduduk Se-karesidenan Banyumas

| Kabupaten/Kota <i>Regency/City</i> | Laki-laki <i>Male</i> | | | | | | | | | Jumlah |
|---------------------------------------|--------------------------|-----------|----------|-------|----------|--------|---------|----------|------------|---------|
| | Islam | Kristen | Katolik | Hindu | Budha | Khong | Lainnya | Tdk | Tdk | Total |
| | Moslem | Christian | Catholic | Hindu | Buddhist | Hu Chu | Other | Terjawab | Ditanyakan | |
| 01. Kab. Cilacap | 808.195 | 7.670 | 3.430 | 73 | 1.160 | 32 | 587 | - | 3.128 | 824.279 |
| 02. Kab. Banyumas | 763.489 | 8.133 | 4.611 | 174 | 886 | 88 | 45 | 1 | 770 | 778.197 |
| 03. Kab. Purbalangga | 416.654 | 2.388 | 931 | 10 | 45 | 20 | 39 | - | 171 | 420.258 |
| 04. Kab. Banjarnegara | 433.273 | 1.747 | 506 | 20 | 302 | 9 | 93 | - | 202 | 436.152 |

| Perempuan <i>Female</i> | | | | | | | | | Jumlah |
|----------------------------|-----------|----------|-------|----------|--------|---------|----------|------------|---------|
| Islam | Kristen | Katolik | Hindu | Budha | Khong | Lainnya | Tdk | Tdk | Total |
| Moslem | Christian | Catholic | Hindu | Buddhist | Hu Chu | Other | Terjawab | Ditanyakan | |
| 804.019 | 7.826 | 3.586 | 72 | 971 | 96 | 507 | - | 811 | 817.828 |
| 761.938 | 8.169 | 4.993 | 182 | 828 | 89 | 23 | - | 108 | 776.330 |
| 425.172 | 2.488 | 954 | 6 | 25 | 22 | 20 | - | 7 | 428.694 |
| 429.908 | 1.828 | 522 | 16 | 282 | 7 | 77 | - | 121 | 432.761 |

| Laki-Laki + Perempuan <i>Male + Female</i> | | | | | | | | | Jumlah |
|---|-----------|----------|-------|----------|--------|---------|----------|------------|-----------|
| Islam | Kristen | Katolik | Hindu | Budha | Khong | Lainnya | Tdk | Tdk | Total |
| Moslem | Christian | Catholic | Hindu | Buddhist | Hu Chu | Other | Terjawab | Ditanyakan | |
| 1.612.218 | 15.496 | 7.016 | 145 | 2.131 | 68 | 1.094 | - | 3.939 | 1.642.107 |
| 1.525.427 | 16.302 | 9.604 | 356 | 1.714 | 177 | 68 | 1 | 878 | 1.554.527 |
| 841.826 | 4.876 | 1.885 | 16 | 70 | 42 | 59 | - | 178 | 848.952 |
| 863.181 | 3.575 | 1.028 | 36 | 584 | 16 | 170 | - | 323 | 868.913 |

Sumber : Data sekunder diolah

Hal itu tidak menutup kemungkinan di Kabupaten Cilacap banyak berdiri lembaga keuangan syariah, salah satu lembaga keuangan syariah yang berdiri di Kabupaten Cilacap adalah BPRS Gunung Slamet. BPRS Gunung Slamet merupakan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah yang operasionalnya menggunakan prinsip syariah dengan tujuan mengembangkan usaha ekonomi masyarakat kecil-mikro di wilayah Cilacap berdasarkan prinsip syariah⁷.

BPRS Gunung Slamet merupakan BPRS yang paling muda dibanding dengan BPRS Lainnya dengan melihat tahun berdirinya.

Tabel 2
Tahun berdiri BPRS dan Prosentase Nasabah Muslim dan Non muslim

| No | Nama BPRS | Tahun Berdiri | Prosentase | |
|----|--------------------|---------------|----------------|--------------------|
| | | | Nasabah Muslim | Nasabah non Muslim |
| 1 | BPRS Artha Sampang | 2006 | 90% | 10% |
| 2 | BPRS Gunung Slamet | 2010 | 70% | 30% |
| 3 | BPRS Suriyah | 2005 | 88% | 12% |

Sumber : Data primer diolah

Walaupun BPRS Gunung Slamet paling muda berdirinya akan tetapi prosentase nasabah non muslim di BPRS tersebut paling banyak di banding dengan BPRS lainnya yang berada di kabupaten Cilacap⁸.

Dengan melihat pada data prosentase nasabah muslim dan non muslim di atas, hal tersebut pastinya tidak semata-mata bahwa nasabah non muslim masuk ke lembaga keuangan syariah tentu saja ada faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mereka terhadap lembaga keuangan syariah. Hilgard dan Atkinson mendefinisikan persepsi atau anggapan sebagai proses dimana kita mengorganisasikan dan menafsirkan pola stimulus dalam lingkungan. Persepsi berbeda dengan sensasi karena didalam sensasi tidak ada proses interpretasi atau

⁷ <http://bprsgunungslamet.blog.com/2014/11/?m=1>

⁸ Wawancara dengan ibu Estri selaku customer servise di BPRS Gunung Slamet pada hari Rabu, 06/02/2019

pemberian arti terhadap stimulus. Persepsi merupakan starting point bagi lahirnya macam perilaku seperti apa yang akan dilakukan oleh manusia. Dengan kata lain persepsi adalah potensi yang sewaktu-waktu siap diaktualisasikan dalam bentuk sikap dan perilaku. Hal yang demikian berangkat dari penyimpulan bahwa persepsi adalah suatu kemampuan kognisi yang sangat berperan sehubungan dengan aktivitas-aktivitas manusia lainnya yang sifatnya lebih kompleks⁹. Dengan hal tersebut nasabah non muslim yang berada di BPRS Gunung Slamet mempunyai persepsi tersendiri yang menjadi alasan mereka untuk mengambil keputusan untuk menyimpan dananya di BPRS tersebut.

Dari penjelasan di atas penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam tentang persoalan dengan mengambil judul "***PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH NON MUSLIM MENYIMPAN DANANYA DI BPRS GUNUNG SLAMET CILACAP.***

B. Definisi Operasional

Untuk menghindari kesalahpahaman tentang penafsiran dan untuk memperjelas judul penelitian ini *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Terhadap Keputusan Nasabah Non Muslim Menyimpan Dananya Di BPRS Gunung Slamet Cilacap*. Maka dijelaskan beberapa istilah yang digunakan antara lain :

Menurut Tjiptono, Kualitas pelayanan merupakan sesuatu yang dipersepsikan oleh pelanggan. Pelanggan akan menilai kualitas sebuah jasa yang dirasakan berdasarkan berdasarkan apa yang mereka dekripsikan dalam benak mereka. Pelanggan akan beralih ke penyedia jasa lain yang lebih mampu memahami kebutuhan spesifik pelanggan dan memberikan layanan yang lebih baik.¹⁰

⁹ Anita Rahmawati, *Pengaruh Persepsi Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Di BNI Syariah Semarang*, Jurnal ADDIN Vol 8 No. 1 Februari 2014

¹⁰ Basrah Saidani dan Samsul Arifin, *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Pada Ranch Market* Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI) Vol 3 No. 1 2012. hlm 5

Kualitas pelayanan sebagai variabel, penulis mengambil beberapa dimensi atau yang dijadikan indikator dalam penelitian ini yaitu :

1. *Reliability* (Kehandalan)

Kehandalan merupakan suatu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya, artinya pelayanan yang diberikan harus handal dan bertanggung jawab karyawan sopan dan ramah. Bila ini dijalankan dengan baik maka konsumen atau nasabah merasa sangat dihargai dan kedepannya hal ini menimbulkan rasa kepercayaan.¹¹

2. *Responseveness* (Tanggapan)

Tanggapan merupakan, respon atau kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan atau nasabah dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap, meliputi kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi, dan penanganan keluhan pelanggan atau nasabah.¹²

3. *Assurance* (Jaminan)

Jaminan merupakan kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas keramahan, perhatian memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan di dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan, dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.

4. *Emphaty* (Perhatian)

Emphaty merupakan perhatian secara individual yang memberikan perusahaan terhadap pelanggan atau nasabah, seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan berkomunikasi dengan pelanggan, dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan kebutuhan pelanggan atau nasabah.

5. *Tangibles* (Kemampuan Fisik)

¹¹ Fathul Aminudin Aziz, *Manajemen Dalam Perspektif Islam* (Cilacap: El Bayan, 2012), hlm.153

¹² Husein Umar, *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2008), hlm.8

Kemampuan fisik meliputi penampilan, fasilitas fisik, seperti gedung dan ruangan front office dan tersediannya tempat parkir.

Menurut Rahmat yang dikutip Solihin dinyatakan persepsi adalah pengamatan tentang objek peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan, persepsi juga memberikan makna pada stimuli indera atau sensor simultan.¹³ Dengan demikian, peneliti mengambil indikator sebagai penentu persepsi adalah sebagai berikut:

1. Penginderaan

Penginderaan dapat ditangkap melalui pancaindera nasabah, seperti mata, telinga, hidung, kulit, dan lidah.

2. Atensi

Dalam proses persepsi, atensi sangat tidak terhindarkan sebab sebelum nasabah memberikan respon atau menafsirkan kejadian ataupun rangsangan apapun, nasabah atau konsumen tersebut terlebih dahulu memperhatikan kejadian atau rangsangan tersebut.

3. Interpretasi

Interpretasi sebuah pesan yang diperoleh konsumen melalui salah satu atau lebih indera nasabah atau konsumen tersebut merupakan tahap terpenting dalam sebuah persepsi. Namun tidak semua pesan atau rangsangan yang ditangkap indera akan diinterpretasikan semuanya oleh nasabah atau konsumen tersebut karena berbagai alasan tidak sesuai dengan kepentingannya.

Keputusan Menurut Davis, Keputusan adalah hasil pemecahan masalah yang dihadapinya dengan tegas. Dapat juga dikatakan bahwa keputusan itu sesungguhnya merupakan hasil proses pemikiran yang berupa pemilihan satu di antara beberapa alternative yang dapat digunakan untuk memecahkan masalah

¹³ Harviz Akbar dan Haroni Doli H. Ritonga, *Persepsi Ethis China Terhadap Perbankan Syariah Di Kota Medan*. Jurnal Ekonomia dan Keuangan Vol. 1 No.2 Januari 2013, hlm. 46

yang dihadapinya.¹⁴ Dalam keputusan penulis mengambil indikator sebagai penentu keputusan adalah sebagai berikut:

1. Pengenalan masalah

Proses pembelian dimulai ketika pembeli mengenai masalah atau kebutuhan. Kebutuhan ini dipicu oleh stimulus internal tau eksternal. Rasa lapar dan haus bisa muncul secara tiba-tiba dari diri seseorang manakala dia melewati warung makan. Hal ini didorong oleh stimul internal. Sedangkan jika seseorang berkeinginan menabung disuatu bank setelah membaca iklan tabungan berhadiah dari bank tersebut, maka ia merupakan stimuli eksternal.

2. Pencarian informasi

Seorang pembeli aktif akan mencari informasi mengenai suatu produk/jasa apabila dipicu oleh keinginan yang kuat untuk membeli produk/jasa tersebut.

3. Evaluasi alternative

Model proses evaluasi pembeli berorientasi secara kognitif yakni mereka menganggap bahwa sebagian besar pembeli melakukan penilaian produk secara sadar dan rasional. Konsumen atau nasabah akan berupaya untuk memutuskan suatu kebutuhan dan ia akan mencari manfaat tertentu dari produk atau jasa tersebut. konsumen atau nasabah melihat bahwa produk atau jasa mengandung kumpulan atribut dengan kemampuan yang berbeda-beda dalam memberikan manfaat.

4. Keputusan membeli

Setiap melalui tahap evaluasi terhadap beberapa sosial merk atau bank mana maka tiba gilirannya konsumen atau nasabah memilih bank yang paling disukai.

5. Tahap akhir perilaku setelah membeli

Tugas pemasaran bank tidak berhenti pada transaksi telah terjadi akan tetapi harus memantau perilaku nasabah setelah pembeliann. Kepuasan

¹⁴ Ibnu Syamsi, *Pengambilan Keputusan Dan Sistem Informasi* (Jakarta: Bumi Aksara,2000),hlm.3

nasabah akan dipengaruhi oleh harapannya dan prestasi yang akan diterima dari jasa bank yang dibelinya.

Dengan demikian, yang dimaksud dengan judul *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Terhadap Keputusan Nasabah Non Muslim Menyimpan Dananya Di BPRS Gunung Slamet Cilacap* dalam penelitian ini adalah kualitas pelayan dan persepi dalam mempengaruhi keputusan nasabah non muslim untuk menyimpan dana di BPRS Gunung Slamet Cilacap.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan yang telah dikemukakan pada bagian latar belakang penelitian diatas, maka permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah non muslim menyimpan dananya di BPRS Gunung Slamet Cilacap?
2. Apakah persepsi nasabah non muslim mempengaruhi keputusan nasabah non muslim untuk menyimpan dananya di BPRS Gunung Slamet Cilacap ?
3. Apakah kualitas pelayanan dan persepsi secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan nasabah non muslim menyimpan dananya di BPRS Gunung Slamet Cilacap?

D. Tujuan dan Kegunaan penelitian

1. Tujuan penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk :

- a. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan dapat mempengaruhi nasabah non muslim dalam menyimpan dananya di BPRS Gunung Slamet Cilacap Cilacap
- b. Untuk mengetahui apakah persepsi dapat mempengaruhi nasabah non muslim dalam menyimpan dananya di BPRS Gunung Slamet Cilacap.
- c.

2. Kegunaan atau manfaat penelitian

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak khususnya bagi:

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan sebagai sarana menambah pemahaman dan menyempurnakan penelitian sebelumnya

b. Bagi Akademis

Dapat menjadi dokumentasi ilmiah yang bermanfaat untuk kegiatan akademik

c. Bagi Perbankan

Untuk lebih mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi dapat mempengaruhi nasabah non musim untuk menyimpan dananya di Bank Syariah khususnya BPRS Gunung Slamet Cilacap

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika pada skripsi yang akan diteliti dari bagian awal yang berisi halaman judul, pernyataan keaslian, pengesahan, nota dinas pembimbing, abstrak, motto, persembahan, pedoman transliterasi, kata pengantar, daftar isi, dftar tabel serta daftar lampiran. Sedangkan pada bagian isi terdiri dari:

BAB I Pendahuluan

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah penelitian, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan penelitian serta sistematika penelitian

BAB II Landasan Teori

Bab ini menguraikan landasan teori dalam penelitian yang didasarkan teori-teori yang relevan, membahas telaah penelitian terdahulu.

BAB III Metodologi Penelitian

Bab ini menjeaskan tentang jenis penelitian, jenis dan sumber data, popuasi dan sampel penelitian, metode analisa data yang digunakan serta menggambarkan kerangka berfikir dalam penelitian.

