

**PENGARUH PEMAHAMAN PRODUK (*FAMILIARITY*) PERBANKAN  
SYARIAH TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENABUNG DI iB  
HASANAH PT. BANK BNI SYARIAH CABANG PONTIANAK**

**SKRIPSI**

**OLEH :**

**FADHIL MAHDI**

**NIM : 131310450**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONTIANAK**

**2017**

## KATA PENGANTAR



Puji syukur kehadiran Allah SWT tuhan yang maha esa atas karunia dan rahmat yang dilimpahkannya sehingga atas izin-Nya pula skripsi dengan judul **“Pengaruh pemahaman produk (*familiarity*) perbankan syariah terhadap keputusan nasabah menabung di iB Hasanah PT. Bank BNI Syariah Cabang Pontianak”** dapat diselesaikan dengan baik. Shalawat dan salam semoga selalu melekat dalam lisan kita kepada nabi Muhammad SAW yang menjadi penuntun akhlak ke agama yang benar dan mencerahkan yaitu agama Islam.

Peneliti mengucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak dan rekan yang sudah membantu baik secara moril maupun materil, khususnya kedua orang tua yang selama ini mendukung penuh peneliti selama menuntut ilmu di perguruan tinggi dan juga kepada civitas akademika Universitas Muhammadiyah Pontianak khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis serta rekan-rekan seperjuangan di Pimpinan Komisariat IMM Fakultas Ekonomi yang telah bersedia mendidik peneliti baik dalam ilmu akademik maupun non akademik.

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk dapat dilanjutkan ke tahap penelitian selanjutnya bagi civitas akademika baik itu mahasiswa maupun dosen dan menjadi salah satu syarat untuk menyusun skripsi guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak.

Dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan baik dalam hal substansi isi maupun tata cara penulisan. Oleh karena itu dengan senang hati peneliti menerima kritik dan saran dari pembaca agar dapat turut serta menyempurnakan skripsi ini. Semoga tulisan sederhana ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan insan perbankan syariah khususnya.

Pontianak, 10Oktober 2017

Peneliti,

(Fadhil Mahdi)  
NIM. 131310450

**Pengaruh Pemahaman Produk (*Familiarity*) Perbankan Syariah terhadap  
Keputusan Nasabah Menabung di iB Hasanah PT. Bank BNI Syariah  
Cabang Pontianak**

**Tanggung Jawab Yuridis Kepada:**

**Fadhil Mahdi  
NIM: 131310450**

**Program Studi Manajemen**

**Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat dan Lulus Dalam Ujian  
Skripsi/Komprehensif  
Pada Tanggal: 10 Oktober 2017**

**Majelis Penguji:**

Pembimbing Utama,

Penguji Utama,

**Samsuddin, SE, M.Si  
NIDN 1113117701**

**Devi Yasmin, SE, MM  
NIDN 000066701**

Pembimbing Pembantu,

Penguji Pembantu,

**Neni Triana. M, SE, MM  
NIDN 1009028104**

**Edy Suryadi, SE, MM  
NIDN 1110026301**

**Pontianak, 10 Oktober 2017  
Disahkan Oleh:  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONTIANAK  
DEKAN**

**Samsuddin, SE, M.Si  
NIDN 1113117701**

## DAFTAR ISI

|                         |      |
|-------------------------|------|
| Kata Pengantar .....    | i    |
| Lembar Pengesahan ..... | iii  |
| Daftar Isi.....         | iv   |
| Daftar Tabel .....      | vi   |
| Daftar Gambar.....      | viii |
| Daftar Lampiran .....   | ix   |

### **BAB I PENDAHULUAN**

|                               |    |
|-------------------------------|----|
| A. Latar Belakang .....       | 1  |
| B. Permasalahan.....          | 9  |
| C. Pembatasan Masalah .....   | 10 |
| D. Tujuan Penelitian.....     | 10 |
| E. Manfaat Penelitian.....    | 10 |
| F. Kerangka Pemikiran .....   | 11 |
| G. Metode Penelitian.....     | 14 |
| H. Teknik Analisis Data ..... | 18 |

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

|                                       |    |
|---------------------------------------|----|
| A. Prinsip Ekonomi Islam .....        | 23 |
| B. Bank Syariah .....                 | 25 |
| C. Pengetahuan/Pemahaman Produk ..... | 33 |
| D. Proses Keputusan Konsumen .....    | 36 |

### **BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

|   |    |
|---|----|
| A. Sejarah Pendirian Bank BNI Syariah ..... | 38 |
|---|----|

|   |    |
|---|----|
| B. Visi Misi Bank BNI Syariah .....           | 39 |
| C. Struktur Organisasi Bank BNI Syariah ..... | 40 |
| D. Sumber Daya Manusia Bank BNI Syariah.....  | 41 |
| E. Pemasaran Bank BNI Syariah .....           | 46 |
| F. Produk Bank BNI Syariah.....               | 47 |

#### **BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

|  |    |
|--|----|
| A. Karakteristik Responden .....         | 51 |
| B. Uji Instrumen.....                    | 53 |
| C. Uji Asumsi Klasik .....               | 57 |
| D. Regresi Linier Berganda.....          | 59 |
| E. Koefisien Korelasi (R).....           | 61 |
| F. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) ..... | 61 |
| G. Uji F.....                            | 62 |
| H. Uji t.....                            | 63 |

#### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

|                      |    |
|----------------------|----|
| A. Kesimpulan.....   | 65 |
| B. Saran.....        | 66 |
| Daftar Pustaka ..... | 68 |

## DAFTAR TABEL

|   |    |
|---|----|
| Tabel 1.1 Jumlah Bank Umum Syariah (BUS) dan Unit Usaha Syariah (UUS) di Kota Pontianak Tahun 2016 .....  | 5  |
| Tabel 1.2 Jumlah Nasabah Berdasarkan Jenis Penghimpunan Tahun 2014–2016 .....   | 7  |
| Tabel 1.3 Jumlah Nasabah Berdasarkan Jenis Tabungan Tahun 2014–2016 .....   | 8  |
| Tabel 1.4 Interpretasi Nilai r .....  | 22 |
| Tabel 3.1 Komposisi Sumber Daya Manusia PT. Bank BNI Syariah Cabang Pontianak .....   | 41 |
| Tabel 3.2 Biaya Tabungan iB Hasanah .....   | 48 |
| Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur, Jenis Kelamin, Agama, Pendidikan Terakhir, Pekerjaan, Pendapatan, dan Lama Menjadi Nasabah .....  | 51 |
| Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Instrumen <i>Objective Knowledge</i> ( $X_1$ ) .....  | 53 |
| Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Instrumen <i>Subjective Knowledge</i> ( $X_2$ ) .....   | 53 |
| Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Instrumen <i>Experience</i> ( $X_3$ ) .....   | 54 |
| Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Instrumen Keputusan Menjadi Nasabah dan Menabung ( $Y$ ) .....  | 55 |
| Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen <i>Objective Knowledge</i> ( $X_1$ ), <i>Subjective Knowledge</i> ( $X_2$ ), <i>Experience</i> ( $X_3$ ) dan Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Keputusan Menjadi Nasabah dan Menabung ..... | 56 |
| Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas .....  | 57 |

|   |    |
|---|----|
| Tabel 4.8 Hasil Uji Linieritas.....                     | 58 |
| Tabel 4.9 Hasil Persamaan Regresi Linier Berganda.....  | 59 |
| Tabel 4.10 Hasil Persamaan Koefisien Korelasi (R) ..... | 61 |
| Tabel 4.11 Hasil Uji Pengaruh Simultan (Uji F) .....    | 62 |
| Tabel 4.12 Hasil Uji Pengaruh Parsial (Uji t) .....     | 63 |



## **DAFTAR GAMBAR**

|  |    |
|--|----|
| Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran.....   | 13 |
| Gambar 2.1 Tingkat Kesulitan Konsumen dalam Mengambil Keputusan .....      | 34 |
| Gambar 3.1 Struktur Organisasi PT. Bank BNI Syariah Cabang Pontianak ..... | 40 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|   |    |
|---|----|
| Lampiran 1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....   | 71 |
| Lampiran 2 Lembar Kuisisioner .....   | 73 |
| Lampiran 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Hasil Kuisisioner .....  | 77 |
| Lampiran 4 Hasil Hitung Normalitas, Uji Linieritas, Uji Validitas, Reliabilitas dan<br>Regresi Berganda Menggunakan SPSS..... | 82 |
| Lampiran 5 Data Primer Jumlah Nasabah PT. Bank BNI Syariah Cabang<br>Pontianak.....   | 95 |

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Sejarah ekonomi Indonesia pernah mencatat krisis moneter nasional dimulai pada awal Juli Tahun 1997 hingga memuncak pada Tahun 1998. Krisis moneter sangat berdampak pada perekonomian nasional. Sektor keuangan sangat terpukul khususnya perbankan. Fauzi Ichsan, dalam diskusi Mewujudkan Ketahanan Finansial di Indonesia, Gedung Pascasarjana UGM, Jakarta Selatan, Sabtu (5/11/2016) mengatakan bahwa pada saat krisis moneter 1998, dana asing dicabut besar-besaran, bank-bank menutup layanan keuangannya dan terjadi pelemahan rupiah terhadap dolar Amerika Serikat (AS). Hal ini menjadi faktor banyaknya perusahaan yang bangkrut termasuk perbankan. Salah satu kelemahan utamanya adalah sistem perbankan nasional yang saat itu menggunakan sistem perbankan konvensional—menggunakan tingkat suku bunga sebagai acuan utama dalam operasional.

Sistem perbankan konvensional menggunakan konsep biaya (*cost concept*) untuk menghitung keuntungan. Bank konvensional menjanjikan bunga kepada penabung yang disebut sebagai biaya yang harus dibayar. Oleh karena itu untuk menutupi biaya tersebut bank konvensional harus menyalurkan tabungan nasabah dengan bunga yang lebih tinggi. Selisih antara keduanya disebut *spread*. *Spread* bisa bernilai positif dan negatif. Jika negatif maka bank konvensional terpaksa menutupnya dengan laba yang ditahan bahkan modal.

Di tengah–tengah konsep bank konvensional tersebut muncul konsep alternatif yang menawarkan konsep baru yang memiliki tujuan yang sama. Konsep ini sama–sama menguntungkan nasabah dan bank selaku lembaga penghimpun dan penyalur dana nasabah. Alternatif tersebut adalah perbankan syariah. Bank syariah menggunakan pendekatan *profit sharing* dalam produk tabungan. Setiap dana yang diterima dari nasabah akan disalurkan dalam pembiayaan. Keuntungan yang didapat dari pembiayaan tersebut dibagi dua, untuk bank dan untuk nasabah.

Sejak dilaksanakannya lokakarya bunga bank oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) 18-20 Agustus 1990 di Cisarua, Bogor, Jawa Barat yang hasil dari lokakarya tersebut dibahas lebih lanjut pada Musyawarah Nasional IV MUI di Jakarta, 22-25 Agustus 1990. Salah satu hasil amanat Musyawarah Nasional adalah membentuk kelompok kerja untuk mendirikan bank Islam di Indonesia. Hasil dari kelompok kerja ini adalah lahirnya Bank Muamalat Indonesia pada Tanggal 1 November 1991 sebagai bank berprinsip syariah pertama di Indonesia, sehingga masyarakat Indonesia saat ini memiliki pilihan dalam menggunakan jasa perbankan dalam menyalurkan dana berlebih bagi penabung dan yang kekurangan dana untuk pembiayaan bagi peminjam dalam skema dan akad syariah.

Sejatinya baik perbankan syariah maupun perbankan konvensional adalah sama–sama lembaga penghimpun dan penyalur dana masyarakat yang menjalankan fungsinya sebagai intermediasi antara pihak yang kelebihan dana dan pihak yang kekurangan dana. Hanya saja terdapat perbedaan fundamental pada

prinsip operasionalnya yang berbasis hukum positif pada bank konvensional dan hukum positif, al-quran dan as-sunnah pada bank syariah.

