

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
MENABUNG DI BANK SYARIAH**
(Studi Kasus Bank Mega Mitra Syariah Cabang Sragen)



ARTIKEL PUBLIKASI ILMIAH

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun oleh:
CHRISNA VERY YUDHIARTHA
B 100 070 249

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2012**

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca artikel publikasi ilmiah dengan judul :

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MENABUNG DI BANK SYARIAH (Studi Kasus Bank Mega Mitra Syariah Cabang Sragen)

Yang ditulis oleh:

CHRISNA VERY YUDHIARTHA
B 100 070 249

Penandatanganan berpendapat bahwa artikel publikasi ilmiah tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, Agustus 2012

Pembimbing



(Lukman Hakim, SE., M.Si)

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MENABUNG DI BANK SYARIAH

(Studi Kasus Bank Mega Mitra Syariah Cabang Sragen)

By:
Chrisna Very Yudhiartha

ABSTRACT

This study aimed to determine the effect of the service, sharing, confidence and the location of the public interest in saving money at Bank Mega Syariah Branch Partners Sragen and know which of the service factor, profit sharing, confidence and the location of the most dominant influence in the public interest savings Mega Bank Partner Sharia Branch Sragen. The results of this study are expected to provide information to Bank Mega Syariah Branch Sragen Partners in marketing decision making to increase the number of customers.

This study used a survey design, the study took samples from a population and used questionnaires as the main data collection tool. Testing the hypothesis in this study using multiple linear regression analysis with the t test, F test and the coefficient of determination (R^2). The population of the study are all customers of Bank Mega Syariah Branch Partners Sragen. Sampling is 100 customers of Bank Mega Syariah Branch Partners Sragen. The technique of sampling in this study was a non-probability sampling by convenience sampling.

Based on the survey results revealed that a significant service to the interests of saving in Bank Mega Syariah Branch Partners Sragen, it is evident from the results of calculations t_{value} greater than t_{table} ($2.994 > 1.985$) with a probability of $0.004 < 0.05$. Divide the result of a significant effect on interest save in Bank Mega Syariah Branch Partners Sragen, it is evident from the results of calculations t_{value} greater than t_{table} ($2.759 > 1.985$) with probability $0.007 < 0.05$. Belief significant effect on interest savings in Bank Mega Syariah Branch Partners Sragen, this evident from the results of calculations t_{value} greater than t_{table} ($2.671 > 1.985$) with a probability of $0.009 < 0.05$. Locations significant effect on the interest of saving money in Bank Mega Syariah Branch Partners Sragen, it is evident from the results of calculations t_{value} greater than t_{table} ($2.777 > 1.985$) with a probability of $0.007 < 0.05$. services appropriately is the most dominant variable affects the interest of saving money in Bank Mega Syariah Branch Partners Sragen.

Keywords: services, profit sharing, beliefs, location, interest savings.

PENDAHULUAN

Krisis ekonomi yang telah melanda Tanah air kita selama hampir 13 tahun yaitu tahun 1998 ditandai dengan terdepresiasinya nilai tukar rupiah dari Rp. 3000/US\$ menjadi Rp. 10.538/US\$. Selanjutnya krisis nilai tukar, krisis likuiditas, dan krisis kepercayaan itu juga membawa dampak pada kinerja pasar modal. Anjloknya nilai tukar mata uang lokal ini menyebabkan terjadinya ketimpangan bagi struktur ekonomi yang didominasi impor. Tingginya tingkat

bunga menyebabkan ekonomi kekurangan likuiditas yang akibatnya kegiatan dunia usaha menjadi stagnan, sehingga berakibat meningkatnya jumlah pengangguran.