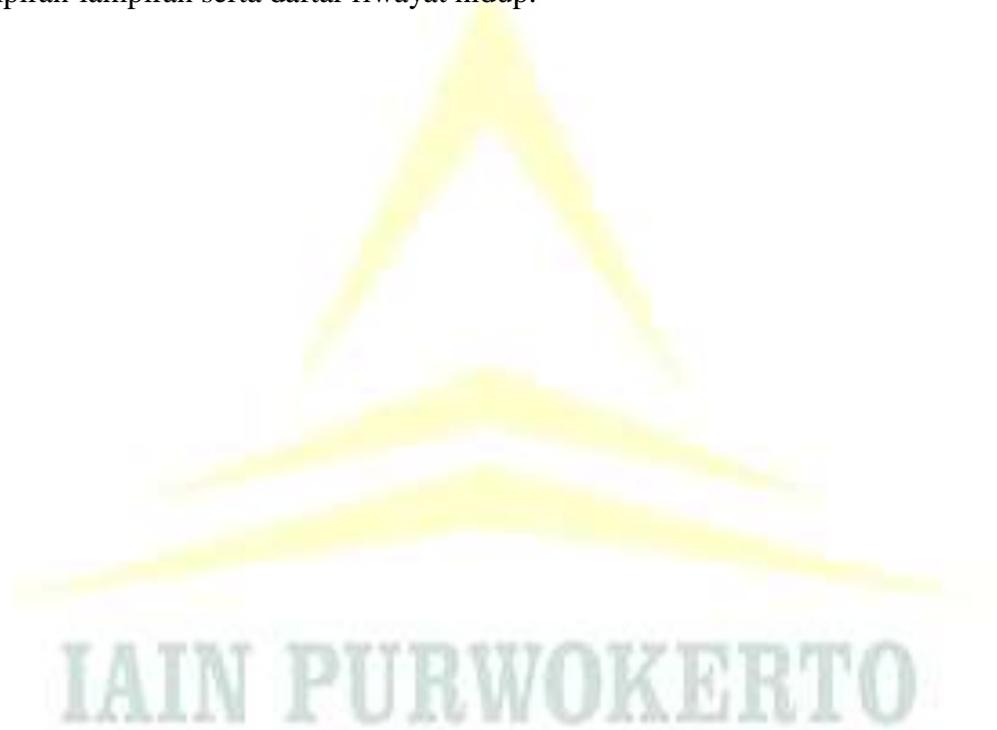
BAB IV Hasil penelitian dan pembahasan

Bab ini berisi gambaran objek penelitian, deskripsi variabel, hasil analisis data yang digunakan dan interpretasi hasil penelitian.

BAB V Penutup

Bab ini berisi kesimpulan hasil penelitian serta saran yang berisi keterbatasan dari penelitian yang telah digunakan dan saran bagi penelitian yang akan datang.

Pada bagian akhir dari penulisan skripsi ini terdiri dari daftar pustaka, lampiran-lampiran serta daftar riwayat hidup.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. Bank Syariah

Bank Syariah adalah lembaga keuangan/perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada al-Quran dan Hadits Nabi SAW. Dengan kata lain, Bank Syariah merupakan lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasionalnya disesuaikan prinsip syariat islam.¹⁵

Dalam istilah internasional sering disebut *Islamic Banking* atau *interest-free banking*. Yang diartikan sebagai lembaga keuangan yang beroperasi dan berbagai produknya dikembangkan berlandaskan syariat islam, khususnya berkaitan pelarangan praktik riba (bunga), maisir (spekulasi), gharar (ketidakjelasan).¹⁶ Sesuai dengan firman Alloh SWT dalam Q.S Al- Baqarah : 275

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 مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ ۗ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ ۗ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

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 Alloh telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari tuhan, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya yang telah diambilnya terlebih 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.

¹⁵ Muhamad, *Manajemen Dana Bank Syariah* (Jakarta: Rajawali Press, 2014), hlm 2.

¹⁶ Ahmad Dahlan, *Bank Syariah Teoritik, Praktik, Kritik* (Yogyakarta: Teras, 2012), hlm 99.

Dalam islam sudah jelas melarang adanya transaksi yang mengandung bunga. Bank Syariah hadir untuk mengatur setiap transaksi bank yang bebas dari prinsip bunga. Selain itu adanya Bank Syariah diharapkan dapat memberikan sumbangan terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat.¹⁷

2. Kualitas pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler 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, di mana pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri.¹⁸

Menurut Tjiptono Kualitas jasa merupakan sesuatu yang dipersepsikan oleh pelanggan. Pelanggan akan menilai kualitas sebuah jasa yang dirasakan berdasarkan apa yang mereka dekripsikan dalam benak mereka. Pelanggan akan beralih ke penyedia jasa lain yang lebih mampu memahami kebutuhan spesifik pelanggan dan memberikan layanan yang lebih baik.¹⁹

Menurut Rambat Lupiyoadi Kualitas pelayanan merupakan keseluruhan ciri karakteristik dari suatu produk/jasa dalam memenuhi kebutuhan dan selera pelanggan/nasabah.²⁰

Menurut Gronroos Pelayanan adalah suatu aktifitas atau serangkaian aktifitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang

¹⁷ Muhamad, *Managemen Dana Bank Syariah*, hlm. 8

¹⁸ Bagja Sumantri, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Terhadap Minat dan Keptusn Menjadi Nasabah di Bank Syariah* Jurnal *Economia* Vol 10 No. 2 Oktober 2014. hlm. 143

¹⁹ Basrah Saidani dan Samsul Arifin, *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Pada Ranch Market* Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI) Vol 3 No. 1 2012. hlm 5

²⁰ Tri Astuti, *Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap minat nasabah menabung*, Jurnal *Nominal* Vol II No 1, Fakultas Ekonomi UNY, 2013, hlm. 188

disediakan oleh perusahaan memberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan.²¹

b. Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Pasuraman mengidentifikasi 10 dimensi pokok layanan, yaitu:²²

- 1) Reliabilitas, dalam reliabilitas mencakup dua aspek utama yaitu konsistensi kinerja dan sifat terpercaya. Hal ini berarti perusahaan mampu menyampaikan layanannya secara benar sejak awal, memenuhi janjinya secara akurat dan andal, secara tepat dan mengirimkan tagihan yang akurat.
- 2) Responsitas atau daya tanggap, yaitu kesediaan dan kesiapan para karyawan untuk membantu dan melayani para pelanggan dengan segera.
- 3) Kompetensi, yaitu penguasaan keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat melayani sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Termasuk didalamnya adalah pengetahuan dan keterampilan karyawan.
- 4) Akses, meliputi kemudahan untuk dihubungi atau ditemui dan kemudahan kontak. Hal ini berarti lokasi fasilitas layanan mudah dijangkau, waktu mengantri atau menunggu tidak terlalu lama.
- 5) Kesopanan, meliputi sikap sopan santun, respek, etensi dan keramahan para karyawan.
- 6) Komunikasi, menyampaikan informasi kepada para pelanggan dalam bahasa yang mudah mereka pahami, serta selalu mendengarkan saran dan keluhan pelanggan. Termasuk didalamnya adalah penjelasan mengenai jasa/layanan yang ditawarkan.
- 7) Kredibilitas, sifat jujur dan dapat dipercaya. Kredibilitas mencakup nama perusahaan, reputasi perusahaan, karakter pribadi karyawan kontak, dan interaksi dengan pelanggan.

²¹ Marreta Giting & Tarwiyah *Pengaruh Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung-Warung Makan Kaki Lima Jl. Sei Deli Medan*. Jurnal Manajemen Bisnis Vol 19 No.1 Januari 2013

²² Fandy Tjiptono, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima Edisi 2* (Yogyakarta: ANDI Yogyakarta. 2012), hlm.198-201

- 8) Keamanan, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan. Termasuk didalamnya adalah kemampuan secara fisik, keamanan financial, privasi, dan kerahasiaan.
- 9) Kemampuan memahami pelanggan, yaitu berupaya memahami pelanggan dan kebutuhan spesifik mereka, memberikan perhatian individual, dan mengenal pelanggan regular.
- 10) Bukti fisik, meliputi penampilan fisik, peralatan personil, dan bahan-bahan komunikasi perusahaan.

Menurut Tjiptono Kualitas Pelayanan adalah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Dengan demikian terdapat lima dimensi utama yang disusun sesuai urutan tingkat kepentingan relatifnya sebagai berikut:²³

- 1) Reliability, berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk menyampaikan layanan yang dijanjikan secara akurat sejak pertama kali.
- 2) Daya tanggap, berkenaan dengan kesedian dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera.
- 3) Jaminan, berkaitan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya dan keyakinan pelanggan.
- 4) Empati, berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.
- 5) Bukti fisik, berkenaan dengan penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan/perlengkapan, sumber daya manusia, dan materi komunikasi perusahaan.

²³ Fandi Tjiptono, *Servis Manajemen Mewujudkan Layanan Prima* (Yogyakarta: ANDI, 2012), hlm.74-75

Dalam pandangan islam yang dijadikan tolak ukur untuk melalui kualitas pelayanan terhadap konsumen yaitu standarisasi syariah. Islam mensyariatkan kepada manusia agar selalu terikat dengan hukum agama dalam menjaankan setiap aktivitas ataupun memecahkan setiap permasalahan. Di dalam islam tidak mengenal kebebasan berakidah atau kebebasan beribadah. Apabila seseorang telah memeluk islam sebagai keyakinan akidahnya, maka bagianya wajib untuk menyembah alloh sesuai dengan cara yang sudah ditetapkan. Oleh karena itu, variabel-variabel yang diuji tidakah murni menggunakan teori konvensional saja, namun menjadikan syariah standar penilaian atas teori tersebut. Dimensi kualitas pelayanan dapat dibagi mejadi lima dimensi yaitu,²⁴

1) Daya tanggap (Responsevenes)

Daya tanggap merupakan suatu respon atau kesigapan karyawan dalam membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ ۖ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُتْلَىٰ عَلَيْكُمْ
غَيْرَ مُحْلِي الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ ۗ إِنَّ اللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ

Hai orang-orang yang beriman, patuhilah akad-akad itu dihalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu (yang demikian itu) dengan tidak mengahalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji, sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang di kehendaki-Nya (Q.S al-Maidah:1)

dan Allah telah mengingatkan kita tentang profesionalisme dalam menunaikan pekerjaan. Allah berfirman :

فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ

Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan) kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lainnya. (Q.S al-Insyirah: 7)

²⁴ Fathul Aminudin Aziz, *Manajemen Dalam Perspektif Islam* (Cilacap: Pustaka El-Bayan. 2012), hlm. 152

2) Keandalan (Reliability)

Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, sikap yang simpatik dan dengan akurasi yang tinggi.²⁵

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِمَنْ كَانَ يَرْجُو اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ
اللَّهَ كَثِيرًا

Sesungguhnya telah ada pada diri Rosulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap rahmat Allah dan kedatangan hari kiamat dan dia banyak menyebut nama Allah (Q.S Al-Ahzab:21)

3) Jaminan (Assurance)

Jaminan adalah kemampuan karyawan atas penegetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas, keramah-tamahan, perkataan atau kesopanan dalam memberikan pelayanan, keterampilan daam memberikan informasi dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan.

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِمَنْ كَانَ يَرْجُو اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ
اللَّهَ كَثِيرًا - وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ

Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu merugikan orang lain dan timbanglah dengan timbangan yang benar (Q.S Asy-Syuraa: 181-182)

4) Perhatian (Emphaty)

Memberikan perhatian individu secara khusus. Dimensi ini memiliki ciri-ciri kemauan untuk melakukan pendekatan, memberikan perlindungan dan usaha untuk mengerti keinginan, kebutuhan, dan perasaan konsumen.²⁶

²⁵ Jurnal Manajemen Bisnis, Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Daerah Air Minum Tirtanadi Medan Jurnal Manajemen Bisnis Vol. 19 No. 1 Januari 2013

²⁶ Yesi Elsandara dan Efriyuzal, Pengaruh Atribut Produk, Komitmen Agama, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. Jurnal Ekonomi STIE Vol. XIV No. 2 September 2013

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ
وَالْبَغْيِ ۗ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

Sesungguhnya Allah menyuruh amu berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberikan kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia member pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran (Q.S An-Nahl: 90)

5) Kemampuan fisik (Tangible)

Kemampuan fisik adalah suatu bentuk penampilan fisik, peralatan personal, media komunikasi, dan hal-ha yang lainnya yang bersifat fisik.

يَا بَنِي آدَمَ قَدْ أَنْزَلْنَا عَلَيْكُمْ لِبَاسًا يُؤَارِي سَوْآتِكُمْ وَرِيشًا ۗ وَلِبَاسُ التَّقْوَىٰ ذَٰلِكَ
خَيْرٌ ۗ ذَٰلِكَ مِنْ آيَاتِ اللَّهِ لَعَلَّهُمْ يَذَكَّرُونَ

Hai anak Adam sesungguhnya kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutup auratmu dan pakaian indah untuk perhiasan dan pakaian takwa itulah yang paling baik yang demikian itu adalah sebagian dari tanda-tanda kekuasaan Allah mudah-mudahan mereka selalu ingat (Q.S al-Araf: 26)

Menurut Lovelock dan Wright menjelaskan bahwa konsumen akan menilai kualitas jasa melalui lima dimensi pelayanan sebagai tolak ukurnya. Kelima dimensi tersebut yaitu:²⁷

- 1) Keberwujudan, yaitu sesuatu yang tampak atau nyata
- 2) Keandalan, yaitu kemampuan untuk memberikan secara tepat dan benar jenis pelayanan yang telah dijanjikan kepada konsumen.
- 3) Daya tanggap, yaitu kesadaran atau keinginan untuk cepat bertindak membantu konsumen dalam memberikan pelayanan tepat waktu.
- 4) Jaminan, pengetahuan dan kesopan santunan serta kepercayaan dari pegawai. Dimensi jaminan memiliki ciri-ciri kompensasi untuk memberikan pelayanan.
- 5) Empaty, yaitu memberikan perhatian individu secara khusus.

²⁷ Yesi Elsandra & Efriyuzal, *Pengaruh Atribut Produk, Komitmen Agama, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening*. Jurnal Ekonomi Vol.XIV No.2 September 2013

3. Persepsi

a. Pengertian persepsi

Dalam bertindak seseorang dipengaruhi oleh persepsinya mengenai situasi tertentu. Menurut Kotler dan Amstrong persepsi adalah proses dimana seseorang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk sesuatu yang berarti mengenai dunia.²⁸

Menurut Kreitner dan Kinicki persepsi adalah merupakan proses kognitif yang memungkinkan kita menginterpretasikan dan memahami sekitar kita. Dikatakan pula sebagai proses menginterpretasikan suatu lingkungan. Orang harus mengenal objek untuk berinteraksi sepenuhnya dengan lingkungan mereka.²⁹

Menurut Thoha pada hakikatnya persepsi adalah proses kognitif yang dialami oleh seseorang di dalam memahami informasi tentang lingkungan, baik melalui penglihatan, pendengaran, penghayatan, perasaan dan penciuman. Sedangkan menurut Rahmat yang dikutip Solihin dinyatakan persepsi adalah pengamatan tentang objek peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan, persepsi juga memberikan makna pada stimuli indera atau sensor simultan.³⁰

b. Dimensi persepsi

Inti dari sebuah komunikasi adalah persepsi, sedangkan inti dari persepsi itu sendiri adalah interpretasi atau penafsiran. Dengan demikian, maka dimensi persepsi adalah sebagai berikut.³¹

1) Penginderaan

Penginderaan dapat ditangkap melalui pancaindera nasabah, seperti mata, telinga, hidung, kulit dan lidah.