Di balik pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia, Achmad (2012, Kompas.com, 13 Agustus 2012), Sekretaris Jenderal Asosiasi Bank-bank Syariah di Indonesia menjelaskan bahwa ada tiga faktor penghambat yang sekaligus menjadi permasalahan besar perbankan syariah yaitu belum semua bank syariah menerapkan prinsip syariah yang sebenarnya, pemahaman mengenai produk berbasis syariah rendah (nasabah), dan sumber daya yang terbatas. Pemahaman produk perbankan syariah pada nasabah erat kaitannya dengan upaya promosi dan edukasi yang dilakukan oleh perbankan syariah itu sendiri.

Dalam menjalankan proses bisnisnya bank syariah harus melakukan upaya promosi agar target pasar yang merupakan calon nasabah terpengaruh perilaku membelinya sehingga memutuskan untuk menjadi nasabah. Tujuan akhir promosi adalah agar calon nasabah memahami secara seksama produk jasa yang ditawarkan oleh bank syariah. Setiap nasabah memiliki memori dalam ingatan yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian.

Upaya memberikan pemahaman produk (*familiarity*) kepada calon nasabah adalah salah satu tujuan utama *marketing* agar kesadaran produk tercipta dan dapat dijaga. Perbedaan prinsip produk antara bank syariah dan konvensional menuntut bank syariah dengan strategi sedemikian rupa dapat membuat nasabah memahami perbedaan prinsip antara bank syariah dan bank konvensional terutama pada mekanisme perjanjian produk dan jasa atau biasa disebut *akad* pada bank syariah dan ada tidaknya unsur riba di dalamnya.

Perbedaan yang paling mendasar antara bank konvensional dan bank syariah adalah ada tidaknya unsur riba dalam setiap transaksi yang terjadi. Secara bahasa riba adalah tambahan dan dalam pengertian lain riba juga berarti tumbuh dan membesar. Adapun menurut istilah teknis, riba berarti pengambilan tambahan dari harta pokok atau modal secara batil. Selain riba terdapat aspek-aspek lain yang harus diperhatikan dalam perbankan syariah dan menjadikannya berbeda dengan bank konvensional. Seperti tidak boleh terdapat ketidakpastian (*ghahar*) dan judi/untung-untungan (*maisyir*).

Menurut UU No.21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, Bank Umum Syariah (BUS) dan Unit Usaha Syariah (UUS), pada BAB I Pasal 8 disebutkan bahwa: “Bank Umum Syariah adalah Bank Syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dan lalu lintas pembayaran” dan pada Pasal 10 disebutkan bahwa UUS adalah: “Unit kerja dari kantor pusat Bank Umum Konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor atau unit yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan Prinsip Syariah, atau unit kerja di kantor cabang dari suatu bank yang berkedudukan di luar negeri yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor cabang pembantu syariah dan/ atau unit syariah”.

Perkembangan perbankan syariah di Kota Pontianak sebagai ibukota Provinsi Kalimantan Barat tampak meningkat. Secara statistik terdapat 10 perbankan syariah yang berada dan beroperasi di Kota Pontianak dengan status bank umum syariah dan unit usaha syariah sebagaimana Tabel 1.1 berikut ini.

**Tabel 1.1**  
**Otoritas Jasa Keuangan (OJK)**  
**Jumlah Bank Umum Syariah (BUS) dan Unit Usaha Syariah (UUS)**  
**di Kota Pontianak**  
**Tahun 2017**

| No | Bank Umum Syariah                            | Jenis              |
|----|--|--------------------|
| 1  | PT. Bank BNI Syariah                         | Bank Umum Syariah  |
| 2  | PT. Bank Muamalat Indonesia                  | Bank Umum Syariah  |
| 3  | PT. Bank Mega Syariah                        | Bank Umum Syariah  |
| 4  | PT. Bank BRI Syariah                         | Bank Umum Syariah  |
| 5  | PT. Bank Syariah Mandiri                     | Bank Umum Syariah  |
| 6  | PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah | Bank Umum Syariah  |
| 7  | PT. Bank Permata Syariah                     | Unit Usaha Syariah |
| 8  | PT. Bank Sinarmas Syariah                    | Unit Usaha Syariah |
| 9  | PT. Bank NISP Syariah                        | Unit Usaha Syariah |
| 10 | PT. Kalbar Syariah                           | Unit Usaha Syariah |

Sumber: Statistik Perbankan Syariah OJK per 2017 (data olahan)

Dari 10 bank umum syariah dan unit usaha syariah di atas, PT. Bank BNI Syariah adalah salah satu bank syariah umum yang resmi berpisah baik secara manajemen maupun badan hukum (*spin off*) dari PT. Bank Negara Indonesia 46, Tbk pada Tahun 2010. Diawali dengan pendirian unit usaha syariah (UUS) pada Tahun 2000 yang terdiri dari 5 kantor cabang (Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara dan Banjarmasin) dan berkembang menjadi 8 Kantor Cabang dan 31 Kantor Cabang Pembantu.

Pada Tahun 2010 melalui Surat Keputusan Gubernur Bank Indonesia Nomor 12/41/KEP.GBI/2010 Tanggal 21 Mei 2010 mengenai pemberian izin usaha kepada PT Bank BNI Syariah. Keputusan *spin off* juga dipengaruhi faktor

eksternal berupa terbitnya UU No.19 Tahun 2008 tentang Surat Berharga Syariah Negara (SBSN) dan UU No.21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.

Satu tahun terakhir (2016) telah ada 68 Kantor Cabang, 168 Kantor Cabang Pembantu, 17 Kantor Kas, 17 Kantor Fungsional, 23 Mobil Layanan Gerak, 24 *Payment Point*, >16.000 Mesin ATM BNI dan 1.490 *Sharia Channelling Outlet*. Satu tahun setelah *spin off* yaitu Tahun 2011 PT. Bank BNI Syariah Cabang Pontianak resmi didirikan dengan alamat di Jl. Ir. H Juanda No. 65-66 Pontianak yang kini (2017) pindah ke Jl. Ahmad Yani Pontianak (depan masjid raya mujahidin).

PT. Bank BNI Syariah Cabang Pontianak sudah melakukan upaya promosi dan edukasi khususnya tentang prinsip-prinsip perbankan syariah kepada calon nasabah. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan *Consumer Head Sales* PT. Bank BNI Syariah Cabang Pontianak, edukasi dilakukan dengan turun langsung ke calon nasabah seperti turun ke sekolah tingkat SMA. PT. Bank BNI Syariah Cabang Pontianak dengan program *BOD (Board on Director) Teaching* yang menjelaskan seputar perbankan syariah kepada pelajar sekolah menengah atas (SMA). Promosi juga dilakukan dengan cara memasang iklan di media cetak seperti buletin, *pamflet* dan brosur serta media elektronik seperti *website* resmi BNI Syariah Pusat.

Untuk melihat perkembangan jumlah nasabah PT. Bank BNI Syariah Cabang Pontianak tiga tahun terakhir yaitu periode 2014–2016 dapat dilihat pada Tabel 1.2 di bawah.



**Tabel 1.2**  
**PT. Bank BNI Syariah Cabang Pontianak**  
**Jumlah Nasabah Berdasarkan Jenis Penghimpunan**  
**Tahun 2014–2016**  
**(dalam rekening nasabah)**

| No | Jumlah Nasabah |                | Jenis Penghimpunan |      |          |
|----|----------------|----------------|--------------------|------|----------|
|    |                |                | Tabungan           | Giro | Deposito |
| 1  | 2014           | Perorangan     | 7.876              | 16   | 124      |
|    |                | Non-Perorangan | 70                 | 65   | 0        |
| 2  | 2015           | Perorangan     | 13.144             | 20   | 143      |
|    |                | Non-Perorangan | 85                 | 89   | 1        |
| 3  | 2016           | Perorangan     | 27.561             | 18   | 168      |
|    |                | Non-Perorangan | 107                | 125  | 1        |

Sumber: PT. Bank BNI Syariah Cabang Pontianak 2016 (data olahan)

Pada tabel di atas menunjukkan bahwa selama tiga tahun terakhir (2014-2016) jumlah nasabah pada semua jenis penghimpunan pada PT. Bank Syariah Cabang Pontianak terus mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Nasabah perorangan menurut jenis penghimpunan tabungan, giro dan deposito masing-masing mengalami peningkatan setiap tahunnya. Pada Tahun 2015 masing-masing mengalami kenaikan sebesar 66,89 % untuk tabungan, 25,00 % untuk giro dan 15,32 % untuk deposito. Pada tahun berikutnya (2016) jumlah nasabah perorangan tersebut juga mengalami kenaikan masing-masing sebesar 109,68 % untuk tabungan dan 17,48 % untuk deposito, kecuali giro yang mengalami penurunan sebesar 10,00 %.

Untuk melihat perkembangan jumlah nasabah selama tiga tahun terakhir (2014-2016) berdasarkan jenis produk tabungan dapat dilihat di Tabel 1.3 berikut ini.

**Tabel 1.3**  
**PT. Bank BNI Syariah Cabang Pontianak**  
**Jumlah Nasabah Berdasarkan Jenis Tabungan**  
**Tahun 2014–2016**  
**(dalam rekening nasabah)**

| No | Jumlah Nasabah |                | Jenis Tabungan |        |                 |                   |            |          |
|----|----------------|----------------|----------------|--------|-----------------|-------------------|------------|----------|
|    |                |                | iB Hasanah     | iB KTM | iB Haji Hasanah | iB Bisnis Hasanah | iB Tapenas | iB Tunas |
| 1  | 2014           | Perorangan     | 3.927          | 2.817  | 651             | 176               | 54         | 251      |
|    |                | Non-Perorangan | 61             | 0      | 0               | 9                 | 0          | 0        |
| 2  | 2015           | Perorangan     | 5.214          | 2.722  | 1.911           | 192               | 129        | 2.976    |
|    |                | Non-Perorangan | 73             | 0      | 0               | 12                | 0          | 0        |
| 3  | 2016           | Perorangan     | 6.760          | 2.669  | 2.360           | 239               | 112        | 15.421   |
|    |                | Non-Perorangan | 90             | 0      | 0               | 17                | 0          | 0        |

Sumber: PT. Bank BNI Syariah Cabang Pontianak 2016 (data olahan)

Pada tabel di atas dapat dilihat perkembangan jumlah nasabah berdasarkan jenis tabungan. Jika dilihat dari masing–masing produk, Tabungan iB Hasanah mengalami peningkatan 32,57 % pada Tahun 2015 dan kembali meningkat sebesar 27,86 % pada Tahun 2016. Tabungan iB KTM mengalami penurunan pada Tahun 2015 yaitu sebesar 3,37 % dan menurun kembali sebesar 1,94 % pada Tahun 2016. Pada tabungan iB Haji Hasanah naik sebesar 193 % pada Tahun 2015. iB Bisnis Hasanah juga mengalami kenaikan jumlah nasabah sebesar 10,27 % dan iB Tapenas 138 % pada Tahun 2015. Pada Tahun 2016 kembali terjadi peningkatan pada tiga jenis tabungan di atas kecuali iB Tapenas dengan masing–masing sebesar 23,49 % pada iB Haji Hasanah, 25,49 % pada iB Bisnis Hasanah dan penurunan sebesar 13,17 % pada iB Tapenas. Peningkatan yang cukup

signifikan terjadi pada produk tabungan iB Tunas yaitu sebesar 1.086 %, meningkat 10 kali lipat pada Tahun 2015 dan kembali meningkat 5 kali lipat sebesar 418 % pada Tahun 2016.

Berdasarkan data dan fakta yang sudah peneliti paparkan dapat dilihat bahwa perkembangan perbankan syariah saat ini sedang mengalami kenaikan. Seperti yang terjadi di PT. Bank BNI Syariah yang dalam waktu 6 tahun sejak Tahun 2010 setelah *spin off* dengan PT. Bank Negara Indonesia 46, mampu bertahan dan berkembang.