Gejolak yang terjadi ini merupakan konsekuensi logis dari lepasnya keterkaitan sektor moneter dengan sektor riil. Sektor moneter telah berkembang sedemikian cepatnya melampaui batas-batas Negara, sedangkan sektor riil selalu tertinggal di belakang karena *production time requirement* dari input menjadi output. Uang tidak hanya berfungsi sebagai alat tukar melainkan telah menjadi barang komoditas, sebagai akibat adanya motif spekulasi dari pemegang uang. Hal ini berbeda dengan konsep yang mendasari sistem keuangan syariah yang menganggap uang sebagai alat tukar. Sebagai alat tukar, uang tidak menghasilkan nilai tambah apapun kecuali apabila uang dikonversi menjadi barang atau jasa. Dengan demikian, setiap transaksi keuangan didasari atau dilatarbelakangi oleh transaksi sektor riil. Berdirinya perbankan dengan sistem bagi hasil didasarkan pada dua alasan utama yaitu (1) adanya pandangan bahwa bunga (*interest*) pada bank konvensional hukumnya haram karena termasuk dalam kategori riba yang dilarang dalam agama, bukan saja dalam agama Islam tetapi oleh agama samawi lainnya, (2) dari aspek ekonomi, penyerahan resiko usaha terhadap salah satu pihak dinilai melanggar norma keadilan. Prinsip bagi hasil (*profit sharing*) merupakan sebuah karakteristik dari suatu perbankan syariah dan dasar bagi operasional bank syariah secara keseluruhan. Secara syariah prinsip ini didasarkan pada kaidah *al-mudharabah*, dengan hal ini bank syariah akan bertindak sebagai mitra antara orang yang memiliki kelebihan dana dan orang yang kekurangan dana, dengan bank akan bertindak sebagai pengelola dana (*mudharib*), sementara penabung akan bertindak sebagai pemilik dana (*shahibul maal*). Antara keduanya diadakan akad *mudharabah*, yang menyatakan pembagian keuntungan masing-masing pihak yang terkait. Dalam jangka panjang sistem perbankan konvensional akan menyebabkan penumpukan kekayaan pada segelintir orang yang memiliki modal besar (Sjahdeini, S. Remmy, 1999).

Faktor utama yang membedakan bank konvensional dengan bank syariah adalah suku bunga (*interest*) sebagai balas jasa atas penyertaan modal yang

diterapkan pada bank konvensional, sementara pada bank syariah balas jasa atas penyertaan modal diperhitungkan berdasarkan keuntungan atau kerugian yang diperoleh yang didasarkan pada “akad”. Prinsip utama dari “akad” ini adalah keadilan antara pemilik modal (*shohibul maal*) dan pengelola modal (*mudharib*). Prinsip ini berlaku baik bagi debitur maupun kreditur.

Kelahiran perbankan syariah di Indonesia didorong oleh keinginan masyarakat Indonesia (terutama masyarakat Islam) yang berpandangan bunga merupakan riba, sehingga dilarang oleh agama. Dari aspek hukum, yang mendasari perkembangan bank syariah di Indonesia adalah UU No. 7 Tahun 1992. Dalam undang-undang tersebut prinsip syariah masih samar, yang dinyatakan sebagai prinsip bagi hasil. Prinsip perbankan syariah secara tegas dinyatakan dalam UU No. 10 Tahun 1998, yang kemudian diperbaharui dengan UU No. 23 Tahun 1999 tentang Bank Indonesia dan UU No. 3 Tahun 2004. Dengan demikian, perkembangan lembaga keuangan yang menggunakan prinsip syariah dimulai pada tahun 1992, yang diawali dengan berdirinya Bank Muamalat (BMI) sebagai bank yang menggunakan prinsip syariah pertama di Indonesia.

Bank syariah adalah salah satu alternatif bank yang dianggap aman oleh masyarakat untuk menyimpan dananya. Hal itu ditunjukkan dengan hasil survey Bank Indonesia. Hasil survey di daerah-daerah menggambarkan 1/3 dari 180 juta umat Islam tidak mau menabung di bank konvensional. Dengan rincian 60 juta orang tidak mempermasalahkannya, 60 juta orang ragu-ragu, 60 juta orang tidak mau sama sekali. (media Indonesia, 29 Juli 1999).

Basri (2003) dan Rahmansyah (2002) menyatakan menabung di bank syariah karena menjalankan syariah dan sunnatullah maka memperoleh bagi hasil lebih menguntungkan dibanding bank konvensional dan yang namanya bunga bank sudah jelas haram. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan masyarakat untuk menabung dipengaruhi oleh banyak faktor, mulai dari perilaku konsumen yang mempengaruhi sikap dalam diri individual sampai kepada nilai-nilai yang diberikan pihak bank kepada nasabahnya, seperti faktor ekonomi yaitu keuntungan, efisiensi pelayanan, pendapatan konsumen, kredibilitas dan kesan yang mempengaruhi masyarakat untuk menyimpan dananya di bank syariah.

Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh pelayanan, bagi hasil, keyakinan dan lokasi terhadap minat masyarakat menabung di Bank Mega Mitra Syariah Cabang Sragen. Berdasarkan hasil penelitian diharapkan memberikan informasi bagi Bank Mega Mitra Syariah Cabang Sragen di dalam pengambilan keputusan pemasaran untuk meningkatkan jumlah nasabah.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain survey, yaitu penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data pokok (Singarimbun dan Sofian, 1995). Penelitian survey adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relative, distribusi dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis (Sugiyono, 2001) yang dilakukan pada nasabah Bank Mega Mitra Syariah Cabang Sragen.