²⁸ Tri Astuti & Rr. Indah Mustikawati *Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah*, Jurnal Nominal Vol II No. 1 2013

²⁹ Wibowo, *Perilaku Dalam Organisasi* (Depok: RajaGrafindo Persada.2017), hlm.59

³⁰ Harviz Akbar dan Haroni Doli H. Ritonga, *Persepsi Ethis China Terhadap Perbankan Syariah Di Kota Medan*. Jurnal Ekonomia dan Keuangan Vol. 1 No.2 Januari 2013, hlm. 46

³¹ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer* (Bandung: Alfabeta, 2107), hlm 154

2) Atensi

Dalam proses persepsi, atensi sangat tidak terhindarkan sebab sebelum nasabah memberikan respon atau menafsirkan kejadian ataupun rangsangan apapun, konsumen tersebut terlebih dahulu memperhatikan kejadian atau rangsangan tersebut. Dalam hal ini rangsangan yang menarik perhatian konsumen akan dianggap lebih penting oleh nasabah tersebut daripada rangsangan yang tidak menarik perhatiannya. Rangsangan yang tidak menarik perhatian konsumen akan cenderung diabaikan oleh nasabah tersebut.

3) Interpretasi

Inteprestasi sebuah pesan yang diperoleh nasabah melalui salah satu atau lebih indera nasabah tersebut merupakan tahap terpenting dalam proses persepsi. Namun tidak semua pesan atau rangsangan yang ditangkap oleh indera nasabah akan diinterpretasikan semuanya oleh nasabah tersebut, karena berbagai alasan seperti tidak sesuai dengan kepentingannya, keterbatasan kemampuan pancaindera dalam menangkap rangsangan yang terlampaui banyak dalam hal satu waktu yang sama, dan tidak semua rangsangan memiliki daya tarik yang sama bagi nasabah.

c. Unsur-unsur Persepsi

Menurut Schiffman dan Kanuk ada beberapa konsep yang mendasari proses perolehan persepsi, yang merupakan unsur-unsur persepsi. Unsur-unsur tersebut yaitu sebagai berikut:³²

1) Sensasi

Sensasi merupakan tanggapan langsung dari kelima indera seseorang terhadap stimulus yang diterimanya dari lingkungan luarnya.

2) Ambang Absolute

³² Schiffman dan Kanuk dalam Wibowo, *Perilaku Dalam Organisasi* (Depok: RajaGrafindo Persada, 2017), hlm.59

Yaitu batas terendah dari stimulus yang dapat diterima seseorang dengan kata lain merupakan titik terendah dimana seseorang untuk menyadari ada atau tidaknya sesuatu.

3) Ambang Differensial

Tingkat perubahan terendah dari stimulus yang diperlukan agar perubahan stimulus tersebut disadari, dengan kata lain ambang ini atau just noticeable different (JND) perbedaan terendah yang dapat disadari oleh seseorang atas dua stimulus

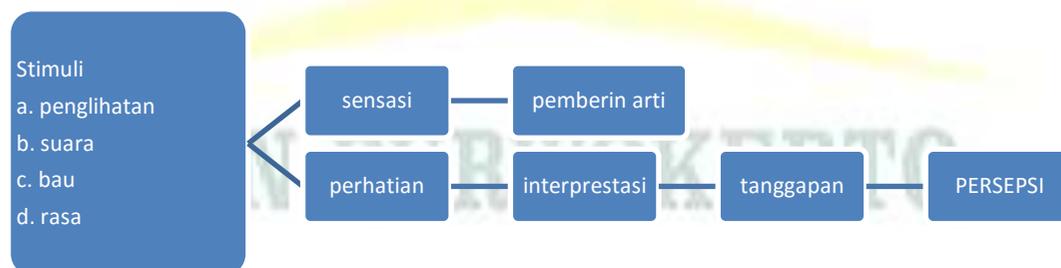
4) Persepsi Subliminal

Persepsi seseorang terhadap stimulus yang diberikan dibawah ambang absolute dengan kata lain persepsi terhadap stimulus yang tidak disadari oleh seseorang.

d. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi

Menurut Solomon dan Mowen dan Minor bentuk persepsi digambarkan sebagai berikut:

Gambar 1
Bentuk Persepsi



Sumber : Perilaku Konsumen, women dan minor 2002

Menurut Robbin dan Judge faktor yang mempengaruhi persepsi dibentuk oleh tiga faktor sebagai berikut:³³

³³ Wibowo, *Perilaku Dalam Organisasi* (Depok: Rajawali Pers. 2017), hlm. 60

- 1) Perceiver, yaitu orang yang memberikan persepsi. Faktor perceiver mengandung komponen yaitu sikap, motif, minat, pengalaman, harapan.
- 2) Target, yaitu orang atau objek yang menjadi sasaran persepsi. Faktor target mengandung komponen yaitu suatu yang baru, gerakan, suara, besaran, latar belakang, kedekatan, kesamaan.
- 3) Situasi, yaitu keadaan pada saat persepsi dilakukan. Faktor situasi mengandung komponen yaitu waktu, pengaturan kerja, pengaturan social.

Menurut Prasetijo dan Ihalauw berikut adalah faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi, diantaranya:³⁴

1) Faktor internal

a) Pengalaman

Pengalaman dapat dikatakan tergantung pada ingatan dalam sejauh mana seseorang dapat mengingat kejadian-kejadian lampau untuk mengetahui suatu rangsangan dalam pengertian luas. Sehingga hal ini berpengaruh terhadap persepsi

b) Kebutuhan saat itu

Dapat dilihat bagaimana kuatnya seseorang individu mencari objek-objek atau pesan yang dapat memberikan jawaban sesuai dengan dirinya. Kebutuhan-kebutuhan sesaat maupun yang menetap .

c) Nilai-nilai yang dianutnya

System nilai-nilai yang dianut oleh suatu individu atau konsumen akan berpengaruh terhadap persepsi seseorang. Karena faktor dari nilai yang dianut oleh individu atau konsumen akan terbawa sampai di lingkungan tempat mereka tinggal.

d) Ekspetasi

³⁴ Nur Latifah Isnaeni, *Pengaruh Persepsi Sikap Dan Perseptif Pengambilan Keputusan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah*. Skripsi IAIN Salatiga, 2016. hlm. 17-19

Menurut Schiffan dan Kanuk orang biasanya melihat apa yang mereka harapkan untuk dilihat biasanya pada apa yang diketahui, pengalaman sebelumnya, atau keadaan yang seharusnya ada.

2) Faktor Eksternal

a) Sifat-sifat stimulus

Faktor stimulus yang penting dalam persepsi konsumen adaah sebagai berikut:

- (1) Contrast, yaitu atribut stimulus yang paling kuat
- (2) Closure, yaitu kecenderungan orang untuk mengisi secara persepsi bagian yang hilang dari stimulus yang tidak lengkap
- (3) Proximity yaitu, prinsip kedekatan. Maksudnya suatu benda kedekatan satu sama lain dalam wawasan waktu maupun ruang bagian-bagian yang berhubungan dari suatu pola atau konfigurasi.
- (4) Similarity yaitu, kecenderungan konsumen untuk mengelompokkan produk-produk karena kesamaan warna, keasan dan sebagainya yang biasanya dimanfaatkan oleh merk-merk produk yang kurang dikenal melalui praktek-praktek peniruan.
- (5) Ukuran, warna, posisi dan usia dari stimulus itu harus sesuai dengan positioning produk sedangkan stimulus yang baru akan lebih menarik perhatian dari pada yang sudah lama.

b) Situasi lingkungan sosial

- (1) Efek budaya menurut Nandha dengan memahami beberapa bentuk budaya dari masyarakat, dapat membantu pemasar dalam memprediksi penerimaan konsumen terhadap suatu produk.
- (2) Sub budaya menurut Schiffman dan Kanuk didefinisikan sebagai kelompok budaya yang berbeda yang ada sebagai segmen yang dapat dikenali dalam masyarakat tertentu yang lebih luas dan lebih kompleks.

(3) Kelas sosial

(4) Kelompok referensi

e. Proses terbentuknya persepsi

Proses terjadi melalui suatu proses, dimulai ketika dorongan diterima memulai pengertian kita. Kebanyakan dorongan yang menyerang pengertian kita disaring, sisanya diorganisir dan diinterpretasikan. Proses yang menyertai pada beberapa informasi yang diterima oleh pikiran kita dan mengabaikan informasi lainnya dinamakan *selective attention* atau *selective perception*. *Selective attention* dipengaruhi oleh karakteristik orang atau objek yang dipersepsikan, terutama besaran, intensitas, gerakan, egulangan dan keaslian. *Selective attention* dipicu oleh sesuatu atau orang yang mungkin di luar konteks, seperti mendengar seseorang berbicara dengan aksen asing.³⁵

4. Faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah

Menurut Kotler, faktor utama yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah.³⁶

a. Faktor kebudayaan yang terdiri dari:

- 1) Kebudayaan ini merupakan faktor penentu yang sangat dasar dari perilaku konsumen
- 2) Sub-budaya dapat dibedakan menjadi empat jenis yaitu kelompok nasionalisme, kelompok keagamaan, kelompok ras, dan era geografis.
- 3) Kelas sosial, yaitu kelompok yang relative homogeny serta bertahan lama dalam sebuah masyarakat yang telah tersusun secara hierarki dan anggota-anggotanya memiliki perilaku, minat, dan motivasi yang hamper sama atau serupa.

b. Faktor sosial yang terdiri dari:

³⁵ Wibowo, *Perilaku Dalam Organisasi* (Depok: Rajawali Pers, 2017), hlm.62

³⁶ Daryanto & Ismanto Setyobudi, *Konsumen Dan Pelayanan Prima* (Yogyakarta: Gava Media, 2014), hlm.83

- 1) Kelompok referensi, yaitu kelompok yang memiliki pengaruh baik langsung maupun tidak langsung terhadap sikap maupun perilaku konsumen.
 - 2) Keluarga, ini akan membentuk sebuah referensi yang sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumen. Peran suami dan istri dalam penelitian sangat bervariasi sesuai kategori produk atau jasa yang membeli.
 - 3) Peran dan status, ini akan menentukan posisi seseorang dalam suatu kelompok. Setiap peranan membawa status yang mencerminkan harga diri menurut masyarakat sekitarnya. Disamping itu orang cenderung memilih produk yang mengkomunikasikan peran dalam masyarakat.
- c. Faktor pribadi yang terdiri dari
- 1) Umur dan tahapan dalam siklus hidup, ini akan menentukan selera seseorang terhadap produk/jasa.
 - 2) Pekerjaan, hal ini mempengaruhi pola konsumsi seseorang
 - 3) Keadaan ekonomi, yaitu terdiri dari pendapatan yang dapat dibelanjakan
 - 4) Gaya hidup, yaitu pola hidup di dunia yang diekspresikan oleh kegiatan, minat, dan pendapat seseorang
 - 5) Kepribadian dan konsep diri, kepribadian ini adalah karakteristik psikologis yang berbeda dari setiap orang yang memandang responnya terhadap lingkungan yang relative konsisten.
- d. Faktor psikologis, yang terdiri dari:
- 1) Motivasi, yaitu dorongan yang menekan seseorang sehingga mengarahkan seseorang untuk bertindak.
 - 2) Persepsi, orang yang sudah mempunyai motivasi untuk bertindak akan dipengaruhi persepsinya pada situasi dan kondisi yang sedang dihadapi. Persepsi itu sendiri memiliki arti suatu proses dimana seseorang memilih, mengorganisasikan, mengartikan masukan informasi untuk menciptakan sesuatu gambaran yang berarti.

- 3) Proses belajar, yaitu perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalan
- 4) Kepercayaan dan sikap, kepercayaan ini akan membentuk citra produk dan merek, serta orang akan bertindak berdasarkan citra tersebut. sedangkan sikap akan mengarahkan terhadap objek-objek yang sama.

Di dalam sebuah pengambilan keputusan akan dipengaruhi oleh beberapa faktor, faktor-faktor yang mempengaruhi antara lain:

a. Keadaan intern organisasi

Keadaan intern organisasi akan sangat berpengaruh terhadap pengambilan keputusan. Keadaan intern itu meliputi dana yang tersedia, kemampuan karyawan, kelengkapan dari peralatan, struk organisasinya, tersediannya informasi yang dibutuhkan pimpinan dan sebagainya.

b. Tersedianya informasi yang dibutuhkan

Suatu keputusan diambil untuk mengatasi masalah dalam organisasi. Masalah dalam organisasi itu beraneka ragam, kadang-kadang masalah yang sama tetapi situasi dan kondisinya yang berbeda pemecahan pun harus berbeda pula.

c. Keadaan eksternal organisasi

Dalam system organisasi terbuka, kegiatan organisasi tidak dapat terlepas dari pengaruh luar. Antara organisasi dan lingkungan ekstern saling mempengaruhi. Oleh karena itu pengambilan keputusan harus melihat atau mempertimbangkan lingkungan di luar ogaisasi.

d. Kepribadian dan kecakapan pengambil keputusan

Tepat tidaknya keputusan yag diambil juga sangat tergantung kecakapan dan kepibadian pengambil keputusan. Hal itu meliputi, penilaiannya, kebutuhannya dan sebagainya.

5. Keputusan nasabah non muslim

a. Pengertian keputusan

Pengambilan keputusan merupakan suatu langkah dari angkah-langkah yang lebih panjang yang membentuk proses pengambilan keputusan.³⁷

Menurut Davis, Keputusan adalah hasil pemecahan masalah yang dihadapinya dengan tegas. Dapat juga dikatakan bahwa keputusan itu sesungguhnya merupakan hasil proses pemikiran yang berupa pemilihan satu di antara beberapa alternative yang dapat digunakan untuk memecahkan masalah yang dihadapinya.³⁸

b. Proses keputusan

Menurut Kotler bahwa keputusan membeli melalui lima tahap.³⁹ Maka indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Pengenalan masalah

Proses pembelian dimulai ketika pembeli mengenai masalah atau kebutuhan. Kebutuhan ini dipicu oleh stimulus internal tau eksternal. Rasa lapar dan haus bisa muncul secara tiba-tiba dai dri seseorang manakala dia melewati warung makan. Hal ini didorong oleh stimul internal. Sedangkan jika seseorang berkeinginan menabung disuatu bank setelah membaca iklan tabungan berhadiah dari bank tersebut, maka ia merupaka stimuli eksternal.

2) Pencarian informasi

Seorang pembeli aktif akan mencari informasi mengenai suatu produk/jasa apabila dipicu oleh keinginan yang kuat untuk membeli produk/jasa tersebut.

3) Evaluasi alternative

³⁷ Mamduh M Hanafi, *Manajemen Edisi Revisi* (Yogyakarta: Akademi Manajemen Percetakan YKPN, 2003), HLM. 167

³⁸ Ibnu Syamsi, *Pengambilan Keputusan Dan Sistem Informasi* (Jakarta: Bumi Aksara,2000),hlm.3

³⁹ Murti Sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank* (Yogyakarta: Liberty, 2002), hlm. 235-238

Model proses evaluasi pemebli berorientasi secara kognitif yakni mereka menganggap bahwa sebagian besar pembeli melakukan penilaian produk secara sadar dan rasional. Konsumen atau nasabah akan berupaya untuk memutuskan suatu kebutuhan dan ia akan mencari manfaat tertentu dari produk atau jasa tersebut. konsumen atau nasabah melihat bahwa produk atau jasa mengandung kumpulan atribut dengan kemampuan yang berbeda-beda dalam memberikan manfaat.

- a) Deposito : keamanan, mudah ditarik kembali
 - b) Transfer : tepat waktu, online, ongkos rendah
 - c) Kredit : bunga ringan, waktu panjan, agunan dan proses sederhana
- 4) Keputusan membeli

Setiap melalui tahap evaluasi terhadap beberapa sosial merk atau bank mana maka tiba gilirannya konsumen atau nasabah memilih bank yang paling disukai.