Terlihat juga pada Tabel 1.2 bahwa jenis penghimpunan dana yang paling banyak diminati nasabah adalah jenis penghimpunan berupa tabungan yaitu pada Tahun 2016 mengalami kenaikan menjadi dua kali lipat dari periode sebelumnya. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti jenis penghimpunan tabungan dari salah satu jenis produk tabungan PT. Bank BNI Syariah Cabang Pontianak yaitu iB Hasanah karena iB Hasanah adalah jenis tabungan yang paling banyak digunakan oleh nasabah dan menjadi tabungan umum. Selain itu, iB Hasanah juga menggunakan dua akad yang paling sering digunakan yaitu akad *wadi'ah* dan *mudharabah*.

Selanjutnya peneliti tertarik untuk meneliti pengaruh pemahaman nasabah akan produk iB Hasanah terhadap keputusannya menjadi nasabah dengan judul “Pengaruh pemahaman produk (*familiarity*) perbankan syariah terhadap keputusan nasabah menabung di iB Hasanah PT. Bank BNI Syariah Cabang Pontianak”.

## **B. Permasalahan**

Dari penjelasan latar belakang di atas peneliti merumuskan bahwa permasalahan yang menjadi objek penelitian adalah seberapa besar pengaruh tingkat pemahaman produk (*familiarity*) bank syariah terhadap keputusan nasabah menabung di iB Hasanah PT. Bank BNI Syariah Cabang Pontianak.

### **C. Pembatasan Masalah**

Agar penelitian ini dapat tepat sasaran dan terarah maka peneliti membatasi masalah yang menjadi objek penelitian dalam hal variabel yang digunakan yaitu pemahaman produk (*familiarity*) yang terdiri dari *objective knowledge* (informasi detail mengenai ingatan nasabah terhadap produk bank syariah), *subjective knowledge* (tentang persepsi nasabah yang meliputi apa dan seberapa banyak mengetahui dan memahami produk bank syariah), dan *experience* (pengalaman nasabah selama menggunakan produk bank syariah) dan variabel keputusan menabung di Tabungan iB Hasanah PT. Bank BNI Syariah Cabang Pontianak yang terdiri dari identifikasi kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan menabung, dan perilaku pasca menabung.

### **D. Tujuan Penelitian**

Maksud dan tujuan penulisan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pemahaman produk bank syariah (*familiarity*) terhadap keputusan nasabah menabung di iB Hasanah PT. Bank BNI Syariah Cabang Pontianak.

### **E. Manfaat penelitian**

#### **1. Bagi Bank Syariah**

Peneliti berusaha memberikan masukan ilmiah yang relevan kepada PT.- Bank BNI Syariah Cabang Pontianak khususnya pada hasil kajian mengenai

pengaruh pemahaman produk (*familiarity*) perbankan syariah terhadap keputusan nasabah menabung di produk iB Hasanah PT. Bank BNI Syariah Cabang Pontianak. Hasil ilmiah tersebut dapat digunakan oleh bank sebagai bahan pertimbangan mengambil kebijakan pemasaran.

## **2. Bagi Penulis**

Dari penelitian ini peneliti belajar mengimplementasikan teori yang selama ini didapatkan di perkuliahan khususnya Mata Kuliah Perbankan Syariah dan juga sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak.

## **3. Bagi Almamater**

Peneliti berharap penelitian mengenai pengaruh pemahaman produk (*familiarity*) perbankan syariah terhadap keputusan nasabah menabung di iB Hasanah PT. Bank BNI Syariah Cabang Pontianak ini dapat dijadikan referensi ilmiah bagi perkembangan khasanah ilmu pengetahuan bagi civitas akademika khususnya dalam bidang pemasaran.

## **F. Kerangka Pemikiran**

Kegiatan pemasaran bertujuan untuk mempengaruhi calon nasabah untuk segera mengambil keputusan untuk menjadi nasabah dan menabung sesuai produk tabungan yang ditawarkan. Di samping itu saat ini konsumen memiliki banyak pengaruh atau referensi yang mereka jadikan pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian. Pengaruh tersebut dapat datang dari internal maupun eksternal.

Ingatan atau memori setiap nasabah memiliki peran dalam pengambilan keputusan. Solomon (2009: 130) mengatakan: “*The way we encode, or mentally program, information help to determine how we will represent it in memory*”. Artinya semua informasi dan pengetahuan yang sudah ada akan membantu bagaimana konsumen mengartikan dan menyambungkan dengan memori yang sudah ada.

*Familiarity* meliputi beberapa faktor sebagaimana yang dikemukakan oleh Jiang dan Rosenbloom (2013: 379): “*This study begins to fill that gap by providing insight into the relative importance of objective knowledge, subjective knowledge, and direct experience....credence products in simple or complex decision-making contexts*”. Artinya penelitian yang dilakukan menemukan hasil bahwa terdapat pengaruh terhadap keputusan konsumen dari tiga variabel dalam *familiarity: objective knowledge, subjective knowledge, dan experience*, di mana *objective knowledge* adalah informasi detail mengenai ingatan konsumen terhadap produk atau jasa. *Subjective knowledge* adalah Informasi tentang persepsi konsumen yang meliputi apa dan seberapa banyak mengetahui dan memahami produk dan *experience* adalah pengalaman konsumen selama menggunakan produk.

Pengaruh dari tingkat pemahaman (*familiarity*) memiliki hubungan sebab-akibat terhadap keputusan konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2009: 184-190) bahwa terdapat lima (5) langkah dalam proses pengambilan keputusan yaitu:

#### 1. **Pengenalan Masalah**

Proses pembelian dimulai ketika pembeli menyadari suatu masalah atau kebutuhan yang dipicu oleh rangsangan internal atau eksternal. Dengan rangsangan internal, salah satu dari kebutuhan normal seseorang....naik ke

tingkat maksimum dan menjadi dorongan; atau kebutuhan bisa timbul akibat rangsangan eksternal.

2. **Pencarian Informasi**

Sumber informasi utama di mana konsumen dibagi menjadi empat kelompok:

- a. Pribadi: keluarga, teman, tetangga, rekan.
- b. Komersial: iklan, situs web, penyalur, kemasan, tampilan.
- c. Publik: media massa, organisasi pemeringkat konsumen.
- d. Eksperimental: penanganan, pemeriksaan, penggunaan produk.

3. **Evaluasi Alternatif**

Beberapa konsep dasar akan membantu kita memahami proses evaluasi: Pertama, konsumen berusaha memuaskan sebuah kebutuhan. Kedua, konsumen mencari manfaat tertentu dari solusi produk. Ketiga, konsumen melihat masing-masing produk sebagai sekelompok atribut dengan berbagai kemampuan untuk menghantarkan manfaat yang diperlukan untuk memuaskan kebutuhan ini.

4. **Keputusan Pembelian**

Konsumen sering mengambil “jalan pintas mental” dengan menggunakan aturan (*heuristik*) pilihan yang sederhana. *Heuristik* adalah aturan sederhana atau jalan pintas mental dalam proses keputusan.

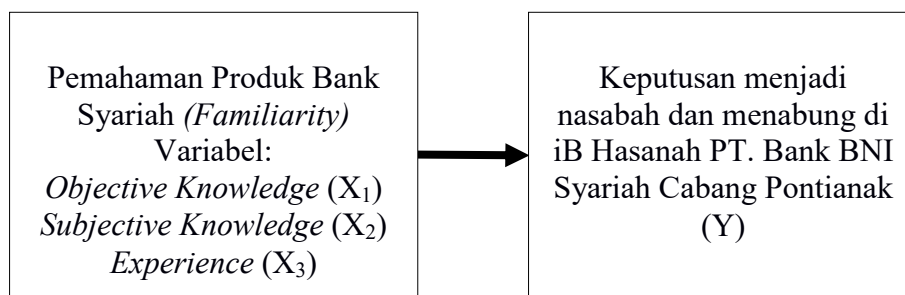
5. **Perilaku Pasca Pembelian**

Jika konsumen puas, ia mungkin ingin membeli produk itu kembali. Pelanggan yang puas juga cenderung mengatakan hal-hal baik tentang merk kepada orang lain. Di pihak lain, konsumen yang kecewa mungkin akan mengembalikan produk....Tindakan pribadi mencakup keputusan untuk berhenti membeli produk (opsi keluar) atau memperingatkan teman (opsi suara).

Peneliti melihat keterkaitan antara *familiarity* dan keputusan nasabah sebagaimana yang telah dijelaskan di atas. Berdasarkan sintesa di atas, kerangka pemikiran dalam penelitian ini dirangkum dalam Gambar 1.1 di bawah ini.

**Gambar 1.1**

**Kerangka Pemikiran**



Peneliti menggunakan dua variabel dalam penelitian yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Menurut Sugiyono (2010: 59): “Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya”. Oleh karena itu dalam penelitian ini peneliti memilih pemahaman tentang produk bank syariah (*familiarity*) sebagai variabel bebas yang terdiri dari *Objective Knowledge* ( $X_1$ ), *Subjective Knowledge* ( $X_2$ ), dan *Experience* ( $X_3$ ).

Sugiyono (2010: 59) juga mengatakan bahwa: “Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas”. Dalam hal ini peneliti menetapkan keputusan nasabah menabung di iB Hasanah sebagai variabel terikat yang diberi tanda (Y).

## **G. Metode Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2010: 17): “Penelitian kuantitatif dalam melihat hubungan variabel terhadap obyek yang diteliti lebih bersifat sebab dan akibat (kausal), sehingga dalam penelitiannya ada variabel independen dan dependen”. Dengan bentuk penelitian ini, peneliti bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara hubungan dua variabel atau lebih dengan pendekatan generalisasi dengan sampel yang representatif agar didapat hasil yang akurat.

Peneliti menggunakan pendekatan rumusan masalah penelitian asosiatif dengan hubungan kausal. Sugiyono (2010: 55) mengatakan bahwa: “Rumusan masalah asosiatif adalah suatu pertanyaan penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih”. Sugiyono (2010: 56)



juga mengatakan bahwa: “Hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat”. Sehingga peneliti ingin mengetahui hubungan sebab akibat antara tingkat pemahaman produk perbankan syariah dengan keputusan nasabah untuk menabung di iB Hasanah PT. Bank Syariah Cabang Pontianak.

## **2. Teknik Pengumpulan Data**

### **a. Data Primer**

Menurut Sugiyono (2010: 193) data primer adalah: “Sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data”. Oleh karena itu peneliti menggunakan tiga cara sebagai berikut:

#### **1) Pengamatan/Observasi**

Sugiyono (2010: 172) mengatakan bahwa observasi: “Digunakan bila obyek penelitian bersifat perilaku manusia, proses kerja”. Pengamatan Dalam hal ini peneliti turun langsung ke lokasi penelitian, kantor PT. BNI Syariah Cabang Pontianak khususnya mengamati proses menjadi nasabah dan menabung.

#### **2) Wawancara**

Menurut Sugiyono (2010: 172) wawancara: “Digunakan bila ingin mengetahui hal-hal dari responden secara lebih mendalam serta jumlah responden sedikit”. Peneliti secara langsung mengajukan pertanyaan kepada manajemen bank untuk mendapatkan informasi yang valid dan relevan dengan permasalahan yang sedang diteliti. Wawancara yang dilakukan seputar strategi pemasaran PT. Bank BNI Syariah Cabang Pontianak dalam upaya memberikan edukasi dan

pemahaman kepada nasabah tentang produk perbankan syariah. Peneliti mewawancarai Kepala Bagian Pemasaran yang memiliki tugas pokok dan fungsi di bidang yang relevan terhadap permasalahan yang diteliti.

### **3) Kuisisioner**

Menurut Sugiyono (2010: 172): “Kuisisioner digunakan bila ingin mendapatkan data yang lengkap, akurat dan konsisten”. Peneliti membuat daftar pernyataan yang relevan terhadap permasalahan yang diteliti yang ditujukan kepada nasabah mengenai pemahaman informasi produk (*familiarity*) perbankan syariah dan keputusan menjadi nasabah di PT. Bank BNI Syariah Cabang Pontianak.