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Mega Mitra Syariah Cabang Sragen. Pengambilan sampel ini adalah 100 nasabah Bank Mega Mitra Syariah Cabang Sragen. Adapun teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah secara non probability sampling dengan *convenience sampling*. *Convenience Sampling* yaitu metode pengambilan sampel secara bebas tanpa menentukan status, atau keadaan dari responden sehingga menjadikan peneliti nyaman dalam pengambilan sampel. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi berganda dengan alasan jumlah variabel independen diujikan sebanyak 3 item sehingga variabel tersebut dapat langsung diujikan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Kelahiran perbankan syariah di Indonesia didorong oleh keinginan masyarakat Indonesia (terutama masyarakat Islam) yang berpandangan bunga merupakan riba, sehingga dilarang oleh agama.

Tabel 1
Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda

Variabel	Coefficient	t_{hitung}	P
(Constant)	-1,697	-1,202	0,232
Pelayanan	0,363	2,994	0,004
Bagi Hasil	0,232	2,759	0,007
Keyakinan	0,312	2,671	0,009
Lokasi	0,221	2,777	0,007
$R^2 = 0,558$ $F_{hitung} = 29,989$ $F_{tabel} = 2,53$ $t_{tabel} = 1,985$			

Sumber: Data primer diolah, 2012

Berdasarkan hasil penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung di Bank Mega Mitra Syariah Cabang Sragen diketahui bahwa untuk variabel pelayanan (X_1) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,994. Oleh karena nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,994 > 1,985$) dengan probabilitas $0,004 < 0,05$; maka H_0 ditolak berarti H_a diterima, yang berarti bahwa pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di Bank Mega Mitra Syariah Cabang Sragen.

Pelayanan merupakan hal yang sangat penting bagi sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jasa dan terlebih khusus adalah perusahaan perbankan. Perusahaan perbankan yang mempunyai usaha dalam penyimpanan uang dan benda-benda berharga dituntut untuk mampu memberikan pelayanan yang pasti dengan meyakinkan sehingga para nasabah percaya pada jasa yang ditawarkan perusahaan. Pelayanan jasa Bank Mega Mitra Syariah Cabang Sragen senantiasa mengedepankan pada kehandalan karyawan dalam melayani nasabah, kecepatan karyawan dalam mengatasi permasalahan nasabah, jaminan keamanan bagi setiap nasabah, perhatian khusus bagi seluruh nasabah dan mempunyai penampilan fisik yang menarik sehingga nasabah percaya dengan pelayanan yang diberikan dan tertarik untuk melakukan keputusan menabung di Bank Mega Mitra Syariah

Cabang Sragen. Sehingga dengan pelayanan yang baik dapat berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menabung.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Afrizal (2004) dalam skripsinya dengan menggunakan metode deskriptif menyatakan bahwa kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menabung di Bank Syariah.

Pelayanan atau disebut saja jasa yang sering dilihat sebagai suatu fenomena yang rumit. Jasa sering diartikan sebagai pelayanan personal (*personal service*) sampai jasa sebagai produk. Lupiyoadi (2001) menyatakan jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan konsumen. Jasa diartikan sebagai tindakan, perbuatan atau kegiatan yang dapat ditawarkan setiap pihak kepada pihak lain. Jasa pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan maupun meningkatkan kepemilikan sesuatu. (Tjipto, 1996, Kotler dan Susanto, 2001).

Menurut Keegan (2003) jasa atau pelayanan adalah suatu paradigma yang merupakan semangat dari perusahaan, sikap untuk menyokong dan memenangkan persaingan di masa depan. Teori ini menunjukkan setiap perusahaan apabila ingin unggul dalam persaingan harus dapat mengutamakan pelayanan. Perusahaan yang tidak memikirkan pelayanan akan kalah dalam persaingan.

Hasil pengolahan data untuk variabel bagi hasil (X_2) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,759. Oleh karena nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,759 > 1,985$) dengan probabilitas $0,007 < 0,05$; maka H_0 ditolak berarti H_a diterima, yang berarti bahwa bagi hasil secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di Bank Mega Mitra Syariah Cabang Sragen.