- 5) Tahap akhir perilaku setelah membeli

Tugas pemasaran bank tidak berhenti pada transaksi telah terjadi akan tetapi harus memantau perilaku nasabah setelah pembeliann. Kepuasan nasabah akan dipengaruhi oleh harapannya dan prestasi yang akan diterima dari jasa bank yang dibelinya.

Menurut Kotler proses keputusan melalui lima tahap yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternative, keputusan mebeli dan tahap akhir perilaku setelah membeli.⁴⁰

Setiap proses keputusan yang diambil itu merupakan perwujudan kebijakan yang telah digariskan. Oleh karena itu analisis proses kebijakan. Dunn menyatakan bahwa komponen proses kebijakan meliputi:⁴¹

- 1) Masalah kebijakan

⁴⁰ Daryanto & Ismanto Setyobudi, *Konsumen Dan Pelayanan Prima* (Yogyakarta: Gava Media,2014), hlm.85-86

⁴¹ Ibnu Syamsi, *Pengambilan Keputusan Dan Sistem Informasi* (Jakarta: Bumi Aksara,2000),hlm.34

- 2) Alternative kebijakan
- 3) Tindakan kebijakan
- 4) Hasil kebijakan
- 5) Pola pelaksanaan kebijakan

Menurut Prajudi mengemukakan proses pengambilan keputusan meliputi:⁴²

- 1) Seseorang mula-mula harus menyadari dan menempatkan diri sebagai pemimpin dalam suatu organisasi arus bertanggung jawab sebagai pemimpin organisasi.
- 2) Masalah yang dihadapi lebih dahulu ditelaah, mengingat bahwa masalah itu mempunyai bermacam-macam sifat, bentuk, dan komplikasinya.
- 3) Selain menelaah masalahnya, juga harus dianalisis situasi yang mempengaruhi baik organisasinya maupun masalahnya.
- 4) Kemudian perlu menelaah keputusan itu sendiri yang harus dibuatnya. Terutama alternative-alternatif yang dikemukakan dengan konsekwensi masing-masing untuk kemudian dipilih salah satu.
- 5) Setelah keputusan diambil, maka keputusan itu kemudian dilaksanakan

B. Kajian Pustaka

Berikut adalah penelitian terdahulu yang menjadi referensi dalam penulisan skripsi.

1. Jurnal Bagja Sumntri dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Produk Terhadap Minat Dan Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Syariah. Penelitian ini penelitian asosiatif kausal dengan menggunakan random sampling dan kuota sampling dalam penelitian ini menggunakan analisis jalur. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap minat menjadi nasabah. Penelitian ini juga

⁴² Ibnu Syamsi, *Pengambilan.....*hlm. 37

menemukan bahwa produk pembiayaan positif terhadap minat dan produk pembiayaan juga berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah begitu juga dengan minat.⁴³

2. Jurnal Tri Astuti dan Rr Indah Mustikawati dengan judul Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah. Penelitian ini penelitian Ex Post Facto teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner dan analisis data menggunakan regresi linier berganda uji prasyarat (uji normalitas, uji multikolinieritas, uji linieritas) dan uji statistik (uji t, uji f, dan koefisien determinasi). Hasil dari penelitian ini adalah pada uji normalitas dengan menggunakan kolmogorov smirnov test secara keseluruhan distribusi data bersifat normal. Dari hasil analisis regresi diperoleh hasil secara keseluruhan bahwa persepsi nasabah tentang tingkat suku bunga, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung.⁴⁴
3. Skripsi Marlina Ayu Apriyatini dengan judul Faktor Yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah BRI Cabang Yos Sudarso Yogyakarta penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan pengambilan kesimpulan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor promosi mempengaruhi non muslim menjadi nasabah BRI Syariah Cabang Yos Sudarso Yogyakarta, faktor ekonomi menjadi dominan non muslim menjadi nasabah BRI Syariah dan ditemukan faktor lain yaitu dukungan teman-teman dan agar bisa memotivasi karyawan nasabah non muslim untuk gemar menabung di BRI Syariah.⁴⁵

⁴³ Bagja Sumantri, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Produk Terhadap Minat Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Syariah* (Jurnal: Universitas Negeri Yogyakarta, 2014) hlm, 141

⁴⁴ Tri Astuti dan Rr Indah Mustikawati *Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah* (Jurnal: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta).

⁴⁵ Marlina Ayu Apriyati, *Faktor Yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah BRI Syariah Cabang Yos Sudarso Yogyakarta* (Skripsi: Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi UNY, 2014)

4. Jurnal Evi Yupitri dan Raina Linda Sari dengan judul Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri Di Medan. Penelitian ini merupakan penelitian langsung dengan menggunakan data primer yang diperoleh dari Bank Syariah Mandiri. Metode yang digunakan adalah non probability sampling dengan teknik purposive sampling. Metode analisis data yang digunakan adalah rank spearman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi adalah faktor tekuat kedua adalah produk dan faktor yang mempengaruhi selanjutnya adalah fasilitas yang ada pada Bank Mandiri Syariah.⁴⁶
5. Jurnal Harvis Akbar dan Haroni Doli H. Ritonga dengan judul Persepsi Ethis China Terhadap Perbankan Syariah Di Kota Medan. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari observasi, wawancara dan kuisisioner. Untuk sampel menggunakan metode non probability sampling untuk memproses data penulis menggunakan kuadrat terkecil biasa. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel promosi, servis kerja dan ukti fisik mempunyai hubungan yang positif terhadap ethis cina terhadap perbankan syariah.⁴⁷

Tabel 3

Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu

| No | Penelitian | Persamaan | Perbedaan |
|----|--|---|---|
| 1. | Jurnal Bagjad Sumantri yang berjudul Pengaruh kualitas pelayanan dan produk pembiayaan trhadap minat dan keputusan menjadi nasabah di bank syariah | Dalam pengambilan sampel sama-sama menggunakan teknik random sampling dengan variabel kualitas pelayanan, minat produk pembiayaan | Penelitian ini meneliti kualitas pelayanan dengan alat analisis menggunakan regresi ordinal |
| 2 | Jurnal Tri Astuti yang berjudul Pengaruh persepsi nasabah tentang tingkat | Dalam memperoleh data sama-sama menggunakan | Penelitian ini menggunakan analisis data |

⁴⁶ Evi Yupitri dan Raina Linda Sari, *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri Di Medan* (Jurnal: *Ekonomia dan Keuangan* Vol 1 No 1, 2012)

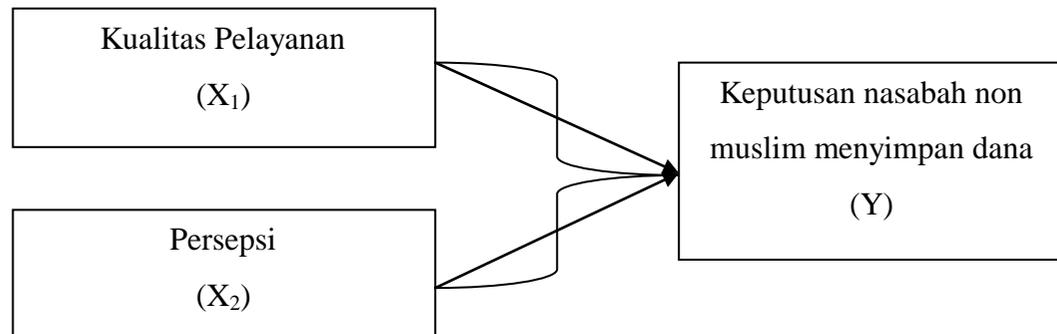
⁴⁷ Harvis Akbar dan Haroni Doli H. Ritonga , *Persepsi Ethis China Terhadap Perbankan Syariah Di Kota Medan* (Jurnal: *Ekonomia dan Keuangan* Vol 1 No 2, 2013)

| No | Penelitian | Persamaan | Perbedaan |
|----|---|--|--|
| | suku bunga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung | kuisisioner dan sama-sama meneliti pengaruh persepsi dan kualitas pelayanan | regresi ordinal sedangkan penelitian terdahulu menggunakan regresi linier berganda |
| 3 | Skripsi Marlina Ayu Apriyatini yang berjudul Faktor yang mempengaruhi non muslim menjadi nasabah BRI Syariah cabang Yos Sudarso Yogyakarta | Sama-sama meneliti faktor yang mempengaruhi non muslim menjadi nasabah di bank syariah | Menggunakan metode kuantitatif sedangkan penelitian sebelumnya menggunakan metode kualitatif |
| 4 | Jurnal Evi Yupiter dan Raina Linda Sari yang berjudul Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah non muslim menjadi nasabah bank syariah mandiri di Medan | Sama-sama meneliti faktor yang mempengaruhi nasabah non muslim ke bank syariah dan sama-sama menggunakan analisis rank sperman untuk analisis data | Penelitian ini menggunakan variabel kualitas pelayanan dan persepsi sedangkan penelitian terdahulu menggunakan variabel fasilitas, promosi dan produk untuk mengetahui faktor yang mempengaruhinya |
| 5 | Jurnal Haviz Akbar dan Haroni Doli H.Ritonga yang berjudul Persepsi Ethis China terhadap perbankan syariah di kota Medan | Sama-sama meneliti persepsi non muslim terhadap bank syariah | Penelitian ini meneliti pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah non muslim |

C. Kerangka Berfikir

Untuk mengetahui masalah yang akan dibahas perlu adanya pemikiran yang merupakan landasan dalam meneliti masalah yang bertujuan untuk

menemukan, mengembangkan, dan menguji kebenaran suatu penelitian. Kerangka berfikir dapat digambarkan sebagai berikut:



D. Rumusan Hipotesis

Hipotesis penelitian adalah hipotesis yang dibuat atau digunakan dalam suatu penelitian.⁴⁸ Hipotesis pada dasarnya adalah dugaan sementara dari rumusan masalah terhadap masalah yang akan diteliti atau diidentifikasi. Dari uraian diatas maka penullis menyusun hipotesis sebagai berikut:

1. H_a : Kualitas pelayanan secara sendiri mempengaruhi nasabah non muslim menyimpan dananya di BPRS Gunung Slamet
 H_o : Kualitas pelayanan secara sendiri tidak mempengaruhi nasabah non muslim menyimpan dananya di BPRS Gunung Slamet
2. H_a : Persepsi secara sendiri mempengaruhi nasabah non muslim menyimpan dananya di BPRS Gunung Slamet
 H_o : Persepsi secara sendiri tidak mempengaruhi nasabah non muslim menyimpan dananya di BPRS Gunung Slamet
3. H_a : Kualitas pelayanan dan persepsi secara bersama-sama mempengaruhi nasabah non muslim menyimpan dananya di BPRS Gunung Slamet
 H_o : Kualitas pelayanan dan persepsi secara bersama-sama tidak mempengaruhi nasabah non muslim menyimpan dananya di BPRS Gunung Slamet

⁴⁸ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik* (Jakarta: Bumi Aksara, 2004), hlm.34

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan yakni penelitian yang dilakukan di dalam masyarakat sebenarnya untuk menemukan realita apa yang tengah terjadi mengenai masalah tertentu. Metode yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif yang mempergunakan data angka dengan berbagai klarifikasi dalam bentuk prosentase frekuensi, nilai rata-rata dan sebagainya yang diolah secara matematis dengan rumus-rumus statistika.⁴⁹ Oleh karena itu metode ini sebagai metode ilmiah karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yang konkrit, objektif, terukur, rasional, dan sistematis.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini lokasi yang digunakan adalah kabupaten Cilacap lebih tepatnya di BPRS Gunung Slamet dengan objek penelitian para nasabah non muslim yang berada di BPRS Gunung Slamet. Penelitian dilakukan 2 bulan yaitu pada bulan Agustus sampai dengan bulan September 2019

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian.⁵⁰ Sedangkan menurut sugiyono populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁵¹

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan nasabah non muslim di BPRS Gunung Slamet sebagai objek penelitian. Tercatat pada per 30 juni

⁴⁹ Marzui, *Metode Riset Panduan Penelitian Bidang Bisnis dan Sosial* (Yogyakarta: Ekonisia), hlm 14-16

⁵⁰ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), hlm.173

⁵¹ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 61

2019 jumlah nasabah non muslim yang berada paa BPRS Gunung Slamet Cilacap sejumlah 1.796 nasabah

2. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti.⁵² Maka sampel penelitian merupakan sebagian yang diambil dari keseluruhan objek yang diteliti yang dianggap mewakili terhadap seluruh populasi dan diambil dengan menggunakan teknik tertentu.

Untuk penentu jumlah sampelnya dihitung menggunakan rumus Solvin, yaitu:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

dimana :

n = jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e² = batas ketelitian yang diinginkan

Nasabah non muslim jumlah yang akan diteliti sebanyak 1.796 jiwa, dengan tingkat kelonggaran terjadinya kesalahan dalam pengambilan sampel sebesar 10%, yaitu:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

$$n = \frac{1.796}{1+1.796 (10\%)^2}$$

$$n = \frac{1.796}{1+1.796 (0,01)}$$

$$n = \frac{1.796}{1+17,96}$$

$$n = \frac{1.796}{18,96}$$

n = 94. 7257384 dibulatkan menjadi 95 responden

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *random sampling* yaitu, pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.⁵³

⁵² Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), hlm.174

⁵³ Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm 62

D. Variabel dan Indikator Penelitian

1. Variabel penelitian

Variabel pada penelitian ini dikelompokkan menjadi 2 variabel yaitu:

a. Variabel independen

Variabel independen sering disebut juga sebagai variabel bebas yang sering dinotasikan dengan huruf X, yakni variabel yang menjadi sebab timbulnya atau berubahnya variabel dependen.⁵⁴ Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan persepsi

b. Variabel dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari variabel bebas.⁵⁵ Variabel ini biasanya dinotasikan dengan huruf Y. Pada penelitian ini variabel dependennya adalah Keputusan Nasabah Non Muslim Menyimpan dana

2. Indikator penelitian

a. Kualitas pelayanan

Menurut Tjiptono Kualitas pelayanan adalah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Maka indikator yang digunakan untuk mengukur adalah :⁵⁶

- 1) Tangible (Bukti Langsung) yaitu fasilitas seperti tempat parkir, ruang tunggu, toilet, mushola, yang disediakan oleh BPRS Gunung Slamet sangat nyaman.
- 2) Reability (Kehandalan) yaitu kemampuan karyawan BPRS Gunung Slamet untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan nasabah.
- 3) Responseveness (Daya Tanggap) yaitu kemampuan para karyawan BPRS Gunung Slamet untuk membenatu para konsumen dan memberikan pelayanan dengan tanggapan yang baik dan berkesan.

⁵⁴ Alizar Isna & Wardo, *Analisis Data Kuantitatif dengan IBM SPSS Statistic 20*, (Purwokerto: STAIN Press, 2012). hlm, 9

⁵⁵ Ibid, hlm 9

⁵⁶ Fandi Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Malang: Bayumedia Publishing, 2005), hlm. 99

- 4) Emphaty (Empati) yaitu kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, dan memahami kebutuhan nasabah pada BPRS Gunung Slamet.
- 5) Assurance (Asuransi) yaitu kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para karyawn BPRS Gunung Slamet, jaminan produk dapat yang sesuai dengan kebutuhan nasabah.

b. Persepsi

Menurut Rahmat yang dikutip Solihin dinyatakan persepsi adalah pengamatan tentang objek peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan, persepsi juga memberikan makna pada stimuli indera atau sensor simultan.⁵⁷ Maka indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:⁵⁸

1) Penginderaan

Penginderaan dapat ditangkap melalui pancaindera nasabah. Seperti mata, sebagai pengelihat dalam menyampaikan pesan nonverbal ke otak untuk kemudian diinterpretasikan. Otak menerima kira-kira dua pertiga pesan melalui rangsangan visual sehingga dapat dikatakan pengelihat sebagai indera yang paling utama. Telinga sebagai indera pendengaran juga dalam menyampaikan pesan nonverbal ke otak untuk kemudian ditafsirkan dan surat ini dapat diterima dari semua arah. Hidung sebagai indera penciuman. Kulit sebagai indera peraba. Sedangkan kulit sebagai indera pengecap maupun perasa.