#### **b. Data Sekunder**

Menurut Sugiyono (2010: 193): “Data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data”. Dalam penelitian ini data sekunder peneliti dapatkan dari PT. Bank BNI Syariah Cabang Pontianak berupa jumlah nasabah berdasarkan jenis penghimpunan dan jenis produk tabungan selama tiga tahun terakhir.

### **3. Populasi dan Sampel**

#### **a. Populasi**

Menurut Greener dan Martelli (2015: 62) populasi adalah “*The full universe of people or things from which the sample is selected*”. Populasi adalah keseluruhan wilayah termasuk orang dan barang atau benda yang terdiri dari sampel-sampel.

Berdasarkan pendapat di atas maka peneliti menetapkan seluruh rekening nasabah PT. Bank BNI Syariah Cabang Pontianak yang menabung di produk iB Hasanah sebanyak 6.760 nasabah perorangan (menurut data 2016) sebagai populasi penelitian.

#### **b. Sampel**

Menurut Greener dan Martelli (2015: 61) sampel adalah: “*The section of the population chosen for study*”. Sampel adalah bagian dari populasi yang dipilih untuk diteliti. Selanjutnya peneliti menggunakan teknik *accidental sampling*, menurut Sugiyono (2010: 122) *accidental sampling* adalah: “Teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data”. Oleh karena itu peneliti menemui calon responden di kantor Bank BNI Syariah Cabang Pontianak saat jam kerja berlangsung.

Salah satu rumus yang bisa digunakan untuk menghitung jumlah sampel adalah rumus Slovin yang dapat dilihat perhitungannya sebagai berikut:

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

Keterangan:

n : Ukuran Sampel

N : Populasi (6.760)

e : Tingkat Kesalahan (10%)

Jika dimasukkan ke dalam perhitungan rumus di atas maka:

$$n = \frac{6.760}{1 + 6.760(0,1)^2}$$

$$n = \frac{6.760}{68,6}$$

$$n = 98,54$$

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh sampel minimal sebanyak 98 orang. Peneliti memutuskan untuk mengambil 100 orang sebagai sampel.

#### 4. Teknik Analisis Data

##### a. Uji Instrumen penelitian

##### 1) Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2010: 172): “Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur”. Uji validitas bertujuan untuk mengukur sejauh mana ketepatan dan kecermatan sebuah alat ukur. Ukuran valid adalah ketika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel. Jika  $r$  hitung  $\leq$  dengan  $r$  tabel maka dapat dikatakan tidak valid.

Menurut Umar (2014: 131) validitas dapat dicari dengan menggunakan rumus *product moment* berikut ini.

$$r = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{(n \sum x^2 - (\sum x)^2)(n \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan:

X : Nilai pembanding

Y : Nilai instrument yang akan dicara validitasnya

n : Jumlah responden

## 2) Uji Reliabilitas

Peneliti juga menggunakan uji reliabilitas sebagaimana pendapat Sugiyono (2010: 172) bahwa: “Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama”. Peneliti melakukan uji ini dengan tujuan untuk memastikan bahwa hasil pengukuran dapat konsisten dan tidak berubah jika digunakan untuk pengukuran kembali. Instrumen dikatakan reliabel jika nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dan sebaliknya. Peneliti menggunakan tes konsistensi internal (inter-item) dengan cara mencari nilai *Cronbach Alpha*. Menurut Usman dan Akbar (2014: 290) “*Cronbach Alpha* dapat digunakan untuk menguji reliabilitas instrumen skala *Likert* (1 sampai 5)”. Rumus *Cronbach Alpha* adalah sebagai berikut:

$$\alpha = \left( \frac{k}{(k-1)} \right) \left( 1 - \frac{\sum S^2_i}{S^2} \right)$$

Keterangan:

k : Jumlah instrument pertanyaan

S : Varians instrumen

## b. Uji Asumsi Klasik

### 1) Uji Normalitas

Usman dan Akbar (2014: 109) mengatakan bahwa: “Pengujian normalitas data digunakan untuk menguji apakah data kontinu berdistribusi normal sehingga analisis dengan validitas, reliabilitas, uji t,

korelasi, regresi dapat dilaksanakan”. Data terdistribusi normal apabila signifikansi berada lebih besar dari tingkat signifikansi sebesar 5 % atau 0,05.

## 2) Uji Linieritas

Menurut Siregar (2013: 178) mengatakan bahwa: “Uji linieritas adalah untuk mengetahui apakah antara variabel tak bebas (Y) dan variabel bebas (X) mempunyai hubungan linier”.

Terdapat dua langkah prosedur dalam uji linieritas. Pertama, membuat hipotesis dengan ketentuan sebagai berikut:

Ho : Data kelompok A dengan kelompok B tidak berpola linier

Ha : Data kelompok A dengan kelompok B berpola linier.

Kedua, menentukan risiko kesalahan, pada tahap ini kita menentukan seberapa besar peluang membuat risiko kesalahan dalam mengambil keputusan menolak hipotesis yang benar atau biasa disebut dengan taraf signifikan.

R

b) Menghitung jumlah kuadrat regresi:  $JK_{Reg [a]} = \frac{(\sum Y)^2}{n}$

h) Menghitung jumlah kuadrat regresi:

$$JK_{Reg [b|a]} = b \left\{ \sum XY - \frac{\sum X \sum Y}{n} \right\}$$

j) Menghitung jumlah kuadrat residu:  $JK_{Res} = \sum Y^2 - JK_{Reg [b|a]} - JK_{Reg [a]}$

d) Menghitung rata-rata jumlah kuadrat regresi:  $RJK_{Reg [a]} = \frac{JK_{Reg [a]}}{[a]}$

Menghitung rata-rata jumlah kuadrat regresi:  $RJK_{Reg [b|a]} = \frac{JK_{Reg [b|a]}}{[b|a]}$

anual uji linieritas adalah sebagai berikut:

- f) Menghitung rata-rata jumlah kuadrat residu:  $RJK_{Res} = \frac{JK_{Res}}{n-2}$   
 Menghitung jumlah kuadrat error:  $JK_E = \sum_k \left\{ \sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{n} \right\}$
- h) Menghitung jumlah kuadrat tuna cocok:  $JK_{TC} - JK_E$
- i) Menghitung rata-rata jumlah kuadrat tuna cocok:  $RJK_{TC} = \frac{JK_{TC}}{k-2}$
- j) Menghitung rata-rata jumlah kuadrat error:  $RJK_E = \frac{JK_E}{n-k}$
- k) Mencari nilai  $F_{hitung} = \frac{RJK_{TC}}{RJK_E}$

### c. Analisis Regresi Linier Berganda

Peneliti menggunakan regresi linier berganda untuk mencari hubungan antar variabel. Regresi linier berganda menurut Sugiyono (2010: 277): “Analisis regresi ganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan...variabel dependen...bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor”. Model matematis ini dapat memberikan gambaran pola hubungan antara dua atau lebih variabel termasuk pola hubungan asosiatif yang menunjukkan sebab akibat antara variabel bebas dan variabel terikat. Berikut persamaan regresi linier berganda yang digunakan:

$$Y = a_0 + a_1X_1 + a_2X_2 + a_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y : Keputusan menjadi nasabah

X<sub>1</sub> : *Objective Knowledge*

$X_2$  : *Subjective Knowledge*

$X_3$  : *Experience*

$a_0$  : Konstanta Regresi

$a_1$  : Koefisien regresi  $X_1$

$a_2$  : Koefisien regresi  $X_2$

$a_3$  : Koefisien regresi  $X_3$

$e$  : *error*

#### d. Koefisien Korelasi (R)

Menurut Sugiyono (2010: 250) koefisien korelasi adalah nilai R berkisar 0 sampai 1, semakin mendekati 1 maka semakin kuat korelasi variabel bebas terhadap variabel terikat, begitu juga sebaliknya. Menurut Umar (2014: 131). Setelah didapat hasil hitung maka dapat diinterpretasikan menggunakan tabel berikut ini.

**Tabel 1.4**  
**Interpretasi Nilai r**

| Nilai      | Keterangan    |
|------------|---------------|
| 0,00-0,199 | Sangat Rendah |
| 0,20-0,399 | Rendah        |
| 0,40-0,599 | Sedang        |
| 0,60-0,799 | Kuat          |
| 0,80-1,000 | Sangat Kuat   |

Sumber: Sugiyono (2010: 250)

#### e. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi dan besaran pengaruh variabel X terhadap variasi naik turunnya



variabel Y. Untuk mencari koefisien Determinasi ( $R^2$ ) dapat menggunakan rumus berikut ini:

$$R^2 = \frac{\sum(Y_i - \hat{Y})^2 - \sum(Y_i - \bar{Y})^2}{\sum(Y_i - \bar{Y})^2}$$

Keterangan:

$\bar{Y}$  : Rata-rata variabel Y

$\hat{Y}$  : Nilai Y dari persamaan regresi

$R^2$  : Koefisien determinasi

#### f. Uji Pengaruh Simultan (Uji F)

Menurut Usman dan Akbar (2014: 314) bahwa: “Kurva distribusi F ditentukan oleh sepasang derajat-bebas yang berasal dari derajat-bebas dalam numerator dan yang kedua derajat-bebas berasal dari denominatornya”. Artinya uji F digunakan untuk menguji dan menunjukkan apakah seluruh variabel X penelitian memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel Y. Peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

$H_0$  : *Objective knowledge, Subjective Knowledge, Experience* secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di iB Hasanah PT. Bank BNI Syariah Cabang Pontianak.

$H_a$  : *Objective knowledge, Subjective Knowledge, Experience* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di iB Hasanah PT. Bank BNI Syariah Cabang Pontianak.

Hipotesis di atas dapat diterima dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima. Yaitu masing–masing variabel X secara simultan atau bersama–sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y.
- 2) Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_a$  ditolak  $H_0$  diterima. Yaitu masing-masing variabel X secara simultan atau bersama–sama tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y.

**g. Uji Pengaruh Parsial (Uji t)**

Menurut Usman dan Akbar (2014: 145): “Uji t digunakan untuk mengetahui ada atau tidak adanya perbedaan (kesamaan) dua kelompok data”. Artinya uji t digunakan untuk melihat pengaruh suatu variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Kriteria uji t yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan taraf signifikansi 5% dan distribusi  $t$  dengan derajat kebebasan ( $n$ ).

Berdasarkan uraian di atas maka hipotesis yang dikemukakan adalah sebagai berikut:

**1) Menguji Pengaruh Parsial *Objective Knowledge* Terhadap Keputusan Nasabah Menabung**

$H_0$  : Tidak terdapat pengaruh signifikan *objective knowledge* terhadap keputusan nasabah menabung di iB Hasanah PT. Bank BNI Syariah Cabang Pontianak.

$H_1$  : Terdapat pengaruh signifikan *objective knowledge* terhadap

keputusan nasabah menabung di iB Hasanah PT. Bank BNI Syariah Cabang Pontianak.

**2) Menguji Pengaruh Parsial *Subjective Knowledge* Terhadap Keputusan Nasabah Menabung**

H<sub>0</sub> Tidak terdapat pengaruh signifikan *subjective knowledge* terhadap keputusan nasabah menabung di iB Hasanah PT. Bank BNI Syariah Cabang Pontianak.

H<sub>2</sub> : Terdapat pengaruh signifikan *subjective knowledge* terhadap keputusan nasabah menabung di iB Hasanah PT. Bank BNI Syariah Cabang Pontianak.

**3) Menguji Pengaruh Parsial *Experience* Terhadap Keputusan Nasabah Menabung**

H<sub>0</sub> Tidak terdapat pengaruh signifikan *experience* terhadap keputusan nasabah menabung di iB Hasanah PT. Bank BNI Syariah Cabang Pontianak.