Bagi masyarakat Islam yang memegang teguh syariahnya bunga bank merupakan sesuatu hal yang diharamkan dalam ajarannya. Oleh karena itu sebagai bentuk jasa pada nasabah atas keputusan menabung diberikan bagi hasil yang sesuai dengan akad awal sebagaimana disyariatkan dalam Islam. Saat ini banyak sekali masyarakat Indonesia yang sudah mulai sadar akan keharaman bunga bank konvensional, sehingga banyak nasabah yang beralih ke bank dengan basis

syariah untuk menghindari adanya riba. Bank Mega Mitra Syariah Cabang Sragen memberikan bagi hasil selama ini mampu memberikan bagi hasil kepada seluruh nasabah yang cukup memuaskan, sehingga banyak nasabah yang tertarik untuk melakukan keputusan menabung di Bank Mega Mitra Syariah Cabang Sragen. Berdasarkan itulah bagi hasil berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menabung di Bank Mega Mitra Syariah.

Konsumen dalam membeli produk juga didorong oleh faktor tingkat keuntungan atau mamfaat yang akan diperolehnya dalam menggunakan suatu produk atau jasa. Adapun tingkat keuntungan yang akan diperoleh konsumen pada jasa bank terutama bank syariah adalah bagi hasil. Menurut Al-Qardhawi bagi hasil adalah dimana kedua belah pihak akan berbagi keuntungan sesuai dengan akad (perjanjian) yang disepakati. Selanjutnya Wiroso (2005) menyatakan “dalam bank syariah, imbalan yang diberikan kepada deposan (penghimpun dana) sangat tergantung pada pendapatan yang diperoleh atas pengelolaan atau penyaluran dana yang dilakukan oleh bank syariah, khususnya pendapatan yang telah diikuti dengan aliran kas masuk (*cash basis*) sehingga dari bulan ke bulan berikutnya penghasilan tidak selalu sama.

Menurut Didin dan Hamidi (2003) bagi hasil dalam syariah tidak mengenal pemberlakuan keuntungan mutlak dimuka kepada investornya. Keuntungan bagi hasil yang diterima tidak tetap tetapi sesuai dengan keuntungan yang diperoleh bank. Sebaliknya, diperjanjikan pula apabila usaha mengalami kerugian maka investor maupun pengelola dana yang menjalankan proyek akan menanggung secara bersama-sama sesuai dengan share yang dimiliki.

Hasil pengolahan data untuk variabel keyakinan (X_3) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,671. Oleh karena nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,671 > 1,985$) dengan probabilitas $0,009 < 0,05$; maka H_0 ditolak berarti H_a diterima, yang berarti bahwa keyakinan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di Bank Mega Mitra Syariah Cabang Sragen.

Keyakinan merupakan hal yang penting perlu ditanamkan pada diri setiap nasabah untuk menabung di sebuah perusahaan perbankan. Tanpa adanya keyakinan mustahil seorang nasabah akan menginvestasikan hartanya pada sebuah

perusahaan perbankan. Pada Bank Mega Mitra Syariah Cabang Sragen keyakinan senantiasa dipupuk sejak awal ketika nasabah mendaftarkan diri melalui keterangan yang jelas, adanya pemberian jaminan dari pemerintah serta pemberian jaminan yang diberikan oleh Bank Mega Mitra Syariah Cabang Sragen ketika terjadi berbagai permasalahan. Sehingga dengan adanya keyakinan pada diri seorang nasabah maka akan mengambil sebuah keputusan untuk menabung di Bank Mega Mitra Syariah Cabang Sragen.

Hasil ini relevan dengan penelitian yang dilakukan Direktorat perbankan syariah Bank Indonesia dengan Institut Pertanian Bogor (2004) dengan judul “Potensi, Preferensi dan Prilaku masyarakat terhadap Bank syariah di Sumatera Selatan”, menunjukkan bahwa persepsi dan prilaku terhadap perbankan syariah, faktor utama yang mendorong nasabah memanfaatkan bank syariah adalah kesesuaian dengan syariah agama, faktor sekundernya adalah kredibilitas dan kemudahan aksesibilitas dan pertimbangan bagi hasil.