2) Atensi

Dalam sebuah proses persepsi, atensi tidak terhindarkan sebab sebelum konsumen memberikan respon ataupun menafsirkan kejadian

⁵⁷ Harviz Akbar dan Haroni Doli H. Ritonga, *Persepsi Ethis China Terhadap Perbankan Syariah Di Kota Medan*. Jurnal Ekonomia dan Keuangan Vol. 1 No.2 Januari 2013, hlm. 46

⁵⁸ Donni Juni Priansa, *Perilaku.....*, hlm 154

ataupun rangsangan apapun, konsumen tersebut terlebih dahulu memperhatikan kejadian atau rangsangan tersebut.

3) Interpretasi

Interpretasi sebuah pesan yang diperoleh nasabah melalui salah satu atau lebih indera nasabah tersebut merupakan tahap terpenting dalam proses persepsi.

c. Keputusan nasabah non muslim menyimpan dana

Menurut Kotler bahwa keputusan membeli melalui lima tahap.⁵⁹ Maka indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Pengenalan masalah

Proses pembelian dimulai ketika pembeli mengenai masalah atau kebutuhan. Kebutuhan ini dipicu oleh stimulus internal atau eksternal. Rasa lapar dan haus bisa muncul secara tiba-tiba dari diri seseorang manakala dia melewati warung makan. Hal ini didorong oleh stimulus internal. Sedangkan jika seseorang berkeinginan menabung disuatu bank setelah membaca iklan tabungan berhadiah dari bank tersebut, maka ia merupakan stimulus eksternal.

2) Pencarian informasi

Seorang pembeli aktif akan mencari informasi mengenai suatu produk/jasa apabila dipicu oleh keinginan yang kuat untuk membeli produk/jasa tersebut.

3) Evaluasi alternative

Model proses evaluasi pembeli berorientasi secara kognitif yakni mereka menganggap bahwa sebagian besar pembeli melakukan penilaian produk secara sadar dan rasional. Konsumen atau nasabah akan berupaya untuk memutuskan suatu kebutuhan dan ia akan mencari manfaat tertentu dari produk atau jasa tersebut. Konsumen atau nasabah melihat bahwa produk atau jasa mengandung kumpulan

⁵⁹ Murti Sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank* (Yogyakarta: Liberty, 2002), hlm. 235-238

atribut dengan kemampuan yang berbeda-beda dalam memberikan manfaat.

- Deposito : keamanan, mudah ditarik kembali
- Transfer : tepat waktu, online, ongkos rendah
- Kredit : bunga ringan, waktu panjang, agunan dan proses sederhana

4) Keputusan membeli

Setiap melalui tahap evaluasi terhadap beberapa social merk atau bank mana maka tiba gilirannya konsumen atau nasabah memilih bank yang paling disukai.

5) Tahap akhir perilaku setelah membeli

Tugas pemasaran bank tidak berhenti pada transaksi telah terjadi akan tetapi harus memantau perilaku nasabah setelah pembeliannya. Kepuasan nasabah akan dipengaruhi oleh harapannya dan prestasi yang akan diterima dari jasa bank yang dibelinya.

Tabel 4

Definisi Operasional Variabel Penelitian

| Variabel | Indikator | Refrensi | Pengukuran |
|-----------------------------|---|---|-------------------|
| Kualitas Pelayanan | 1. Reability 2. Responseveness 3. Assurance 4. Emphaty 5. Tangibles | Fandi Tjiptono, <i>Pemasaran Jasa</i> , (Malang: Bayumedia Publishing, 2005) | Skala Likert |
| Persepsi Nasabah Non Muslim | 1. Penginderaan 2. Atensi 3. Interprestasi | Donni Juni Priansa, <i>Perilaku Konsume Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer</i> (Bandung: Alfabeta, 2107) | Skala Likert |

| Variabel | Indikator | Refrensi | Pengukuran |
|-------------------|---|--|-------------|
| Keputusan Nasabah | 1. Pengenalan masalah 2. Pencarian informasi 3. Evaluasi alternative 4. Keputusan membeli 5. Perilaku setelah membeli | Murti Sumarni, <i>Manajemen Pemasaran Bank</i> (Yogyakarta: Liberty, 2002) | Skala Liket |

E. Pengumpulan Data Penelitian

1. Teknis pengumpulan data

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Sumber data primer

Sumber data primer merupakan sumber data langsung memberikan data kepada pengumpul data, sumber data primer sebagai berikut:

1) Angket atau Kuisisioner

Angket merupakan suatu daftar pertanyaan tentang topic tertentu yang diberikan kepada subjek, baik secara individu atau kelompok untuk mendapatkan informasi tertentu seperti preferensi, keyakinan, minat, dan perilaku.⁶⁰ Hasil kuisisioner akan diolah dalam angka-angka, tabel-tabel analisis statistik, dan uraian.⁶¹

2) Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung terhadap gejala-gejala subjek yang diinginkan, baik pengamatan yang dilakukan dalam situasi sebenarnya maupun dilakukan dalam situasi buatan yang khusus diadakan.⁶² Dalam penelitian ini peneliti melakukan observasi dengan mengambil data jumlah nasabah non muslim dengan cara wawancara langsung kepada customer service BPRS Gunung Slamet Cilacap.

⁶⁰ Tukiran Tanireja dan Hidayati Mustafadah, *Penelitian Kuantitatif*, hlm. 44

⁶¹ Masri Sangibun dan Sofian Effendi, *Metode Penelitian Survei* (Jakarta: LP3ES,1989), hlm.175.

⁶² Masri Sangibun dan Sofian Effendi, *Metode.....* hlm.47.

3) Dokumentasi

Metode dengan dokumentasi dimana peneliti menggandakan penelitian yaitu, mengumpulkan data dengan melihat dan mencatat suatu laporan yang tersedia, seperti dokumen resmi (monografi, catatan-catatan, serta buku-buku peraturan yang ada)

b. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memerlukan data kepada pengumpul data. Data sekunder diperoleh dari study perpustakaan, dimana seorang penulis mengumpulkan informasi mengenai teori-teori yang berkaitan dengan penelitian dengan jalan membaca literature maupun membaca buku yang berada di perpustakaan.

2. Skala Pengukuran

Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala likert yaitu, item-item berskala berupa skala sikap. Skala sikap merupakan teknik menggali informasi yang berusaha mengukur sikap atau keyakinan individu.⁶³ Interval skala likert tersebut yang digunakan menunjukkan nilai atau skor sebagai berikut:

Tabel 5
Interval Skala Likert

| No | Item | 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 |

3. Uji Kualitas Data

a. Pengujian Validitas

Uji Validitas digunakan untuk melihat ketepatan instrument penelitian. Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu

⁶³ Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metode Penelitian*, hlm.66.

mengukur apa yang ingin diukur.⁶⁴ Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan suatu instrument. Suatu instrument yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrument yang kurang valid memiliki validitas rendah.⁶⁵ Teknik yang digunakan dalam uji validitas pada penelitian ini adalah teknik korelasi produk moment dari person dengan rumus :

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

Keterangan:

r_{xy} : Koefisien korelasi antara X dan Y

N : Jumlah subjek

$\sum xy$: Jumlah Hasil kali nilai X dan Y

$\sum X$: Jumlah nilai X

$\sum Y$: Jumlah nilai Y

$\sum X^2$: Jumlah kuadrat nilai X

$\sum Y^2$: Jumlah kuadrat nilai Y

Dengan tingkat signifikansi sebesar 90% atau $\alpha = 10\%$, maka kriteria pengujiaannya:

- 1) Jika r hitung $>$ r tabel, maka pernyataan tersebut dinyatakan valid
- 2) Jika r hitung $<$ r tabel, maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas yaitu tingkatan kepercayaan hasil suatu pengukuran. Pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi yaitu

⁶⁴ Masri Sagarimbun dan Sofin Efendi, *Metode Penelitian Survei* (Jakarta: LP3ES,1989),hlm.124.

⁶⁵ Tukiran Tanireja dan Hidayati Mustafidah, *Penelitian Kuantitatif*, hlm. 42

pengukuran yang mampu memberikan hasil ukur yang terpercaya. Reabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu pengukuran relative konsisten apabila diukur ulang dua kali.⁶⁶ Hasil penelitian dikatakan reabel jika terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Untuk menghitung reliabilitas menggunakan rumus alpha cronbach dengan criteria nilai koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,6 atau 60% maka dikatakan semua instrument tersebut sudah reliabel.⁶⁷

Rumus *Alpha Cronbach*

$$\pi_{ii} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_{2b}}{\sigma_{2t}} \right]$$

Keterangan:

π_{ii} : Reabilitas instrument

K : Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_{2b}$: Jumlah varian butir

σ_{2t} : Varian total

F. Analisis Data Penelitian

1. Teknik analisis data

Analisis data yang digunakan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

a. Analisis Rank Spearman

Korelasi *Rank Spearman* mempunyai kegunaan untuk mencari korelasi di antara 2 variabel (hubungan bivariante) di mana kedua variabel yang berkorelasi berskala ordinal sehingga memungkinkan untuk diberi jenjang. Teknik statistika ini termasuk dalam kelompok statistika nonparametik. Korelasi rank spearman jua digunakan untuk mengukur asosiasi antara 2 variabel yang berskala ordinal, di mana sumber data kedua variabel yang dikorelasikan bisa berasal dari sumber yang tidak

⁶⁶ Marzuki, *Metodologi Riset Panduan Penelitian Bidang Bisnis dan Sosial*, hlm.24

⁶⁷ Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metode Penelitian*, hlm.74

sama dan data tidak harus membentuk distribusi normal. Rumus korelasi rank spearman.⁶⁸

$$\rho = 1 - \frac{6 \sum_{i=1}^N di^2}{N^3 - N}$$

Keterangan:

ρ (rho) : koefisien korelasi Rank Spearman

N : Jumlah sampel

di^2 : perbedaan antara rangking pada X dan Y yang telah dikuadratkan

b. Analisis Regresi Ordinal

Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi ordinal. Merupakan analisis regresi yang digunakan bila data yang dianalisis memiliki variabel dengan skala pengukuran minimal ordinal. Tujuan analisis dengan menggunakan regresi ordinal adalah untuk menganalisis regresi yang lain yakni mendapatkan model terbaik dan sederhana yang menggambarkan pengaruh variabel independen dengan variabel dependen. Pada analisis regresi ordinal, variabel independen dapat berupa faktor (variabel kategori) atau kovariat (variabel kontinyu). Persamaan matematika regresi ordinal dijelaskan oleh Ghazali (2006) sebagai berikut.⁶⁹

$$\text{logit}(p_1) = \log \frac{p_1}{1-p_1} = \alpha_1 + \beta_1 X$$

$$\text{logit}(p_1 + p_2) = \log \frac{p_1 + p_2}{1 - p_1 - p_2} = \alpha_1 + \beta_2 X$$

$$\text{logit}(p_1 + p_2 \dots p_k) = \log \frac{p_1 + p_2 + \dots + p_k}{1 - p_1 - p_2 - \dots - p_k} = \alpha_1 + \beta_1 X$$

⁶⁸ Alizar Isna Wardo, *Analisis Data Kuantitatif*, (Purwokerto: STAIN Press, 2013), hlm. 262

⁶⁹ Alizar Isna Wardo, *Analisis....*, hlm 302.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Bank Pembiayaan Syariah Gunung Slamet Cilacap

Gambaran umum lokasi penelitian di BPRS Gunung Slamet Cilacap antara lain:

1. Sejarah Berdirinya BPRS Gunung Slamet Cilacap

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Gunung Slamet adalah salah satu BPRS yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah yang kedua berdiri di kota Cilacap.

Pendirian BPR Gunung Slamet Syariah diprakarsai oleh putra daerah yang berkeinginan untuk mengembangkan usaha ekonomi masyarakat kecil-mikro di wilayah Cilacap berdasar prinsip syariah. Menyadari kebutuhan akan layanan transaksi perbankan secara syariah oleh masyarakat muslim di wilayah Cilacap semakin dirasakan, karena pada waktu itu (pada tahun 2010) hanya ada dua Bank Umum Syariah yaitu Bank Muamalat Indonesia dan Bank Syariah Mandiri serta 2 BPR Syariah yaitu BPRS Suriyah dan BPRS Bumi Artha Sampang. Ditengah-tengah ramai dan luasnya layanan transaksi perbankan konvensional, baik Bank Umum maupun Bank Perkreditan Rakyat.

Dan serangkaian diskusi dan pengkajian yang cukup lama oleh pemakarsa akhirnya disepakati satu pilihan yang dinilai strategis, yaitu mendirikan BPR yang beroperasi secara syariah. Melalui Bank Pembiayaan Rakyat Syariah ini diharapkan akan semakin memperluas dan menjadi komplemen layanan transaksi perbankan secara syariah bagi masyarakat yang tidak terakses oleh Bank Umum Syariah, khususnya kalangan masyarakat kecil-mikro, sebagaimana diketahui oleh undang-undang No. 10 Tahun 199 tentang perbankan dan Peraturan Bank Indonesia No. 21 Tahun 2008 yang secara khusus mengatur tentang Perbankan Syariah.

Pendirian BPRS Gunung Slamet Cilacap bertujuan tidak semata-mata berorientasi bisnis mencari keuntungan financial disektor perbankan, akan tetapi menjalankan tujuan utama yaitu dakwah dibidang ekonomi secara

syariah yang berpihak kepada rakyat kecil agar kemampuan usaha dan ekonominya dapat tumbuh dan berkembang berdasarkan prinsip syariah Islam.

PNM sebagai lembaga konsultan di Semarang yang memberikan konsultasi dan memfasilitasi pendirian BPRS Gunung Slamet Cilacap. Konsultasi yang diberikan meliputi penyelenggaraan pelatihan dasar perbankan syariah bagi calon pemegang saham, pelatihan teknis bagi calon pengelola, penyusunan draf standar prosedur operasi serta pengadaan hardware dan softwarena.

Pendirian BPRS Gunung Slamet Cilacap yang memilih badan hukum perseroan terbatas, proses pengurusan legalitasnya mulai ijin prinsip, pengesahan badan hukum dari Departemen Kehakiman dan Hak Asasi Manusia dan ijin operasi dari Bank Indonesia membutuhkan waktu yang cukup lama dan melelahkan, mencapai sekitar 12 bulan.

Legalitas pendirian Perseroan Terbatas (PT) sebagai pilihan Badan Hukum dibuat dihadapan Naimah SH, MH dirubah dengan Akta nomor 50 Tanggal 27 Agustus 2009, kemudian dirubh lag dengan Akta Perseroan dari Departemen Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dengan Nomor : AHU-59214.AH.01.02 Tahun 2009 diperoleh pada tanggal 03 Desember 2009.