H<sub>3</sub> : Terdapat pengaruh signifikan *experience* terhadap keputusan nasabah menabung di iB Hasanah PT. Bank BNI Syariah Cabang Pontianak.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang sudah peneliti paparkan pada bab sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Jumlah responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang dengan karakteristik: sebanyak 78 % responden berumur 14-30 tahun yang didominasi oleh perempuan sebesar 52 %. Sebanyak 98 % responden beragama Islam. Dilihat dari latar belakang pendidikan, mayoritas responden lulusan setingkat SMP/Sederajat sebesar 42 %. Pekerjaan responden didominasi oleh Pelajar sebanyak 46 % dengan mayoritas pendapatan sebesar <Rp. 1.000.000,00 perbulan. Sebagian besar responden baru menjadi nasabah kurang dari 1 tahun (<1 tahun) yaitu sebanyak 68 %.
2. Terdapat 5 poin kesimpulan berdasarkan hasil regresi linier berganda:
  - a. Persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:  $Y = 1,034 + 0,263 X_1 + 0,244 X_2 + 0,220 X_3$ .
  - b. Nilai koefisien korelasi (R) adalah sebesar 0,719. Angka ini termasuk kategori kuat karena berada pada rentang 0,60-0,799.
  - c. Hasil koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan bahwa  $R^2$  sebesar 0,518 yang sama dengan 51,8 %. Angka tersebut berarti sebesar 51,8 % keputusan nasabah menabung di iB Hasanah dapat dijelaskan dengan

menggunakan variabel  $X_1$  (*objective knowledge*),  $X_2$  (*subjective knowledge*), dan  $X_3$  (*experience*). Sedangkan sisanya, yaitu 48,2 % dipengaruhi oleh faktor lain di luar model regresi berganda ini.

- d. Hasil uji F menunjukkan bahwa F hitung lebih besar daripada F tabel ( $31,995 > 2,699$ ) yang artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yaitu masing-masing variabel  $X$  (*familiarity*) secara simultan atau bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel  $Y$  (keputusan nasabah menabung di iB Hasanah PT. Bank BNI Syariah Cabang Pontianak).
- e. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel  $X_1$  (*objective knowledge*),  $X_2$  (*subjective knowledge*), dan  $X_3$  (*experience*) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah menabung di iB Hasanah PT. BNI Syariah Cabang Pontianak.

## **B. Saran**

Berdasarkan pembahasan yang mendalam dan terbagi ke dalam beberapa bab, peneliti saran ilmiah khususnya dalam bidang pemasaran. Peneliti menyarankan agar PT. Bank BNI Syariah Cabang Pontianak dapat mempertahankan dan meningkatkan pemahaman objektif (*objective knowledge*) nasabah terhadap produk perbankan syariah dengan cara mengedukasi nasabah secara rutin, baik itu nasabah lama maupun nasabah baru perihal pengetahuan perbankan syariah seputar ekonomi Islam, prinsip bank syariah, prinsip titipan dan

simpanan, prinsip bagi hasil, akad syariah dan perbedaan fundamental antara tabungan di bank syariah dengan tabungan di bank konvensional.

## DAFTAR PUSTAKA

*Annual Report Bank BNI Syariah 2016*, 2016, dalam <http://www.bnisyariah.co.id/>, diakses pada Februari 2017

Antonio, Muhammad Syafii, (2012). *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktek*. Jakarta: Gema Insani.

Greener, Sue and Joe Martelli. (2015). *An introduction to Business Research Methods 2 nd edition, e-book, bookboon.com*.

*Harian Detik Finance: Banyak Bank Tutup Akibat Krisis 1998 Jadi Alasan Dibentuknya LPS*, 2016, dalam <https://finance.detik.com/moneter/3338307/banyak-bank-tutup-akibat-krisis-1998-jadi-alasan-dibentuknya-lps>, diakses pada November 2017.

*Harian Kompas: Tiga Masalah Terbesar di Bank Syariah*, 2012, dalam <http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2012/08/13/15282835/Tiga.Masalah.Terbesar.di.Bank.Syariah>, diakses pada Desember 2017.

Jiang, Pingjun and Bert Rosenbloom. (2013). *Consumer Knowledge and External Pre-Purchase Information Search: A Meta-Analysis of the Evidence*. Emerald Group Publishing. *Jurnal Consumer Behavior*, Volume 15, 353-386.

Kotler, P., and Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi-13, Jilid 1, terj. Bob Sabran*, Jakarta: Erlangga.

Manan, Abdul. (2012). *Hukum Ekonomi Syariah: Dalam Perspektif Kewenangan Peradilan Agama, Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- Nitisusatro, Mulyadi. (2011). *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*, Bandung: Alfabeta.
- Suharjo, Bambang. (2013). *Statistika Terapan: Disertai Contoh Aplikasi SPSS*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Riba Jahiliah*, 2016, dalam <http://muslim.or.id/574-riba-jahiliah.html>, diakses pada Januari 2017.
- Riba Jahiliah*, 2016. dalam <http://www.ekonomisyariah.org/sejarah>, diakses pada Januari 2017.
- Rivai, Veithzal; Andi Buchari. (2009). *Islamic Economics: Ekonomi Syariah Bukan Opsi, Tetapi Solusi*. Jakarta: Bumi ASuharjoksara.
- ProfilPerusahaan, 2017*, dalam <http://www.bnisyariah.co.id/profile-perusahaan>, diakses pada Februari 2017.
- Sugiyono. (2010). *Metode penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sofyan, M. I., dan Rohman, F. (2011). *Pengaruh Familiarity dan Usability terhadap Customer Satisfaction serta Customer Loyalty pada Pengguna Facebook (Studi pada Masyarakat Kota Malang)*. Jurnal Aplikasi Manajemen, 9(1), 47-56.
- Solomon, M., Russell-Bennett, R., and Previte, J. (2009). *Consumer Behaviour*. Pearson Higher Education AU.
- Siregar, Syofian. (2013). *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara
- Usman, Husaini., Purnomo Setiady Akbar. (2014). *Pengantar Statistika Edisi Kedua*. Jakarta: Bumi Aksara.



Umar, Husein. (2014). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 2*. Jakarta: Rajawali Press.

## Lampiran 1: Definisi Operasional

**VARIABEL PENELITIAN DAN DEFINISI OPERASIONAL**

| <b>Variabel Penelitian</b>   | <b>Definisi Operasional</b>   | <b>Indikator</b>   |
|--|---|--|
| <i>Objective Knowledge</i><br>(X <sub>1</sub> )  | Informasi detail mengenai ingatan nasabah terhadap produk bank syariah  | Paham tentang atribut (akad) produk tabungan bank syariah<br>Paham prinsip bank syariah  |
| <i>Subjective Knowledge</i><br>(X <sub>2</sub> )   | Informasi tentang persepsi nasabah yang meliputi apa dan seberapa banyak mengetahui dan memahami produk bank syariah                | Percaya diri ketika menabung dan menjadi nasabah<br><i>Word of mouth communication</i><br>Latar belakang agama   |
| <i>Experience</i> (X <sub>3</sub> )  | pengalaman nasabah selama menggunakan produk bank syariah   | Durasi menjadi nasabah<br>Pengalaman negatif / positif<br><i>Reduce search activity</i>  |
| Keputusan menjadi nasabah dan menabung di iB Hasanah PT. Bank BNI Syariah Cabang Pontianak (Y) | Dimulai dari pengenalan atau identifikasi masalah, mengevaluasi, mengambil keputusan menjadi nasabah, dan perilaku pasca pembelian. | Pengamatan dan membandingkan<br>Mencari informasi (internal dan eksternal)<br>Evaluasi (sesuai syariah)<br>Menjadi nasabah dan menabung<br>Tanggapan setelah menabung dan terus melanjutkan. |

## Lampiran 2: Lembar Kuisisioner

**KUISIONER PENELITIAN SKRIPSI****A. Identitas Peneliti**

Nama : Fadhil Mahdi  
 NIM : 131310450  
 Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/Manajemen  
 Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Pontianak  
 No HP : 0857 8723 8628

**B. Identitas Responden**

Nama : .....  
 Umur : .....  
 Jenis Kelamin : L/P  
 Agama : .....  
 Alamat Sekarang : .....  
 Pendidikan Terakhir : .....  
 Pekerjaan : .....  
 Nomor HP : .....  
 Pendapatan : (Pilih Salah Satu)  
 < Rp. 1.000.000  
 Rp. 1.000.001 – Rp. 2.000.000  
 Rp. 2.000.001 – Rp. 5.000.000  
 > Rp. 5.000.000  
  
 Lama menjadi nasabah : (Pilih Salah Satu)  
 0 – 1 Tahun  
 2 – 3 Tahun  
 4 – 5 Tahun

**Nb: Identitas Responden Tidak Akan Dipublikasikan**

### C. Petunjuk Pengisian

Berikan tanda silang (X) pada pernyataan yang Anda anggap paling sesuai pada kolom yang tersedia:

#### Keterangan:

Sangat Tidak Setuju : STS

Tidak Setuju : TS

Netral : N

Setuju : S

Sangat Setuju : SS

#### Contoh:

| <i>No</i> | <i>Pernyataan</i>                                       | <i>Jawaban</i> |           |          |          |           |
|-----------|---|----------------|-----------|----------|----------|-----------|
|           |   | <i>STS</i>     | <i>TS</i> | <i>N</i> | <i>S</i> | <i>SS</i> |
| <i>1</i>  | <i>Saya mengerti tentang sistem Nisbah (bagi hasil)</i> |                |           |          | <i>X</i> |           |
| <i>2</i>  | <i>Saya juga mengerti tentang akad Wadiah</i>           |                | <i>X</i>  |          |          |           |

#### D. Daftar Pernyataan

| <i>Objective Knowledge (X<sub>1</sub>)</i> |  |         |    |   |   |    |
|--|--|---------|----|---|---|----|
| No   | Pernyataan   | Jawaban |    |   |   |    |
|  |  | STS     | TS | N | S | SS |
| 1  | Sebagai nasabah Bank BNI Syariah, saya mengerti tentang sistem <b>Nisbah</b> (bagi hasil) yang digunakan dalam produk tabungan iB Hasanah. |         |    |   |   |    |
| 2  | Saya juga mengerti tentang akad <b>Wadiah</b> atau <b>Mudharabah</b> yang biasa digunakan dalam produk tabungan iB Hasanah                 |         |    |   |   |    |
| 3  | Saya memahami pengertian <b>Riba</b> yang dilarang di dalam Syariah  |         |    |   |   |    |
| 4  | Saya juga memahami perbedaan tabungan antara sistem Bank Konvensional dan Bank Syariah   |         |    |   |   |    |

| <i>Subjective Knowledge (X<sub>1</sub>)</i> |  |         |    |   |   |    |
|---|--|---------|----|---|---|----|
| No  | Pernyataan   | Jawaban |    |   |   |    |
|   |  | STS     | TS | N | S | SS |
| 5   | Saya merasa percaya diri ketika memutuskan menjadi nasabah Bank BNI Syariah  |         |    |   |   |    |
| 6   | Saya juga merasa percaya diri ketika menabung di produk iB Hasanah Bank BNI Syariah                                |         |    |   |   |    |
| 7   | Saya memutuskan menabung dan menjadi nasabah Bank BNI Syariah karena rekomendasi orang lain (teman, keluarga)      |         |    |   |   |    |
| 8   | Banyak orang-orang disekitar saya membicarakan soal Bank Syariah sehingga membuat saya yakin untuk menjadi nasabah |         |    |   |   |    |
| 9   | Saya menjadi nasabah dan menabung di Bank BNI Syariah karena pengaruh latar belakang agama yang saya anut saat ini |         |    |   |   |    |

| <i>Experience (X<sub>2</sub>)</i> |  |         |    |   |   |    |
|-----------------------------------|--|---------|----|---|---|----|
| No                                | Pernyataan   | Jawaban |    |   |   |    |
|                                   |  | STS     | TS | N | S | SS |
| 10                                | Saya sering menambah saldo rekening tabungan iB Hasanah di Bank BNI Syariah dan merasakan manfaat yang dijanjikan oleh sistem bank syariah   |         |    |   |   |    |
| 11                                | Sistem perbankan syariah (ditinjau dari akad syariah) di Bank BNI Syariah sudah sesuai dengan harapan saya   |         |    |   |   |    |
| 12                                | Saya belum pernah menjadi nasabah di Bank Syariah manapun sebelum saya menjadi nasabah dan menabung di Bank BNI Syariah  |         |    |   |   |    |
| 13                                | Saya tidak membutuhkan waktu yang lama ( <i>mencari dan membandingkan dengan bank konvensional</i> ) ketika saya memutuskan untuk menjadi nasabah dan menabung di Bank BNI Syariah |         |    |   |   |    |