Masyarakat Indonesia adalah masyarakat yang majemuk dengan berbagai keyakinan yang beragam. Keyakinan yang berbeda ditunjukkan dengan kemajemukan dalam agama dan keyakinan yang dianut yang dinyatakan Nasikum dan Taneko (1999) bahwa “hasil final daripada semua pengaruh kebudayaan tersebut dijumpai dalam bentuk pluralistik agama dalam masyarakat Indonesia dan bahwa keyakinan yang dianut masyarakat pada umumnya adalah Islam, Kristen (katolik dan protestan), Budha dan Hindu”. Menurut Setiadi (2003) “keyakinan adalah deskriptif yang dianut seseorang tentang suatu hal”. Berarti keyakinan mempengaruhi konsumen terhadap sesuatu yang menjadi keinginannya. Dalam hal ini produk yang ditawarkan akan dapat mendorong konsumen jika produk yang ditawarkan tersebut sesuai dengan yang diinginkannya.

Hasil pengolahan data untuk variabel lokasi (X_4) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,777. Oleh karena nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,777 > 1,985$) dengan probabilitas $0,007 < 0,05$; maka H_0 ditolak berarti H_a diterima, yang berarti bahwa lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di Bank Mega Mitra Syariah Cabang Sragen.

Lokasi merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan oleh setiap perusahaan perbankan dalam menarik nasabah. Kemudahan akses dan pelayanan bagi nasabah merupakan hal yang utama menjadi pertimbangan seorang nasabah melakukan keputusan untuk menabung. Bank Mega Mitra Syariah Cabang Sragen berada di tengah Kota Sragen yang sangat memungkinkan untuk diakses oleh setiap nasabah baik melalui kendaraan pribadi maupun kendaraan umum. Keberadaan lokasi yang strategis ini memberikan kemudahan bagi setiap nasabah untuk mendapatkan pelayanan yang diinginkan, sehingga lokasi mampu memberikan kontribusi positif terhadap keputusan nasabah dalam menabung di Bank Mega Mitra Syariah Cabang Sragen.

Seorang ahli teori lokasi August Losch mengemukakan pendapatnya tentang keterkaitan lokasi dengan kegiatan ekonomi, dimana dia berusaha memperlihatkan bagaimana aktivitas ekonomi harus disusun dalam suatu ruangan agar mencapai suatu keseimbangan kondisi perekonomian antara industri, produsen, dan konsumen yang ada.

Berdasarkan hasil analisis uji F diperoleh nilai F_{hitung} sebesar $29,989 > 2,53$ dengan probabilitas sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak berarti menerima H_a , hal ini berarti bahwa pelayanan, bagi hasil, keyakinan dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di Bank Mega Mitra Syariah Cabang Sragen. Koefisien determinasi atau R^2 sebesar 0,558. Hal ini berarti variasi perubahan pada minat menabung dapat dijelaskan oleh perubahan pada pelayanan, bagi hasil, keyakinan dan lokasi sebesar 55,8%. Sementara sisanya sebesar 44,2% diterangkan oleh faktor lain yang tidak ikut terobservasi.

Banyaknya faktor yang mempengaruhi nasabah dalam melakukan keputusan menabung Bank Mega Mitra Syariah Cabang Sragen. Sebagai seorang nasabah akan sangat memperhatikan faktor pelayanan, bagi hasil, keyakinan dan lokasi dalam melakukan keputusan menabung. Bank Mega Mitra Syariah Cabang Sragen merupakan perusahaan perbankan syariah yang sangat mengedepankan kualitas pelayanan, sehingga senantiasa memberikan kepercayaan melalui bagi hasil, keyakinan serta memiliki lokasi yang strategis. Sehingga faktor-faktor

tersebut mampu mempengaruhi keputusan nasabah dalam menabung di Bank Mega Mitra Syariah Cabang Sragen.

Basri (2003) dan Rahmansyah (2002) menyatakan menabung di bank syariah karena menjalankan syariah dan sunnatullah maka memperoleh bagi hasil lebih menguntungkan dibanding bank konvensional dan yang namanya bunga bank sudah jelas haram. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan masyarakat untuk menabung dipengaruhi oleh banyak faktor, mulai dari perilaku konsumen yang mempengaruhi sikap dalam diri individual sampai kepada nilai-nilai yang diberikan pihak bank kepada nasabahnya, seperti faktor ekonomi yaitu keuntungan, efisiensi pelayanan, pendapatan konsumen, kredibilitas dan kesan yang mempengaruhi masyarakat untuk menyimpan dananya di bank syariah.