Ijin Prinsip dari Bank Indonesia No. 11/144/dpBs, diperoleh pada Tanggal 20 Januari 2009, sedangkan ijin operasi dengan keputusan Gubernur Bank Indonesia No.12/2/KEP.GBI/GpG/2010 Tanggal 13 Januari 2010, yang salinannya diperoleh pada Tanggal 19 Januari 2010.

BPRS Gunung Slamet Cilacap berkantor pusat di Jl. Dr. Wahidin No. 34 Cilacap, diresmikan beroperasi pada tanggal 11 Februari 2010.⁷⁰

Saat ini BPRS Gunung Slamet Cilacap sudah memiliki tiga kantor kas dan satu kantor cabang yaitu kantor kas Kesugihan, kantor kas Gunung Simpang, kantor kas Kroya dan kantor cabang Ajibarang.

⁷⁰ Dokumen PT. BPRS Gunung Slamet Cilacap.

Pengelolaan BPRS Gunung Slamet Cilacap harus tetap istiqomah memenuhi harapan para pendirinya.

2. Tujuan Pendirian BPRS Gunung Slamet Cilacap
 - a. Ikut berperan aktif dalam pengembangan ekonomi syariah
 - b. Memanfaatkan peluang pasar masyarakat muslim dan non muslim dengan menggunakan system ekonomi syariah.
 - c. Memberi manfaat bagi pemerintah stakeholder.⁷¹
3. Visi dan Misi BPRS Gunung Slamet Cilacap
 - a. Visi
 - 1) Menjadi BPR Syariah yang sehat, amanah dan bermanfaat.
 - b. Misi
 - 1) Menjalankan kegiatan operasional perbankan syariah secara professional
 - 2) Menjalin kerjasama kemitraan atas dasar kemaslahatan.⁷²
4. Struktur Organisasi BPRS Gunung Slamet Cilacap
 - a. Direktur Utama : Djoni Wahjono, S.E
 - b. Direktur : Yuliantoro K.A, S.E
 - c. Customer Servise : Estriana Arum Puspita
 - d. Teller :
 - 1) Kantor Pusat
 - Lia Budi Lisyandani S.E
 - Haryani A.Md
 - 2) Kantor Kas Gunung Simping
 - Retna Dwi Pratiwi, SKM
 - 3) Kantor Kas Kesugihan
 - Eryn Kusumawati
 - 4) Kantor Kas Kroya
 - Kusrina Suci Nauri, S.Pd f.
 - e. Lending Officer :

⁷¹ Dokumen PT. BPRS Gunung Slamet Cilacap

⁷² Dokumen PT. BPRS Gunung Slamet Cilacap

- 1) Kantor Pusat
 - Rajif Nasrulloh, A.Md
 - Dwi Harmoko, S.E.I
- 2) Kantor Kas Gunung Simpang
 - Dedy Riyanto, A.Md
 - Aziz Fauzi Zen
- 3) Kantor Kas Kesugihan
 - Rizki Cahya Ramadhan
 - Ginanjar Nur Wibowo
- 4) Kantor Kas Kroya
 - Riyadi Barokah, S.Si
 - Wahdan Iptiari Abdillah. A.Md g.

f. Funding officer :

- 1) Kantor Pusat
 - Neela Sarifatu Zanah
 - Afriani Astuty
- 2) Kantor Kas Gunung Simpang
 - Robi Indrian
 - Oki Susanti
- 3) Kantor Kas Kesugihan
 - Muhammda Khasbani
 - Saskya Rani Safitri
- 4) Kantor Kas Kroya
 - Priguna Hartanto A,Md.

g. Admin & Legal :

- 1) Tito Perdanantiya Pranajaya, A.Md
- 2) Jeanatte Ficka Primadani S.Pd.I

h. Personalia & Umum: Yusuf Teguh Oktafiyanto, S.E

i. Security :

- 1) Mohamad Ismail
- 2) Iwan Budi Santoso

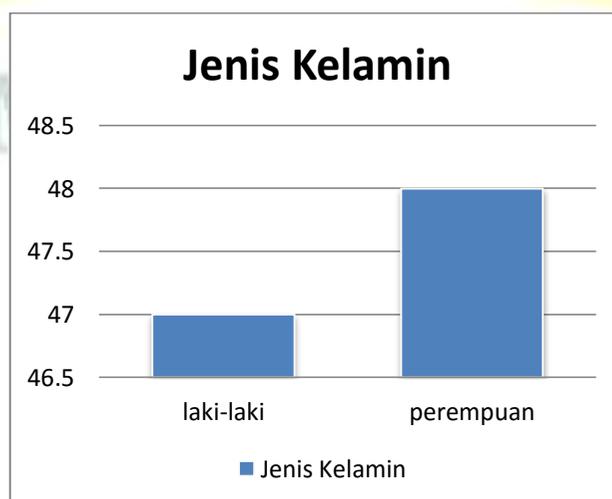
5. Nasabah BPRS Gunung Slamet

Nasabah yang berada di BPRS Gunung Slamet tidaklah hanya muslim saja akan tetapi banyak nasabah non muslim yang berada di BPRS Gunung Slamet Cilacap yang ikut bergabung menjadi nasabah BPRS Gunung Slamet Cilacap. Hal ini ditandai dengan jumlah nasabah non muslim yang berada di BPRS Gunung Slamet Cilacap per 30 Juni 2019 dengan jumlah sebanyak 1.796 jiwa jumlah tersebut diperoleh dari posentase 30 % dari jumlah seluruh nasabah sebanyak 5.987 jiwa yang mempercayakan BPRS Gunung Slamet Cilacap untuk menyimpan dananya baik dalam bentuk tabungan maupun deposito.⁷³

B. Deskripsi Karakteristik Responden

Untuk mendapatkan gambaran umum mengenai latar belakang sampel penelitian maka sub pada bab ini akan disampaikan beberapa gambaran karakteristik responden yang dijadikan sampel penelitian. Karakteristik pada penelitian ini meliputi pada jenis kelamin, umur, pekejaan, pendapatan, agama

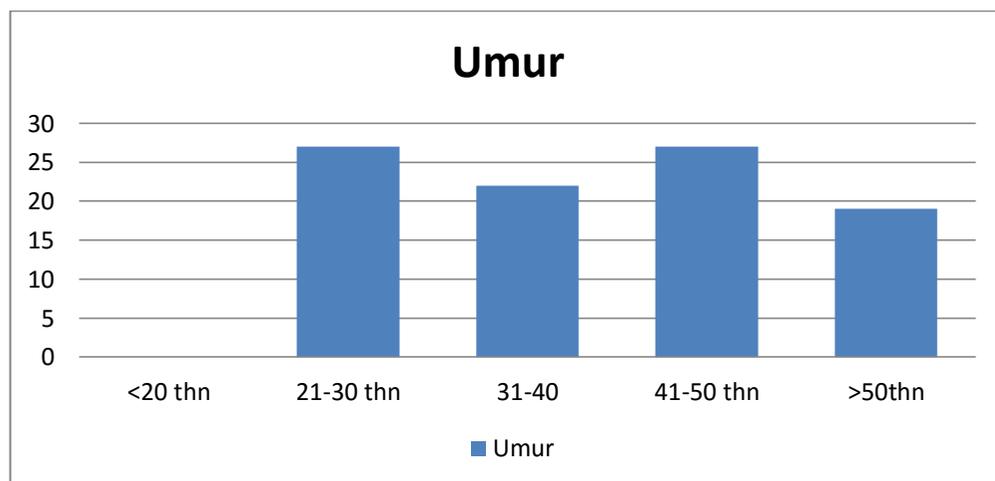
Gambar 1
Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin Responden



⁷³ Dokumen PT. BPRS Gunung Slamet Cilacap

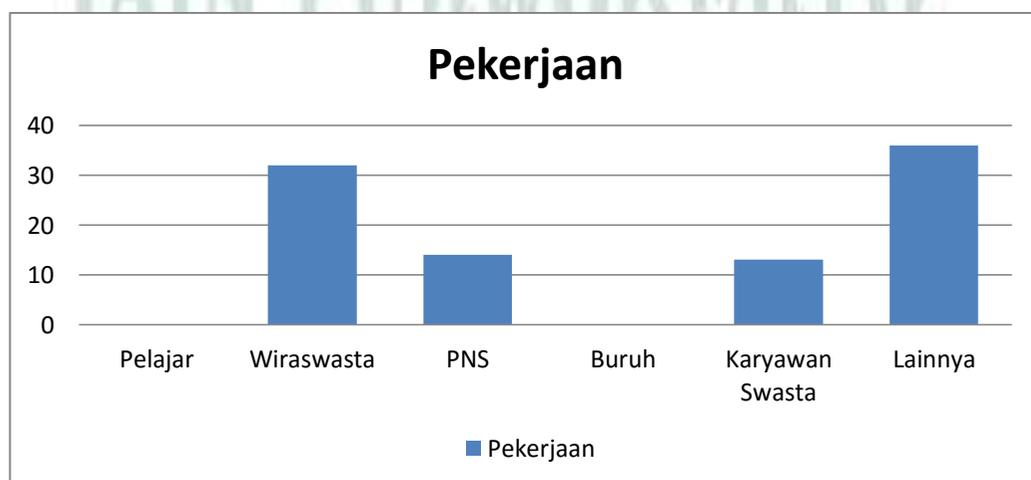
Berdasarkan hasil kuesioner yang sudah dilakukan, penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner ke 95 responden. Dari hasil kuesioner diketahui bahwa responden perempuan sebesar 48 orang dan laki-laki yang sebanyak 47 orang.

Gambar 2
Karakteristik Berdasarkan Umur Responden



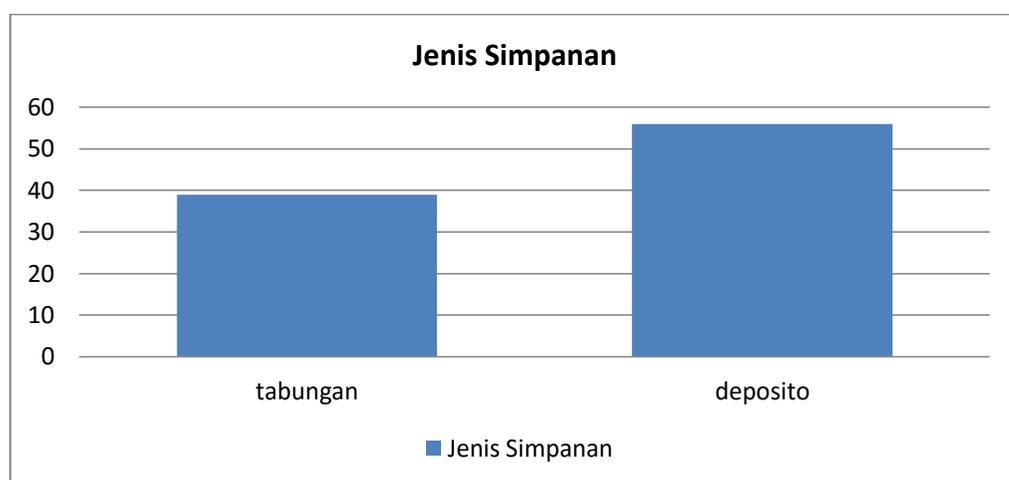
Dari hasil kuesioner diketahui umur dari responden yaitu < 20 tahun sebanyak 0, dan antara 21-30 tahun sebanyak 27 orang, umur 31-40 tahun sebanyak 22 orang, umur 41-50 tahun sebanyak 27 orang dan umur > 50 tahun sebanyak 19 orang.

Gambar 3
Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan Responden



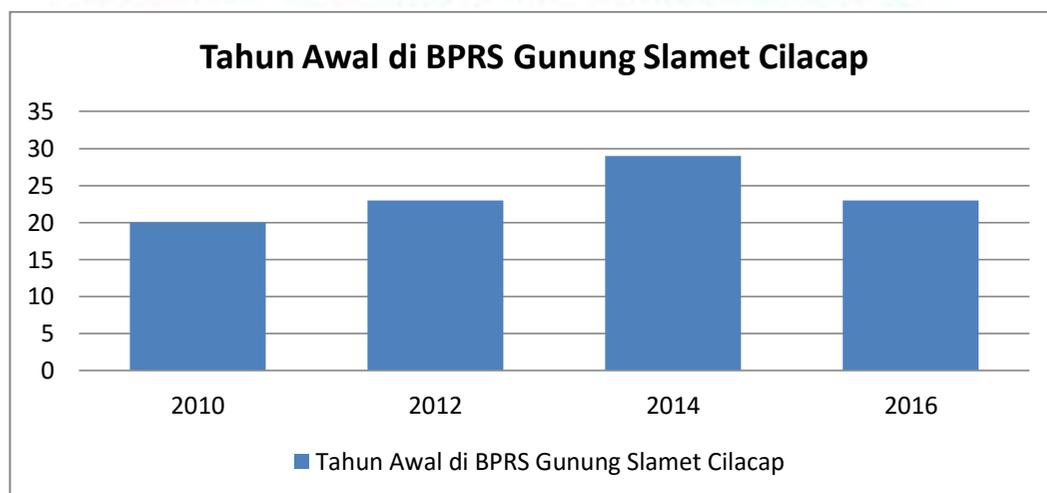
Berdasarkan data kuesioner diperoleh data pada pekerjaan responden dengan uraian sebagai berikut. Pada pelajar atau mahasiswa sebanyak 0 orang, dan wiraswasta sebanyak 32 orang, PNS sebanyak 14 orang, buruh sebanyak 0 orang, karyawan swasta sebanyak 13 orang dan pekerjaan lainnya sebanyak 36 orang.

Gambar 4
Karakteristik berdasarkan jenis simpanan



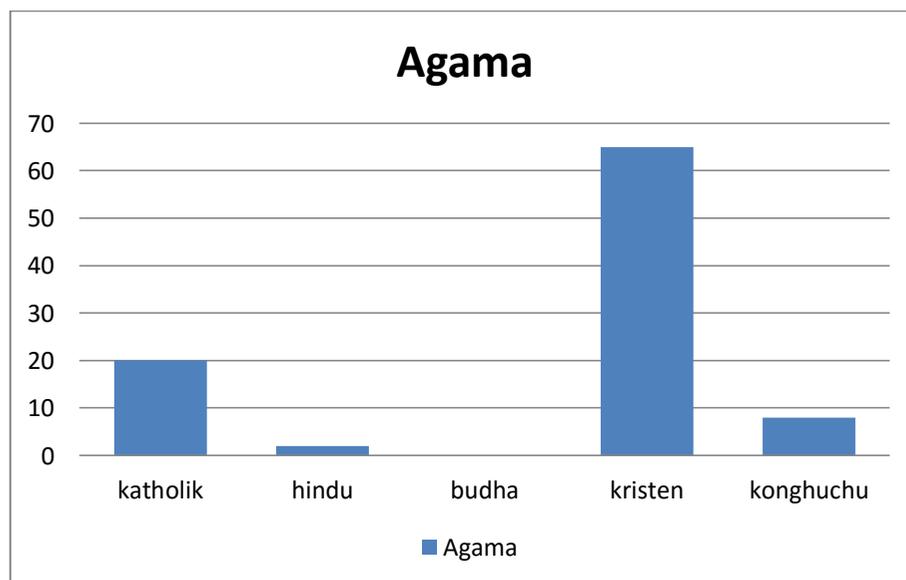
Berdasarkan jenis simpanan yang dipilih oleh responden yaitu tabungan dan deposito dengan jumlah responden yang memilih tabungan sebanyak 39 orang sedangkan responden yang memilih jenis simpanan berbentuk deposito sebanyak 52 orang.