| <i>Keputusan menjadi nasabah dan menabung di produk iB Hasanah PT. Bank BNI Syariah Cabang Pontianak (Y)</i> |   |         |    |   |   |    |
|--|---|---------|----|---|---|----|
| No   | Pernyataan  | Jawaban |    |   |   |    |
|  |   | STS     | TS | N | S | SS |
| <i>Identifikasi Masalah</i>  |   |         |    |   |   |    |
| 14   | Sebelum saya memutuskan menjadi nasabah dan menabung di Bank BNI Syariah, saya memahami dengan baik alasan dibalik keputusan tersebut   |         |    |   |   |    |
| 15   | Setelah itu saya membandingkan sistem di Bank BNI Syariah dengan sistem di bank konvensional lain   |         |    |   |   |    |
| <i>Pencarian Informasi</i>   |   |         |    |   |   |    |
| 16   | Sebelum saya memutuskan menjadi nasabah dan menabung di Bank BNI Syariah, saya mencari informasi tentang produk tabungan iB Hasanah (akad, bagi hasil, persyaratan) di internet, brosur, orang lain atau menanyakan langsung ke <i>Costumer Service</i> di Bank BNI Syariah |         |    |   |   |    |
| <i>Evaluasi Alternatif</i>   |   |         |    |   |   |    |

|   |  |  |  |  |  |  |
|---|--|--|--|--|--|--|
| 17                                      | Saya memilih produk tabungan iB Hasanah setelah membandingkan dengan jenis – jenis produk tabungan lain yang ada di Bank BNI Syariah |  |  |  |  |  |
| 18                                      | Saya menjadi nasabah dan menabung di iB Hasanah karena saya yakin Bank BNI Syariah sudah sesuai dengan standar syariah (bebas riba)  |  |  |  |  |  |
| <b><i>Keputusan Menjadi Nasabah</i></b> |  |  |  |  |  |  |
| 19                                      | Saya memutuskan menjadi nasabah dan menabung di Bank BNI Syariah karena saya paham dan memiliki pengetahuan tentang bank syariah     |  |  |  |  |  |
| <b><i>Perilaku Pasca Menabung</i></b>   |  |  |  |  |  |  |
| 20                                      | Saya puas dan tenang menjadi nasabah dan menabung di <b>iB Hasanah</b> Bank BNI Syariah  |  |  |  |  |  |
| 21                                      | Saya tidak akan beralih ke bank lain apalagi bank konvensional.  |  |  |  |  |  |
| 23                                      | Saya dengan senang hati merekomendasikan ke kerabat dan teman untuk membuka tabungan syariah di Bank BNI Syariah                     |  |  |  |  |  |

Lampiran 3: Karakteristik Responden Berdasarkan Hasil Kuisisioner.

| No Urut | JK | Lama (thn)       | Agama   | Pendidikan | Umur | Pekerjaan  | Pendapatan                    |
|---------|----|------------------|---------|------------|------|------------|-------------------------------|
| 1       | LK | di atas 1 tahun  | Islam   | SMA        | 14   | Wiraswasta | Rp. 1.001.000 – Rp. 2.000.000 |
| 2       | PR | di atas 1 tahun  | Islam   | S1         | 14   | PNS        | > Rp. 5.000.000               |
| 3       | PR | di bawah 1 tahun | Islam   | Diploma    | 15   | PNS        | Rp. 2.001.000 – Rp. 5.000.000 |
| 4       | LK | di bawah 1 tahun | Islam   | S1         | 15   | PNS        | Rp. 2.001.000 – Rp. 5.000.000 |
| 5       | PR | di bawah 1 tahun | Katolik | SMA        | 15   | Mahasiswa  | < Rp. 1.000.000               |
| 6       | LK | di bawah 1 tahun | Islam   | SMA        | 15   | Wiraswasta | Rp. 2.001.000 – Rp. 5.000.000 |
| 7       | LK | di bawah 1 tahun | Islam   | S1         | 15   | PNS        | > Rp. 5.000.000               |
| 8       | PR | di atas 1 tahun  | Islam   | SMA        | 15   | Wiraswasta | Rp. 2.001.000 – Rp. 5.000.000 |
| 9       | PR | di bawah 1 tahun | Islam   | SMA        | 15   | IRT        | < Rp. 1.000.000               |
| 10      | LK | di atas 1 tahun  | Islam   | SMA        | 15   | PNS        | Rp. 2.001.000 – Rp. 5.000.000 |
| 11      | LK | di atas 1 tahun  | Islam   | SMA        | 15   | PNS        | Rp. 2.001.000 – Rp. 5.000.000 |
| 12      | LK | di atas 1 tahun  | Islam   | S1         | 15   | PNS        | > Rp. 5.000.000               |
| 13      | PR | di atas 1 tahun  | Islam   | S1         | 15   | Wiraswasta | > Rp. 5.000.000               |
| 14      | PR | di bawah 1 tahun | Katolik | SMA        | 15   | Pelajar    | < Rp. 1.000.000               |
| 15      | PR | di bawah 1 tahun | Islam   | SMA        | 15   | Pelajar    | < Rp. 1.000.000               |
| 16      | LK | di atas 1 tahun  | Islam   | SMA        | 15   | Wiraswasta | Rp. 2.001.000 – Rp. 5.000.000 |
| 17      | PR | di bawah 1 tahun | Islam   | SMA        | 15   | Wiraswasta | Rp. 2.001.000 – Rp. 5.000.000 |
| 18      | LK | di atas 1 tahun  | Islam   | S1         | 15   | Wiraswasta | > Rp. 5.000.000               |
| 19      | LK | di bawah 1 tahun | Islam   | S1         | 15   | PNS        | Rp. 2.001.000 – Rp. 5.000.000 |
| 20      | LK | di atas 1 tahun  | Islam   | SMA        | 15   | Wiraswasta | Rp. 2.001.000 – Rp. 5.000.000 |



|    |    |                  |       |         |    |            |                               |
|----|----|------------------|-------|---------|----|------------|-------------------------------|
| 21 | LK | di bawah 1 tahun | Islam | SMK     | 15 | Wiraswasta | Rp. 1.001.000 – Rp. 2.000.000 |
| 22 | LK | di atas 1 tahun  | Islam | S1      | 15 | Wiraswasta | > Rp. 5.000.000               |
| 23 | LK | di atas 1 tahun  | Islam | SMA     | 16 | PNS        | Rp. 2.001.000 – Rp. 5.000.000 |
| 24 | LK | di atas 1 tahun  | Islam | S1      | 16 | Wiraswasta | Rp. 2.001.000 – Rp. 5.000.000 |
| 25 | LK | di bawah 1 tahun | Islam | SMA     | 16 | Mahasiswa  | < Rp. 1.000.000               |
| 26 | LK | di atas 1 tahun  | Islam | SMK     | 16 | Mahasiswa  | Rp. 1.001.000 – Rp. 2.000.000 |
| 27 | LK | di atas 1 tahun  | Islam | S1      | 16 | Wiraswasta | > Rp. 5.000.000               |
| 28 | PR | di bawah 1 tahun | Islam | Diploma | 16 | Karyawan   | Rp. 2.001.000 – Rp. 5.000.000 |
| 29 | PR | di bawah 1 tahun | Islam | SMK     | 16 | Karyawan   | Rp. 2.001.000 – Rp. 5.000.000 |
| 30 | PR | di bawah 1 tahun | Islam | SMA     | 16 | Mahasiswa  | < Rp. 1.000.000               |
| 31 | LK | di atas 1 tahun  | Islam | S1      | 16 | Wiraswasta | Rp. 2.001.000 – Rp. 5.000.000 |
| 32 | PR | di bawah 1 tahun | Islam | SMA     | 17 | Pelajar    | < Rp. 1.000.000               |
| 33 | PR | di bawah 1 tahun | Islam | S1      | 17 | PNS        | Rp. 1.001.000 – Rp. 2.000.000 |
| 34 | LK | di bawah 1 tahun | Islam | SD      | 17 | Wiraswasta | Rp. 2.001.000 – Rp. 5.000.000 |
| 35 | LK | di atas 1 tahun  | Islam | S1      | 17 | PNS        | > Rp. 5.000.000               |
| 36 | PR | di atas 1 tahun  | Islam | S1      | 17 | Wiraswasta | Rp. 2.001.000 – Rp. 5.000.000 |
| 37 | LK | di atas 1 tahun  | Islam | S1      | 17 | Karyawan   | > Rp. 5.000.000               |
| 38 | LK | di atas 1 tahun  | Islam | S1      | 17 | Karyawan   | Rp. 2.001.000 – Rp. 5.000.000 |
| 39 | PR | di atas 1 tahun  | Islam | S1      | 17 | Karyawan   | Rp. 2.001.000 – Rp. 5.000.000 |
| 40 | LK | di atas 1 tahun  | Islam | S1      | 17 | Karyawan   | > Rp. 5.000.000               |
| 41 | PR | di atas 1 tahun  | Islam | S1      | 17 | Karyawan   | > Rp. 5.000.000               |
| 42 | PR | di atas 1 tahun  | Islam | S1      | 17 | Karyawan   | Rp. 2.001.000 – Rp. 5.000.000 |
| 43 | PR | di atas 1 tahun  | Islam | S1      | 17 | Karyawan   | Rp. 2.001.000 – Rp. 5.000.000 |
| 44 | LK | di atas 1 tahun  | Islam | S1      | 18 | Karyawan   | Rp. 2.001.000 – Rp. 5.000.000 |

|    |    |                  |       |         |    |            |                               |
|----|----|------------------|-------|---------|----|------------|-------------------------------|
| 45 | PR | di bawah 1 tahun | Islam | S1      | 18 | Wiraswasta | Rp. 2.001.000 – Rp. 5.000.000 |
| 46 | PR | di bawah 1 tahun | Islam | Diploma | 19 | PNS        | > Rp. 5.000.000               |
| 47 | LK | di bawah 1 tahun | Islam | SMA     | 20 | Wiraswasta | < Rp. 1.000.000               |
| 48 | PR | di atas 1 tahun  | Islam | S1      | 20 | Wiraswasta | Rp. 2.001.000 – Rp. 5.000.000 |
| 49 | PR | di atas 1 tahun  | Islam | S1      | 21 | Wiraswasta | Rp. 1.001.000 – Rp. 2.000.000 |
| 50 | PR | di atas 1 tahun  | Islam | Diploma | 21 | Wiraswasta | Rp. 2.001.000 – Rp. 5.000.000 |
| 51 | LK | di bawah 1 tahun | Islam | SMP     | 22 | Pelajar    | < Rp. 1.000.000               |
| 52 | LK | di atas 1 tahun  | Islam | SMP     | 22 | Pelajar    | < Rp. 1.000.000               |
| 53 | PR | di bawah 1 tahun | Islam | SMP     | 23 | Pelajar    | < Rp. 1.000.000               |
| 54 | PR | di bawah 1 tahun | Islam | SMP     | 23 | Pelajar    | < Rp. 1.000.000               |
| 55 | PR | di bawah 1 tahun | Islam | SMP     | 23 | Pelajar    | < Rp. 1.000.000               |
| 56 | PR | di bawah 1 tahun | Islam | SMP     | 23 | Pelajar    | < Rp. 1.000.000               |
| 57 | LK | di bawah 1 tahun | Islam | SMP     | 24 | Pelajar    | < Rp. 1.000.000               |
| 58 | PR | di bawah 1 tahun | Islam | SMP     | 24 | Pelajar    | < Rp. 1.000.000               |
| 59 | LK | di bawah 1 tahun | Islam | SMP     | 24 | Pelajar    | < Rp. 1.000.000               |
| 60 | PR | di atas 1 tahun  | Islam | SMP     | 24 | Pelajar    | < Rp. 1.000.000               |
| 61 | LK | di bawah 1 tahun | Islam | SMP     | 24 | Pelajar    | < Rp. 1.000.000               |
| 62 | LK | di bawah 1 tahun | Islam | SMP     | 24 | Pelajar    | < Rp. 1.000.000               |
| 63 | LK | di bawah 1 tahun | Islam | SMP     | 25 | Pelajar    | < Rp. 1.000.000               |
| 64 | LK | di bawah 1 tahun | Islam | SMP     | 25 | Pelajar    | < Rp. 1.000.000               |
| 65 | PR | di bawah 1 tahun | Islam | SMP     | 26 | Pelajar    | < Rp. 1.000.000               |
| 66 | PR | di bawah 1 tahun | Islam | SMP     | 26 | Pelajar    | < Rp. 1.000.000               |
| 67 | PR | di bawah 1 tahun | Islam | SMP     | 27 | Pelajar    | < Rp. 1.000.000               |
| 68 | PR | di bawah 1 tahun | Islam | SMP     | 27 | Pelajar    | < Rp. 1.000.000               |