Minat adalah kecenderungan seseorang untuk memilih melakukan suatu kegiatan tertentu diantara sejumlah kegiatan lain yang berbeda (Sapariah, 2002: 10). Minat dalam kamus besar bahasa Indonesia diartikan sebagai kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu gairah, keinginan. (Purwadarminta, 2006: 225). Minat merupakan kecenderungan afektif seseorang untuk membuat pilihan aktivitas, kondisi-kondisi individual dapat merubah minat seseorang. Sehingga dapat dikatakan minat itu tidak stabil sifatnya (Muhaimin, 2004: 4) dan minat adalah kecenderungan seseorang untuk memilih dan melakukansuatu kegiatan tertentu diantara sejumlah kegiatan lain yang tersedia.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung di Bank Mega Mitra Syariah Cabang Sragen dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di Bank Mega Mitra Syariah Cabang Sragen, hal ini terbukti dari hasil perhitungan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,994 > 1,985$) dengan probabilitas $0,004 < 0,05$.
2. Bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di Bank Mega Mitra Syariah Cabang Sragen, hal ini terbukti dari hasil perhitungan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,759 > 1,985$) dengan probabilitas $0,007 < 0,05$.

3. Keyakinan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di Bank Mega Mitra Syariah Cabang Sragen, hal ini terbukti dari hasil perhitungan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,671 > 1,985$) dengan probabilitas $0,009 < 0,05$.
4. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di Bank Mega Mitra Syariah Cabang Sragen, hal ini terbukti dari hasil perhitungan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,777 > 1,985$) dengan probabilitas $0,007 < 0,05$.
5. Pelayanan yang tepat merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap minat menabung di Bank Mega Mitra Syariah Cabang Sragen.

Adanya berbagai temuan, serta keterbatasan yang ada pada penelitian ini, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Bank Mega Mitra Syariah Cabang Sragen diharapkan lebih memperhatikan pada masalah kualitas pelayanan, sehingga minat nasabah dalam menabung di Bank Mega Mitra Syariah Cabang Sragen semakin mengalami peningkatan.
2. Bank Mega Mitra Syariah Cabang Sragen diharapkan juga lebih optimal dalam melakukan promosi, sehingga produk dari Bank Mega Mitra Syariah Cabang Sragen dapat dikenal dengan baik oleh masyarakat.
3. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan agar lebih memperluas jangkauan penelitian dengan menambahkan sampel serta mencari faktor-faktor lain yang dapat berpengaruh terhadap motivasi konsumen untuk menabung.
4. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat dilakukan pada lebih dari satu lokasi, sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasi untuk beberapa lembaga keuangan syari'ah.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal, 2004. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Syariah Mandiri cab. Medan*, Program Studi Ilmu manajemen.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Budiyono. 2004. *Statistika untuk Penelitian*. Surakarta: Sebelas Maret University Press.
- Basri, Faisal, 2003. *Perekonomian Indonesia*, Jakarta : Erlangga
- Didin Hafidhuddin & Hamidi Tanjung, 2003. *Manajemen Syariah Dalam Praktek*, Gema Insani.
- Fatah, Rohadi Abdul, 2004. *Sosiologi Agama*, Cetakan Pertama, Jakarta: Kencana Emas.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, DN., 2003. *Basic Econometrics*, Third Edition, Mc Graw Hill, New York.
- Kotler, Philip dan A.B Susanto. 2001. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Jakarta : Salemba Empat.
- Keegan, Warren J.2003. *Manajemen Pemasaran Global*. Terjemahan Alexander Sindoro. Jakarta: Jilid 1 dan 2, Prenhallindo
- Lupiyoadi, Rambat, 2001, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat.
- Muhaimin. 2004. *Wacana Pengembangan Pendidikan Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Purwadarminta, 2006. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Rahmansyah, Armin. 2004. *Analisis Pengaruh Pengeluaran Pemerintah Daerah terhadap Pertumbuhan Ekonomi Propinsi-Propinsi di Indonesia*. Magister Ekonomi Pembangunan USU Medan.
- Santoso, Singgih. 2003. *Mengatasi Berbagai Masalah Statistik dengan SPSS versi 11.5*. Gramedia, Jakarta
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi, 1995, *Metode Penelitian Survei*, Cetakan. Kedua, Penerbit PT. Pustaka LP3ES Indonesia, Jakarta

Setiadi, Nugroho, 2003. *Prilaku Konsumen, Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, Jakarta: Kencana.

Sapariah, Sadli. 2002. *Intelegensi, Bakat dan Tes IQ*. Jakarta: Fakultas Psikologi UI. Gaya Favorit Press.

Sjahdeini, S Remy. 1999. *Perbankan Islam dan Kedudukannya Dalam Tata Hukum. Perbankan Indonesia*, Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.

Sugiyono. 2003. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Wiroso, 2005. *Jual Beli Murabahah*. Yogyakarta : UII Press Yogyakarta.