Gambar 5
Karakteristik berdasarkan tahun bergabung di BPRS

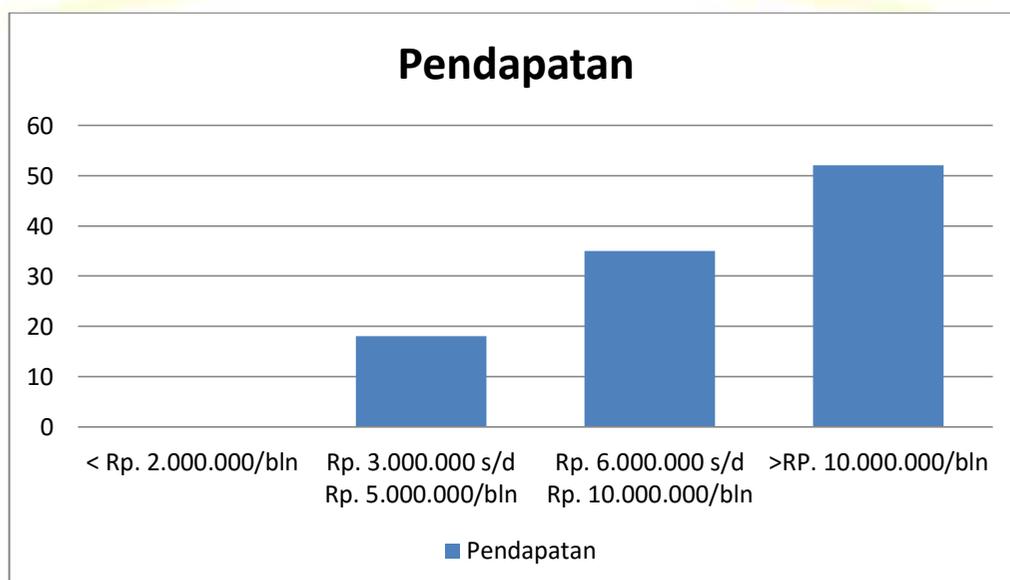


Responden yang bergabung di BPRS Gunung Slamet Cilacap berdasarkan tahunnya yaitu, pada tahun 2010 sebanyak 20 orang, kisaran tahun 2012 sebanyak 23 orang, kisaran tahun 2014 sebanyak 29 orang dan kisaran tahun 2016 sebanyak 23 orang.

Gambar 6
Karakteristik Responden Berdasarkan Agama



Gambar 7
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan



C. Hasil Penelitian

1. Hasil Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Satu butir pertanyaan dikatakan valid jika nilai dari tiap pertanyaan atau r hitung tersebut positif lebih besar dari r tabel. Untuk menentukan nilai r tabel peneliti menggunakan rumus $df = N - 2$. Jumlah responden dikurangi 2, jadi $95 - 2 = 93$. Dari jumlah $df = 93$ didapati nilai 0,2017 sebagai r tabel. Berikut ini adalah hasil uji validitas pada variabel penelitian.

a. Variabel Independen

Tabel 6
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

| Pertanyaan | R Hitung | R Tabel ($N=95, \alpha = 10\%$) | Keterangan |
|------------|----------|--------------------------------------|------------|
| P1 | 0,615 | 0,2017 | Valid |
| P2 | 0,734 | 0,2017 | Valid |
| P3 | 0,721 | 0,2017 | Valid |
| P4 | 0,688 | 0,2017 | Valid |
| P5 | 0,698 | 0,2017 | Valid |
| P6 | 0,737 | 0,2017 | Valid |
| P7 | 0,811 | 0,2017 | Valid |
| P8 | 0,739 | 0,2017 | Valid |
| P9 | 0,707 | 0,2017 | Valid |
| P10 | 0,773 | 0,2017 | Valid |

Sumber: Data Primer yang diolah

Pada tabel di atas menunjukkan variabel kualitas pelayanan mempunyai kriteria valid untuk semua item pertanyaan dengan nilai R hitung lebih besar dari R tabel (0,2017). Hal ini menunjukkan bahwa masing-masing pernyataan pada variabel kualitas pelayanan dapat diandalkan dan layak sebagai penelitian.

Tabel 7
Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi

| Pertanyaan | R Hitung | R Tabel | Keterangan |
|------------|----------|---------|------------|
| P1 | 0,777 | 0,2017 | Valid |
| P2 | 0,815 | 0,2017 | Valid |
| P3 | 0,776 | 0,2017 | Valid |
| P4 | 0,824 | 0,2017 | Valid |
| P5 | 0,736 | 0,2017 | Valid |
| P6 | 0,793 | 0,2017 | Valid |
| P7 | 0,840 | 0,2017 | Valid |
| P8 | 0,839 | 0,2017 | Valid |
| P9 | 0,790 | 0,2017 | Valid |

Sumber: Pengolahan Data Primer

Pada tabel diatas menunjukkan variabel persepsi mempunyai kreteria yang valid untuk semua item pertanyaan dengan nilai R hitung lebih besar dari R tabel (0,2017). Hal ini menunjukkan bahwa masing-masing peranyaan pada variabel persepsi dapat diandalkan dan layak sebagai penelitian.

IAIN PURWOKERTO

b. Variabel Dependen

Tabel 8**Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Menyimpan Dana**

| Pertanyaan | R Hitung | R Tabel | Keterangan |
|------------|----------|---------|------------|
| P1 | 0,609 | 0,2017 | Valid |
| P2 | 0,653 | 0,2017 | Valid |
| P3 | 0,751 | 0,2017 | Valid |
| P4 | 0,815 | 0,2017 | Valid |
| P5 | 0,776 | 0,2017 | Valid |
| P6 | 0,784 | 0,2017 | Valid |
| P7 | 0,768 | 0,2017 | Valid |
| P8 | 0,720 | 0,2017 | Valid |

Sumber: Pengolahan Data Primer

Berdasarkan hasil pengolahan menggunakan alat statistic diperoleh hasil yaitu R hitung untuk kedelapan pertanyaan variabel dependen lebih besar dari R tabel (0,2017). Oleh karena itu pertanyaan –pertanyaan pada variabel dependen penelitian ini dinyatakan valid atau layak untuk sebuah penelitian.

2. Hasil Uji Reabilitas

Uji Reabilitas dilakukan dalam sebuah penelitian untuk menguji suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau kontruk. Suatu kuesioner dikatakan reabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil. Kuesioner dikatakan reliable jika nilai dari *Croanbach Alpha* melebihi angka 0,60.

Tabel 9
Hasil Uji Reabilitas

| Variabel | Kriteria | <i>Croanbachs Alpha</i> | Keterangan |
|----------|----------|-------------------------|------------|
| X1 | 0,600 | 0,898 | Reliabel |
| X2 | 0,600 | 0,929 | Reliabel |
| Y | 0,600 | 0,879 | Reliabel |

Sumber: Pengolahan Data Primer

Dari hasil pengolahan data menggunakan alat statistic SPSS diperoleh hasil nilai *Croanbach Alpha* untuk masing-masing variabel yaitu X_1 atau variabel kualitas pelayanan sebesar 0,898, X_2 atau variabel persepsi sebesar 0,929 serta untuk variabel dependen yaitu keputusan menyimpan dana sebagai Y sebesar 0,879.

Nilai *Croanbach Alpha* hasil penelitian menunjukkan nilai lebih dari 0,60. Berdasarkan hal tersebut kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan Reliabel.

3. Hasil Uji Rank Spearman

Korelasi Rank Spearman mempunyai kegunaan untuk mencari korelasi di antara 2 variabel (hubungan bivariate) di mana kedua variabel yang dikorelasikan berskala ordinal sehingga memungkinkan untuk diberi jenjang. Teknik statistika ini termasuk dalam kelompok statistika nonparametric. Korelasi Rank Spearman juga bisa digunakan untuk mengukur asosiasi antara 2 variabel yang berskala ordinal, di mana sumber data kedua variabel yang dikorelasikan bisa berasal dari sumber yang tidak sama dan data tidak harus membentuk distribusi normal.

a. Pengujian Hipotesi Pertama

Tabel 10
Hasil Uji Rank Spearman Hipotesis 1

Correlations

| | | | Kualitas pelayanan | Keputusan |
|----------------|--------------------------|-------------------------|--------------------|-----------|
| Spearman's rho | Kualitas pelayanan | Correlation Coefficient | 1.000 | .299 |
| | | Sig. (2-tailed) | . | .003 |
| | | N | 95 | 95 |
| | Keputusan menyimpan dana | Correlation Coefficient | .299 | 1.000 |
| | | Sig. (2-tailed) | .003 | . |
| | | N | 95 | 95 |

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

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan hasil uji korelasi rank spearman hubungan kualitas pelayanana dengan keputusan menyimpan dana, pada kolom di atas terdapat 3 nilai yaitu 0,299, 0,003 dan 95. Nilai

95 menunjukkan jumlah sampel penelitian yakni 95 responden. Nilai 0,299 menunjukkan koefisien *rho spearman* antara kualitas pelayanan dengan keputusan menyimpan dana. Koefisien sebesar 0,299 tersebut menunjukkan adanya korelasi lemah atau rendah antara kualitas pelayanan dengan keputusan menyimpan dana, dengan arah negative atau tidak searah. Artinya semakin rendah kualitas pelayanan akan semakin rendah pula keputusan menyimpan dana. Untuk menguji hubungan kualitas pelayanan dengan keputusan menyimpan dana diperoleh nilai Sig.(2-tailed) sebesar 0,003. Karena Sig.(2-tailed) 0,1 maka keputusan uji adalah H_a diterima, sehingga disimpulkan terdapat hubungan kualitas pelayanan dengan keputusan menyimpan dana.

b. Pengujian Hipotesis kedua

Tabel 11
Hasil Uji Rank Spearman Hipotesis 2

| | | | persepsi | Keputusan |
|----------------|-----------|-------------------------|----------|-----------|
| Spearman's rho | Persepsi | Correlation Coefficient | 1.000 | .220 |
| | | Sig. (2-tailed) | . | .032 |
| | | N | 95 | 95 |
| | Keputusan | Correlation Coefficient | .220 | 1.000 |
| | | Sig. (2-tailed) | .032 | . |
| | | N | 95 | 95 |

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

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan hasil uji korelasi rank spearman hubungan persepsi dengan keputusan menyimpan dana pada kolom di atas terdapat 3 nilai yaitu 0,220, 0,032 dan 95. Nilai 95 menunjukkan jumlah sampel yakni 95 responden, nilai 0,220 menunjukkan korelasi rho Spearman antara persepsi dengan keputusan menyimpan dana. Koefisien sebesar 0,220 tersebut menunjukkan adanya korelasi lemah atau rendah antara persepsi dengan keputusan menyimpan dana. Artinya semakin rendah persepsi semakin rendah pula keputusan menyimpan dana.

Untuk menguji hipotesis hubungan persepsi dengan keputusan menyimpan dana diperoleh nilai Sig. (2-tailed) sebesar 0,032. Karena nilai Sig(2 tailed) 0,1 maka keputusan uji adalah H_a diterima, sehingga disimpulkan terdapat hubungan persepsi dengan keputusan menyimpan dana.

4. Uji Regresi Ordinal

Uji Regresi Ordinal merupakan regresi yang digunakan bila data yang dianalisis memiliki variabel dengan skala pengukuran minimal ordinal. Tujuan dari regresi ordinal sebagaimana analisis regresi yang lain yakni mendapatkan model terbaik dan sederhana yang menggambarkan pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen. Pada analisis regresi ordinal, variabel independen dapat berupa faktor (variabel kategori) atau kovariat (variabel kontinyu).

Hasil pengujian regresi ordinal dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 12
Case Processing Summary

| | | N | Marginal Percentage |
|-------------------|----|----|---------------------|
| Keputusan | TS | 1 | 1.1% |
| | KS | 20 | 21.1% |
| | S | 50 | 52.6% |
| | SS | 24 | 25.3% |
| Kualitaspelayanan | TS | 4 | 4.2% |
| | KS | 18 | 18.9% |
| | S | 46 | 48.4% |
| | SS | 27 | 28.4% |
| Persepsi | KS | 17 | 17.9% |
| | S | 49 | 51.6% |
| | 5 | 1 | 1.1% |
| | SS | 28 | 29.5% |
| Valid | | 95 | 100.0% |
| Missing | | 0 | |
| Total | | 95 | |

Bagian yang kedua adalah case processing summary. Bagian ini menjelaskan banyaknya data yang dianalisis adalah 95, dan semuanya dapat terolah karena tidak adanya yang masuk kategori missing. Berdasarkan data dari 95 responden, diketahui bahwa keputusan menyimpan dana dengan kategori tidak setuju adalah 1 atau 1,1%, dengan kategori kurang setuju 20 atau 21,1% dengan kategori setuju 50 atau 52,6%, dengan kategori sangat setuju 24 atau 25,3%. Sedangkan variabel kualitas pelayanan (X_1) dengan kategori tidak setuju adalah 4 atau 4,2%, dengan kategori kurang setuju 18 atau 18,9% dengan kategori setuju 46 atau 48,4%, dengan kategori sangat setuju 27 atau 28,4%. Sedangkan variabel persepsi (X_2) dengan kategori kurang setuju 17 atau 17,9% dengan kategori setuju 49 atau 51,6%, dengan kategori sangat setuju 28 atau 29,5%.

Tabel 13

Model Fitting Information

| Model | -2 Log Likelihood | Chi-Square | Df | Sig. |
|----------------|-------------------|------------|----|------|
| Intercept Only | 76.119 | | | |
| Final | 59.776 | 16.343 | 6 | .012 |

Link function: Logit.

Berdasarkan hasil uji regresi ordinal Model Fitting Information menunjukkan bahwa nilai Chi Square sebesar 16,343 dengan sig. 0,012. Nilai sig hasil analisis menunjukkan $\text{sig}.0,012 < 0,1$ maka terdapat pengaruh secara bersama-sama antara kualitas pelayanan, persepsi terhadap keputusan menyimpan dana di BPRS Gunung Slamet Cilacap.

Tabel 14

Goodness-of-Fit

| | Chi-Square | Df | Sig. |
|----------|------------|----|------|
| Pearson | 45.386 | 24 | .005 |
| Deviance | 22.960 | 24 | .522 |

Link function: Logit.

Tabel 15
Pseudo R-Square

| | |
|---------------|------|
| Cox and Snell | .158 |
| Nagelkerke | .180 |
| McFadden | .081 |

Link function: Logit.

Hasil perhitungan koefisien regresi ordinal pada Pseudo R-Square menelaskan variabel keputusan menyimpan dana yang dapat dijelaskan oleh variabel independenya yaitu kualitas pelayanan dan persepsi. Untuk mengetahui hal tersebut, pada baris ketiga atau McFadden menunjukkan bahwa variansi keputusan menyimpan dana yang dapat dijelaskan oleh variasi kualitas pelayanan dan persepsi adalah sebesar 8,1 %.

Tabel 16
Parameter Estimates

| | Estimate | Std. Error | Wald | Df | Sig. | 95% Confidence Interval | |
|---------------------------|----------|------------|--------|----|------|-------------------------|-------------|
| | | | | | | Lower Bound | Upper Bound |
| Threshold [keputusan = 2] | .896 | 1.809 | .246 | 1 | .620 | -2.648 | 4.441 |
| [keputusan = 3] | 4.320 | 1.569 | 7.584 | 1 | .006 | 1.245 | 7.395 |
| [keputusan = 4] | 6.952 | 1.687 | 16.990 | 1 | .000 | 3.646 | 10.258 |
| Location Kualitas | .729 | .260 | 7.860 | 1 | .005 | .219 | 1.238 |
| pelayanan | | | | | | | |
| Persepsi | .687 | .301 | 5.225 | 1 | .022 | .098 | 1.277 |

Link function: Logit.