|    |    |                  |       |     |    |            |                               |
|----|----|------------------|-------|-----|----|------------|-------------------------------|
| 69 | LK | di bawah 1 tahun | Islam | SMP | 27 | Pelajar    | < Rp. 1.000.000               |
| 70 | PR | di atas 1 tahun  | Islam | SMP | 27 | Pelajar    | < Rp. 1.000.000               |
| 71 | PR | di bawah 1 tahun | Islam | SMP | 28 | Pelajar    | < Rp. 1.000.000               |
| 72 | PR | di bawah 1 tahun | Islam | SMP | 28 | Pelajar    | < Rp. 1.000.000               |
| 73 | PR | di bawah 1 tahun | Islam | SMP | 29 | Pelajar    | < Rp. 1.000.000               |
| 74 | PR | di bawah 1 tahun | Islam | SMP | 29 | Pelajar    | < Rp. 1.000.000               |
| 75 | LK | di bawah 1 tahun | Islam | SMP | 29 | Pelajar    | < Rp. 1.000.000               |
| 76 | PR | di bawah 1 tahun | Islam | SMP | 29 | Pelajar    | < Rp. 1.000.000               |
| 77 | PR | di bawah 1 tahun | Islam | SMP | 30 | Pelajar    | < Rp. 1.000.000               |
| 78 | PR | di bawah 1 tahun | Islam | SMP | 30 | Pelajar    | < Rp. 1.000.000               |
| 79 | PR | di bawah 1 tahun | Islam | SMP | 32 | Pelajar    | < Rp. 1.000.000               |
| 80 | LK | di atas 1 tahun  | Islam | SMA | 33 | Wiraswasta | < Rp. 1.000.000               |
| 81 | LK | di atas 1 tahun  | Islam | S1  | 35 | PNS        | Rp. 1.001.000 – Rp. 2.000.000 |
| 82 | LK | di atas 1 tahun  | Islam | SMA | 35 | Mahasiswa  | < Rp. 1.000.000               |
| 83 | PR | di bawah 1 tahun | Islam | SMA | 37 | Mahasiswa  | < Rp. 1.000.000               |
| 84 | LK | di atas 1 tahun  | Islam | S2  | 37 | PNS        | > Rp. 5.000.000               |
| 85 | LK | di bawah 1 tahun | Islam | S1  | 38 | Wiraswasta | Rp. 2.001.000 – Rp. 5.000.000 |
| 86 | LK | di atas 1 tahun  | Islam | S1  | 38 | Wiraswasta | Rp. 1.001.000 – Rp. 2.000.000 |
| 87 | LK | di atas 1 tahun  | Islam | S3  | 39 | PNS        | > Rp. 5.000.000               |
| 88 | PR | di bawah 1 tahun | Islam | SMP | 40 | Pelajar    | < Rp. 1.000.000               |
| 89 | PR | di bawah 1 tahun | Islam | SMP | 43 | Pelajar    | < Rp. 1.000.000               |
| 90 | PR | di atas 1 tahun  | Islam | SMP | 45 | Pelajar    | < Rp. 1.000.000               |
| 91 | PR | di atas 1 tahun  | Islam | SMP | 45 | Pelajar    | < Rp. 1.000.000               |
| 92 | LK | di atas 1 tahun  | Islam | SMP | 45 | Pelajar    | < Rp. 1.000.000               |

|     |    |                  |       |     |    |         |                 |
|-----|----|------------------|-------|-----|----|---------|-----------------|
| 93  | LK | di atas 1 tahun  | Islam | SMP | 50 | Pelajar | < Rp. 1.000.000 |
| 94  | LK | di atas 1 tahun  | Islam | SMP | 50 | Pelajar | < Rp. 1.000.000 |
| 95  | PR | di atas 1 tahun  | Islam | SMP | 52 | Pelajar | < Rp. 1.000.000 |
| 96  | PR | di atas 1 tahun  | Islam | SMP | 53 | Pelajar | < Rp. 1.000.000 |
| 97  | LK | di atas 1 tahun  | Islam | SMP | 53 | Pelajar | < Rp. 1.000.000 |
| 98  | LK | di bawah 1 tahun | Islam | SMP | 54 | Pelajar | < Rp. 1.000.000 |
| 99  | PR | di atas 1 tahun  | Islam | SMP | 55 | Pelajar | < Rp. 1.000.000 |
| 100 | PR | di bawah 1 tahun | Islam | SMP | 67 | Pelajar | < Rp. 1.000.000 |

Lampiran 4: Hasil Hitung Normalitas, Uji Linieritas, Uji Validitas, Reliabilitas dan Regresi Berganda Menggunakan SPSS

**1. Normalitas**

| <b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b> |                | Unstandardized Residual |
|---|----------------|-------------------------|
| N   |                | 101                     |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup>          | Mean           | .0000000                |
|   | Std. Deviation | 2.77398750              |
| Most Extreme Differences                  | Absolute       | .069                    |
|   | Positive       | .069                    |
|   | Negative       | -.046                   |
| Kolmogorov-Smirnov Z                      |                | .697                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed)                    |                | .717                    |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

## 2. Uji Linieritas

ANOVA<sup>b</sup>

| Model |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig.              |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1     | Regression | 797.818        | 3  | 265.939     | 31.995 | .000 <sup>a</sup> |
|       | Residual   | 797.942        | 96 | 8.312       |        |                   |
|       | Total      | 1595.760       | 99 |             |        |                   |

a. Predictors: (Constant), experience, objective knowledge, subjective knowledge

b. Dependent Variable: keputusan menjadi nasabah

### 3. Uji validitas

Correlations X1

|                     |                     | P1X1   | P2X1   | P3X1   | P4X1   | Objective Knowledge |
|---------------------|---------------------|--------|--------|--------|--------|---------------------|
| P1X1                | Pearson Correlation | 1      | .614** | .164   | .209*  | .755**              |
|                     | Sig. (2-tailed)     |        | .000   | .104   | .037   | .000                |
|                     | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100                 |
| P2X1                | Pearson Correlation | .614** | 1      | .240*  | .164   | .797**              |
|                     | Sig. (2-tailed)     | .000   |        | .016   | .104   | .000                |
|                     | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100                 |
| P3X1                | Pearson Correlation | .164   | .240*  | 1      | .418** | .612**              |
|                     | Sig. (2-tailed)     | .104   | .016   |        | .000   | .000                |
|                     | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100                 |
| P4X1                | Pearson Correlation | .209*  | .164   | .418** | 1      | .578**              |
|                     | Sig. (2-tailed)     | .037   | .104   | .000   |        | .000                |
|                     | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100                 |
| Objective Knowledge | Pearson Correlation | .755** | .797** | .612** | .578** | 1                   |
|                     | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   | .000   | .000   |                     |

**Correlations X2**

|                      |                     | P5X2   | P6X2   | P7X2   | P8X2   | P9X2   | Subjective Knowledge |
|----------------------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|----------------------|
| P5X2                 | Pearson Correlation | 1      | .408** | .054   | .232*  | .169   | .473**               |
|                      | Sig. (2-tailed)     |        | .000   | .591   | .020   | .092   | .000                 |
|                      | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100                  |
| P6X2                 | Pearson Correlation | .408** | 1      | .026   | .268** | .181   | .468**               |
|                      | Sig. (2-tailed)     | .000   |        | .796   | .007   | .071   | .000                 |
|                      | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100                  |
| P7X2                 | Pearson Correlation | .054   | .026   | 1      | .205*  | .073   | .607**               |
|                      | Sig. (2-tailed)     | .591   | .796   |        | .041   | .469   | .000                 |
|                      | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100                  |
| P8X2                 | Pearson Correlation | .232*  | .268** | .205*  | 1      | .222*  | .690**               |
|                      | Sig. (2-tailed)     | .020   | .007   | .041   |        | .026   | .000                 |
|                      | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100                  |
| P9X2                 | Pearson Correlation | .169   | .181   | .073   | .222*  | 1      | .602**               |
|                      | Sig. (2-tailed)     | .092   | .071   | .469   | .026   |        | .000                 |
|                      | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100                  |
| Subjective Knowledge | Pearson Correlation | .473** | .468** | .607** | .690** | .602** | 1                    |
|                      | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   |                      |
|                      |                     |        |        |        |        |        |                      |



**Correlations X3**

|            |                     | P10X3  | P11X3  | P12X3  | P13X3  | Experience |
|------------|---------------------|--------|--------|--------|--------|------------|
| P10X3      | Pearson Correlation | 1      | .390** | .126   | .204*  | .635**     |
|            | Sig. (2-tailed)     |        | .000   | .211   | .041   | .000       |
|            | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100        |
| P11X3      | Pearson Correlation | .390** | 1      | .177   | .254*  | .591**     |
|            | Sig. (2-tailed)     | .000   |        | .078   | .011   | .000       |
|            | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100        |
| P12X3      | Pearson Correlation | .126   | .177   | 1      | .105   | .569**     |
|            | Sig. (2-tailed)     | .211   | .078   |        | .301   | .000       |
|            | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100        |
| P13X3      | Pearson Correlation | .204*  | .254*  | .105   | 1      | .586**     |
|            | Sig. (2-tailed)     | .041   | .011   | .301   |        | .000       |
|            | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100        |
| Experience | Pearson Correlation | .635** | .591** | .569** | .586** | 1          |
|            | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   | .000   | .000   |            |
|            | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100        |