Berdasarkan hasil uji regresi ordinal pada Parameter estimates menunjukkan bahwa nilai Sig. variabel kualitas pelayanan sebesar 0,005 kurang dari 0,1 maka kualitas pelayanan signifikan atau berpengaruh terhadap keputusan menyimpan dana.

Untuk nilai Sig. variabel persepsi Sig sebesar 0,002 kurang dari atau lebih kecil dari 0,1 maka persepsi signifikan atau berpengaruh terhadap keputusan menyimpan dana.

D. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan dan persepsi berpengaruh terhadap keputusan nasabah non muslim menyimpan dana di BPRS Gunung Slamet Cilacap.

Setelah melakukan beberapa pengolahan dan analisis terhadap data yang diperoleh, penulis mendapatkan gambaran mengenai variabel bebas yang terdiri dari kualitas pelayanan dan persepsi serta variabel terikat keputusan menyimpan dana yaitu sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap keputusan menyimpan dana

Setelah dilakukan perhitungan antara variabel bebas yaitu kualitas pelayanan terhadap variabel terikat yaitu keputusan menyimpan dana, hasil pengujian Rank Spearman menunjukkan bahwa koefisien korelasi variabel kualitas pelayanan dengan keputusan menyimpan dana sebesar 0,299 dengan nilai Sig.(2-tailed) sebesar 0,003. Penelitian ini membuktikan bahwa nilai signifikansi $0,003 < \alpha (0,1)$. Maka keputusan H_a diterima, artinya terdapat hubungan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan menyimpan dana dengan tingkat korelasi lemah atau rendah antara kualitas pelayanan (X_1) dengan keputusan menyimpan dana (Y), dengan arah negative atau tidak searah. Makna positif menunjukkan semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin tinggi keputusan menyimpan dana, sebaliknya semakin rendah kualitas pelayanan maka semakin rendah keputusan menyimpan dana.

Kemudian pada perhitungan regresi ordinal, pada bagian parameter Estimates, menjelaskan pengaruh masing-masing koefisien regresi, apakah signifikan atau tidak, dengan ketentuan jika nilai pada kolom Sig. $< \alpha (0,1)$ berarti signifikan. Tampak pada kolom sig bahwa nilai sig pada kualitas pelayanan sebesar $0,005 < \alpha (0,1)$, berarti variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap variabel keputusan menyimpan dana. Kesimpulannya adalah semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin tinggi pula pada keputusan menyimpan dana dan sebaliknya.

Jadi penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pengaruh antara kualitas pelayanan dengan keputusan menyimpan dana. Pelayanan yang diberikan oleh

BPRS Gunung Slamet Cilacap kepada nasabah non muslim yang terdiri dari reliabilitas (relibility), daya taggap (responseveness), jaminan (assurance), empati (emphaty) dan bukti fisik (tangibles).

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Bagja Sumantri (2014) dalam jurnalnya yang menyatakan bahwa adanya pengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah.⁷⁴ Penelitian ini juga menemukan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan akan meningkatkan seseorang untuk menjadi nasabah di bank syariah. Seperti yang kotller pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yaitu pada dasarnya berwujud atau tidak mengakibatkan kepemilikan apapun, dimana kualitas pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan dari konsumen. Bila penilaian yang dihasilkan merupakan penilaian yang positif, maka kualitas pelayanan ini akan berdampak pada kepuasan nasabah. Sedangkan menurut Tjiptono mendefinisikan kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan nasabah.⁷⁵

2. Pengaruh Persepsi terhadap keputusan menyimpan dana

Setelah dilakukan perhitungan antara variabel bebas yaitu persepsi terhadap variabel terikat yaitu keputusan menyimpan dana, hasil pengujian Rank Spearman menunjukan bahwa koefisien korelasi variabel persepsi dengan keputusan menyimpan dana sebesar 0,220 dengan nilai Sig(2-tailed) sebesar 0,032. Penelitian ini membuktikan bahwa nilai signifikansi $0,032 < \alpha (0,1)$. Maka keputusan uji H_a diterima artinya terdapat hubungan antara persepsi terhadap keputusan menyimpan dana, dengan tingkat korelasi lemah atau rendah antara persepsi terhadap keputusan menyimpan dana dengan arah positif atau searah. Makna positif menunjukan semakin tinggi maka persepsi semakin

⁷⁴ Bagja Sumantri, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Produk Terhadap Minat Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Syariah* (Jurnal: Universitas Negeri Yogyakarta, 2014) hlm, 141

⁷⁵ Fandi Tjiptono, *Servis Manajemen Mewujudkan Layanan Prima* (Yogyakarta: ANDI. 2012), hlm.74-75

tinggi keputusan menyimpan dana sebaliknya semakin rendah persepsi semakin rendah pula keputusan menyimpan dana.

Kemudian pada perhitungan regresi ordinal, pada bagian parameter Estimates, menjelaskan pengaruh masing-masing koefisien regresi, apakah signifikan atau tidak, dengan ketentuan jika nilai pada kolom sig $< \alpha$ (0,1) berarti signifikan. Tampak pada kolom persepsi $0,022 < \alpha$ (0,1) berarti variabel persepsi berpengaruh terhadap keputusan menyimpan dana. Kesimpulannya adalah semakin tinggi persepsi maka akan semakin tinggi keputusan menyimpan dana.

Jadi pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh persepsi terhadap keputusan menyimpan dana. Keadaan BPRS Gunung Slamet menjadikan bagaimana persepsi nasabah non muslim terhadap bank syariah tersebut dengan memunculkan persepsi nasabah seperti penginderaan (sensasi), atensi (berhubungan dengan memberikan respon atau menafsirkan kejadian), interpretasi (penafsiran)

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Harvis Akbar dan Haroni Doli H. Ritonga (2013) dalam jurnalnya menjelaskan persepsi berpengaruh terhadap keputusan menyimpan dana baik persepsi secara internal maupun persepsi secara eksternal etnis tionghoa tentang perbankan syariah tersebut. Hal ini dengan hasil estimasi persepsi yang berpengaruh secara signifikan dikarenakan $\text{Sig } 0,000 < 0,05$.⁷⁶ Penelitian ini juga diperkuat oleh teori Kotler dan Keller menyatakan bahwa persepsi merupakan proses dimana kita memilih, mengatur dan menerjemahkan masukan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang berarti.⁷⁷

⁷⁶ Harvis Akbar dan Haroni Doli H. Ritonga, *Persepsi Ethis China Terhadap Perbankan Syariah Di Kota Medan* (Jurnal: *Ekonomia dan Keuangan* Vol 1 No 2, 2013)

⁷⁷ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer* (Bandung: Alfabeta, 2107), hlm 154

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi terhadap keputusan nasabah non muslim menyimpan dana di BPRS Gunung Slamet Cilacap. Dari rumusan masalah yang diujikan, analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Adanya pengaruh antara kualitas pelayanan dengan keputusan nasabah non muslim menyimpan dana di BPRS Gunung Slamet Cilacap.

Berdasarkan hasil uji Rank Spearman menunjukkan bahwa koefisien korelasi variabel kualitas pelayanan dengan keputusan menyimpan dana sebesar 0,299 dengan nilai Sig.(2-tailed) sebesar 0,003. Penelitian ini membuktikan bahwa nilai signifikansi $0,003 < \alpha (0,1)$. Maka keputusan H_a diterima, artinya terdapat hubungan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan menyimpan dana dengan tingkat korelasi lemah atau rendah antara kualitas pelayanan (X_1) dengan keputusan menyimpan dana (Y), dengan arah positif. Makna positif menunjukkan semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin tinggi keputusan nasabah non muslim menyimpan dana, sebaliknya semakin rendah kualitas pelayanan maka semakin rendah keputusan nasabah non muslim menyimpan dana.

2. Adanya pengaruh antara lokasi dengan keputusan nasabah non muslim menyimpan dana di BPRS Gunung Slamet Cilacap.

Berdasarkan hasil uji Rank Spearman menunjukkan bahwa koefisien korelasi variabel persepsi dengan keputusan menyimpan dana sebesar 0,220 dengan nilai Sig(2-tailed) sebesar 0,032. Penelitian ini membuktikan bahwa nilai signifikansi $0,032 < \alpha (0,1)$. Maka keputusan uji H_a diterima artinya terdapat hubungan antara persepsi terhadap keputusan menyimpan dana, dengan tingkat korelasi lemah atau rendah antara persepsi terhadap keputusan menyimpan dana dengan arah positif atau searah. Makna positif menunjukkan

semakin tinggi maka persepsi semakin tinggi keputusan nasabah non muslim menyimpan dana sebaliknya semakin rendah persepsi semakin rendah pula keputusan nasabah non muslim menyimpan dana

B. Saran

Dari hasil kesimpulan yang telah dikemukakan, maka saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

1. Bagi pihak BPRS Gunung Slamet Cilacap selalu mempertahankan faktor-faktor dari dimensi kualitas pelayanan seperti reliabilitas (reliability), daya tanggap (responseveness), jaminan (assurance), empati (emphaty), dan bukti fisik (tangibles) dalam memberikan pelayanan kepada nasabah untuk mendukung keputusan nasabah yang dilakukan oleh nasabah. Jika dimensi pelayanan tersebut terus ditingkatkan dan dipertahankan maka para nasabah akan semakin puas melakukan keputusan menyimpan dana di BPRS Gunung Slamet Cilacap.
2. Diharapkan BPRS Gunung Slamet Cilacap dapat terus menambah nasabah dengan mempertahankan setiap kepercayaan nasabah untuk lebih yakin berada di BPRS Gunung Slamet Cilacap.
3. Untuk peneliti yang akan datang disarankan untuk menambah variabel independen lainnya selain kualitas pelayanan dan persepsi yang tentunya dapat mempengaruhi variabel dependen keputusan nasabah non muslim menyimpan dana agar lebih melengkapi penelitian ini di luar penelitian ini yang mungkin bisa mempengaruhi keputusan menyimpan dana.

DAFTAR PUSTAKA

Dari Buku

- Aminudin Aziz, Fathul. 2012 *Manajemen Dalam Perspektif Islam*, Cilacap: El Bayan
- Arikunto, Suharsimi. 2013 *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta
- Dahlan, Ahmad. 2012 *Bank Syariah Teoritik, Praktik, Kritik*, Yogyakarta: Teras
- Hasan, Iqbal. 2004 *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, Jakarta: Bumi Aksara
- Hidayati Mustafidah dan Tukiran Tanireja, *Penelitian Kuantitatif*.
- Ismanto Setyobudi dan Daryanto. 2014 *Konsumen Dan Pelayanan Prima*, Yogyakarta: Gava Media
- Juni Priansa, Donni. 2017 *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, Bandung: Alfabeta
- M Hanafi, Mamduh. 2003 *Manajemen Edisi Revisi*, Yogyakarta: Akademi Manajemen Percetakan YKPN
- Marzuki. *Metode Riset Panduan Penelitian Bidang Bisnis dan Sosial* Yogyakarta: Ekonisia
- Muhamad. 2010 *Manajemen Dana Bank Syariah*, Jakarta: Rajawali Press
- Rivai, Veitzal dan Arviyan Arivin. 2010. *Islamic Banking*, Jakarta : PT Bumi Aksara
- Sofian Effendi dan Masri Sangibun. 1989 *Metode Penelitian Survei* Jakarta: LP3ES
- Sugiyono. 2015 *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta
- Sumarni, Murti. 2002 *Manajemen Pemasaran Bank*, Yogyakarta: Liberty, 2002
- Syamsi, Ibnu. 2000 *Pengambilan Keputusan Dan Sistem Informasi*, Jakarta: Bumi Aksara
- Tanzeh, Ahmad *Pengantar Metode Penelitian*.
- Tjiptono, Fandy. 2012 *Service Management Mewujudkan Layanan Prima Edisi 2*, Yogyakarta: ANDI Yogyakarta

Umar, Husein. 2018 *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*, Jakarta: Ghalia Indonesia

Warto dan Alizar Isna. 2012 *Analisis Data Kuantitatif dengan IBM SPSS Statistic 20* Purwokerto: STAIN Press

Wibowo. 2017 *Perilaku Dalam Organisasi*, Depok: RajaGrafindo Persada

Dari Jurnal

Anshori, Abdul Ghofur. 2008 *Sejarah Perkembangan Hukum Perbankan Syariah di Indonesia dan Implikasinya bagi Praktik Perbankan Nasional*. Jurnal La Riba Vol II No.2.

Astuti, Septian Puji dkk. 2009 *Meningkatkan Kualitas Pelayanan di Bank Syariah*. Jurnal Manajemen Bisnis Vol 2 No. 1 April-Juli 2009.

Efriyuzal, Yesi Elsandara. 2013 *Pengaruh Atribut Produk, Komitmen Agama, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening*. Jurnal Ekonomi STIE Vol. XIV No. 2 September 2013

Jurnal Manajemen Bisnis. 2013 *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Daerah Air Minum Tirtanadi Medan* Jurnal Manajemn Bisnis Vol. 19 No. 1 Januari 2013

Margaretta, Farah. 2017 *Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Keuangan Perbankan Indonesia*, Jurnal Manajemen Keuangan Vol 6 No.2. Fakultas Ekonomi Universitas Trisakti.

Raina Linda Sari, Evi Yupitri. 2012 *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri Di Medan*. Jurnal: Ekonomia dan Keuangan Vol 1 No 1

Rr. Indah Mustikawati, Tri Astuti. 2013 *Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah*, Jurnal Nominal Vol II No. 1

Samsul Arifin, Basrah Saidani. 2012 *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Pada Ranch Market* Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI) Vol 3 No. 1 2012.

Sumantri, Bagja. 2014 *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Terhadap Minat dan Keptusn Menjadi Nasabah di Bank Syariah* Jurnal Ekonomia Vol 10 No. 2 Oktober 2014.

Tarwiyah dan Marreta Giting. 2013 *Pengaruh Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung-Warung Makan Kaki Lima Jl. Sei Deli Medan*. Jurnal Manajemen Bisnis Vol 19 No.1 Januari 2013

Dari Skripsi

Ayu Apriyati, Marlina. 2014 *Faktor Yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah BRI Syariah Cabang Yos Sudarso Yogyakarta*. Skripsi: Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi UNY

Haroni Doli H. Ritonga, Harvis Akbar. 2013 *Persepsi Ethis China Terhadap Perbankan Syariah Di Kota Medan*. Jurnal: Ekonomia dan Keuangan Vol 1 No 2

Isnaeni, Nur Latifah. 2016 *Pengaruh Persepsi Sikap Dan Perseptif Pengambilan Keputusan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah*. Skripsi IAIN Salatiga

Dari Internet

<http://jateng.bps.go.id/statictable/2017/10/26/1533/jumlah-penduduk-dan-laju-pertumbuhan-penduduk-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-jawa-tengah-2015-2017.html>

<http://bprsgunungslamet.blog.com/2014/11/?m=1>

Dokumen BPRS Gunung Slamet Cilacap

Wawancara dengan ibu Estri selaku customer servise di BPRS Gunung Slamet pada hari Rabu, 06/02/2019

Wawancara dengan Bapak Yusuf selaku bagian personalia di BPRS Gunung Slamet Cilacap pada hari kamis 21/08/2019

Dokumen PT. BPRS Gunung Slamet Cilacap