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

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

**Correlations Y**

|      |                     | P14Y   | P15Y   | P16Y   | P17Y   | P18Y   | P19Y   | P20Y   | P21Y   | P22Y   | Keputusan Nasabah |
|------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-------------------|
| P14Y | Pearson Correlation | 1      | .142   | .023   | .230*  | .117   | .377** | .370** | .232*  | .497** | .516**            |
|      | Sig. (2-tailed)     |        | .159   | .821   | .021   | .246   | .000   | .000   | .020   | .000   | .000              |
|      | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100               |
| P15Y | Pearson Correlation | .142   | 1      | .242*  | .305** | .116   | .375** | .075   | .467** | .207*  | .610**            |
|      | Sig. (2-tailed)     | .159   |        | .015   | .002   | .250   | .000   | .461   | .000   | .038   | .000              |
|      | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100               |
| P16Y | Pearson Correlation | .023   | .242*  | 1      | .448** | .258** | .198*  | .179   | .077   | .112   | .544**            |
|      | Sig. (2-tailed)     | .821   | .015   |        | .000   | .010   | .048   | .075   | .447   | .266   | .000              |
|      | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100               |
| P17Y | Pearson Correlation | .230*  | .305** | .448** | 1      | .172   | .236*  | .289** | .291** | .292** | .654**            |
|      | Sig. (2-tailed)     | .021   | .002   | .000   |        | .087   | .018   | .004   | .003   | .003   | .000              |
|      | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100               |
| P18Y | Pearson Correlation | .117   | .116   | .258** | .172   | 1      | .172   | .277** | .157   | .384** | .493**            |
|      | Sig. (2-tailed)     | .246   | .250   | .010   | .087   |        | .088   | .005   | .118   | .000   | .000              |
|      | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100               |
| P19Y | Pearson Correlation | .377** | .375** | .198*  | .236*  | .172   | 1      | .242*  | .222*  | .165   | .598**            |
|      | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   | .048   | .018   | .088   |        | .015   | .026   | .101   | .000              |
|      | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100               |
| P20Y | Pearson Correlation | .370** | .075   | .179   | .289** | .277** | .242*  | 1      | .228*  | .448** | .532**            |
|      | Sig. (2-tailed)     | .000   | .461   | .075   | .004   | .005   | .015   |        | .023   | .000   | .000              |

|                      |                     |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
|----------------------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
|                      | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| P21Y                 | Pearson Correlation | .232*  | .467** | .077   | .291** | .157   | .222*  | .228*  | 1      | .413** | .601** |
|                      | Sig. (2-tailed)     | .020   | .000   | .447   | .003   | .118   | .026   | .023   |        | .000   | .000   |
|                      | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| P22Y                 | Pearson Correlation | .497** | .207*  | .112   | .292** | .384** | .165   | .448** | .413** | 1      | .616** |
|                      | Sig. (2-tailed)     | .000   | .038   | .266   | .003   | .000   | .101   | .000   | .000   |        | .000   |
|                      | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| Keputusan<br>Nasabah | Pearson Correlation | .516** | .610** | .544** | .654** | .493** | .598** | .532** | .601** | .616** | 1      |
|                      | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   |        |
|                      | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |

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

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

#### 4. Uji Reliabilitas

**Reliability Statistics X1**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .635             | 4          |

**Item-Total Statistics X1**

|      | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| P1X1 | 11.41                      | 3.355                          | .510                             | .493                             |
| P2X1 | 11.74                      | 2.821                          | .502                             | .501                             |
| P3X1 | 11.07                      | 4.106                          | .344                             | .611                             |
| P4X1 | 11.23                      | 4.320                          | .329                             | .620                             |

**Reliability Statistics X2**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .455             | 5          |

**Item-Total Statistics X2**

|      | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| P5X2 | 14.59                      | 5.295                          | .288                             | .400                             |
| P6X2 | 14.60                      | 5.374                          | .301                             | .402                             |
| P7X2 | 15.63                      | 4.054                          | .160                             | .496                             |
| P8X2 | 15.14                      | 3.798                          | .369                             | .292                             |
| P9X2 | 15.00                      | 4.222                          | .236                             | .406                             |

**Reliability Statistics X3**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .490             | 4          |

**Item-Total Statistics X3**

|       | Scale Mean if<br>Item Deleted | Scale Variance if<br>Item Deleted | Corrected Item-<br>Total Correlation | Cronbach's Alpha<br>if Item Deleted |
|-------|-------------------------------|-----------------------------------|--------------------------------------|-------------------------------------|
| P10X3 | 11.07                         | 3.399                             | .333                                 | .371                                |
| P11X3 | 10.77                         | 3.835                             | .414                                 | .331                                |
| P12X3 | 10.89                         | 3.675                             | .184                                 | .530                                |
| P13X3 | 10.86                         | 3.899                             | .258                                 | .443                                |

**Reliability StatisticsY**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .737             | 9          |

## 5. Regresi Berganda

**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model |                      | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|-------|----------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|       |                      | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1     | (Constant)           | 1.034                       | .273       |                           | 3.791 | .000 |
|       | Objective Knowledge  | .263                        | .058       | .354                      | 4.511 | .000 |
|       | Subjective Knowledge | .244                        | .074       | .273                      | 3.288 | .001 |
|       | Experience           | .220                        | .061       | .297                      | 3.595 | .001 |

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

**ANOVA<sup>b</sup>**

| Model |            | Sum of Squares | df  | Mean Square | F      | Sig.              |
|-------|------------|----------------|-----|-------------|--------|-------------------|
| 1     | Regression | 10.226         | 3   | 3.409       | 34.680 | .000 <sup>a</sup> |
|       | Residual   | 9.534          | 97  | .098        |        |                   |
|       | Total      | 19.760         | 100 |             |        |                   |

a. Predictors: (Constant), Experience, Objective Knowledge, Subjective Knowledge

b. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

**Model Summary<sup>b</sup>**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1     | .719 <sup>a</sup> | .518     | .503              | .314                       | 2.151         |

a. Predictors: (Constant), Experience, Objective Knowledge, Subjective Knowledge

b. Dependent Variable: Keputusan Nasabah



## Lampiran 5: Data Primer Jumlah Nasabah PT. Bank BNI Syariah Cabang

Pontianak

| 2014 |          |  |       |
|------|----------|--|-------|
| NO   | PRODUK   | ACCOUNT TYPE                                     | NOA   |
| 1    | DEPOSITO | 3901 : Deposito 1 Bulan                          | 20    |
| 2    | DEPOSITO | 3901 : Deposito 1 Bulan                          | 2     |
| 3    | DEPOSITO | 3901 : Deposito 12 Bulan                         | 95    |
| 4    | DEPOSITO | 3901 : Deposito 12 Bulan                         | 5     |
| 5    | DEPOSITO | 3901 : Deposito 6 Bulan                          | 1     |
| 6    | DEPOSITO | 3901 : Deposito 6 Bulan                          | 1     |
| 7    | GIRO     | 1901 : Perorangan                                | 13    |
| 8    | GIRO     | 1901 : Perorangan                                | 3     |
| 9    | GIRO     | 1902 : Perusahaan                                | 62    |
| 10   | GIRO     | 1902 : Perusahaan                                | 3     |
| 11   | TABUNGAN | 2901 : Tabungan iB Hasanah Perorangan            | 3,113 |
| 12   | TABUNGAN | 2901 : Tabungan iB Hasanah Perorangan            | 797   |
| 13   | TABUNGAN | 2901 : Tabungan iB Hasanah Perorangan            | 8     |
| 14   | TABUNGAN | 2901 : Tabungan iB Hasanah Perorangan            | 9     |
| 15   | TABUNGAN | 2902 : Tabungan iB Hasanah Non Perorangan        | 56    |
| 16   | TABUNGAN | 2902 : Tabungan iB Hasanah Non Perorangan        | 5     |
| 17   | TABUNGAN | 2911 : Tabungan iB KTM Perorangan                | 2,792 |
| 18   | TABUNGAN | 2911 : Tabungan iB KTM Perorangan                | 21    |
| 19   | TABUNGAN | 2911 : Tabungan iB KTM Perorangan                | 4     |
| 20   | TABUNGAN | 2941 : Tabungan iB Haji hasanah Perorangan       | 576   |
| 21   | TABUNGAN | 2941 : Tabungan iB Haji hasanah Perorangan       | 63    |
| 22   | TABUNGAN | 2941 : Tabungan iB Haji hasanah Perorangan       | 2     |
| 23   | TABUNGAN | 2941 : Tabungan iB Haji hasanah Perorangan       | 10    |
| 24   | TABUNGAN | 2961 : Tabungan iB Bisnis Hasanah Perorangan     | 150   |
| 25   | TABUNGAN | 2961 : Tabungan iB Bisnis Hasanah Perorangan     | 24    |
| 26   | TABUNGAN | 2961 : Tabungan iB Bisnis Hasanah Perorangan     | 1     |
| 27   | TABUNGAN | 2961 : Tabungan iB Bisnis Hasanah Perorangan     | 1     |
| 28   | TABUNGAN | 2962 : Tabungan iB Bisnis Hasanah Non Perorangan | 8     |
| 29   | TABUNGAN | 2962 : Tabungan iB Bisnis Hasanah Non Perorangan | 1     |
| 30   | TABUNGAN | 1981 : Tabungan iB Tapenas Hasanah               | 47    |
| 31   | TABUNGAN | 1981 : Tabungan iB Tapenas Hasanah               | 7     |
| 32   | TABUNGAN | 2991 : Tabungan iB Tunas Perorangan              | 233   |

|    |          |                                     |    |
|----|----------|-------------------------------------|----|
| 33 | TABUNGAN | 2991 : Tabungan iB Tunas Perorangan | 18 |
|----|----------|-------------------------------------|----|

| 2015 |          |  |       |
|------|----------|--|-------|
| NO   | PRODUK   | ACCOUNT TYPE                                     | NOA   |
| 1    | DEPOSITO | 3901 : Deposito 1 Bulan                          | 5     |
| 2    | DEPOSITO | 3901 : Deposito 1 Bulan                          | 128   |
| 3    | DEPOSITO | 3901 : Deposito 12 Bulan                         | 8     |
| 4    | DEPOSITO | 3901 : Deposito 12 Bulan                         | 1     |
| 5    | DEPOSITO | 3901 : Deposito 6 Bulan                          | 1     |
| 6    | DEPOSITO | 3901 : Deposito 6 Bulan                          | 1     |
| 7    | GIRO     | 1901 : Perorangan                                | 14    |
| 8    | GIRO     | 1901 : Perorangan                                | 3     |
| 9    | GIRO     | 1902 : Perusahaan                                | 84    |
| 10   | GIRO     | 1902 : Perusahaan                                | 4     |
| 11   | GIRO     | 1903 : Pemerintah                                | 1     |
| 12   | GIRO     | 1931 : Perorangan                                | 3     |
| 13   | TABUNGAN | 2901 : Tabungan iB Hasanah Perorangan            | 4,215 |
| 14   | TABUNGAN | 2901 : Tabungan iB Hasanah Perorangan            | 976   |
| 15   | TABUNGAN | 2901 : Tabungan iB Hasanah Perorangan            | 8     |
| 16   | TABUNGAN | 2901 : Tabungan iB Hasanah Perorangan            | 15    |
| 17   | TABUNGAN | 2902 : Tabungan iB Hasanah Non Perorangan        | 67    |
| 18   | TABUNGAN | 2902 : Tabungan iB Hasanah Non Perorangan        | 6     |
| 19   | TABUNGAN | 2911 : Tabungan iB KTM Perorangan                | 2,698 |
| 20   | TABUNGAN | 2911 : Tabungan iB KTM Perorangan                | 20    |
| 21   | TABUNGAN | 2911 : Tabungan iB KTM Perorangan                | 4     |
| 22   | TABUNGAN | 2941 : Tabungan iB Haji hasanah Perorangan       | 1,765 |
| 23   | TABUNGAN | 2941 : Tabungan iB Haji hasanah Perorangan       | 131   |
| 24   | TABUNGAN | 2941 : Tabungan iB Haji hasanah Perorangan       | 2     |
| 25   | TABUNGAN | 2941 : Tabungan iB Haji hasanah Perorangan       | 13    |
| 26   | TABUNGAN | 2961 : Tabungan iB Bisnis Hasanah Perorangan     | 159   |
| 27   | TABUNGAN | 2961 : Tabungan iB Bisnis Hasanah Perorangan     | 31    |
| 28   | TABUNGAN | 2961 : Tabungan iB Bisnis Hasanah Perorangan     | 1     |
| 29   | TABUNGAN | 2961 : Tabungan iB Bisnis Hasanah Perorangan     | 1     |
| 30   | TABUNGAN | 2962 : Tabungan iB Bisnis Hasanah Non Perorangan | 11    |
| 31   | TABUNGAN | 2962 : Tabungan iB Bisnis Hasanah Non Perorangan | 1     |
| 32   | TABUNGAN | 1981 : Tabungan iB Tapenas Hasanah               | 100   |
| 33   | TABUNGAN | 1981 : Tabungan iB Tapenas Hasanah               | 29    |

|    |          |                                     |       |
|----|----------|-------------------------------------|-------|
| 34 | TABUNGAN | 2991 : Tabungan iB Tunas Perorangan | 2,825 |
| 35 | TABUNGAN | 2991 : Tabungan iB Tunas Perorangan | 151   |

| <b>2016</b> |               |  |            |
|-------------|---------------|--|------------|
| <b>NO</b>   | <b>PRODUK</b> | <b>ACCOUNT TYPE</b>                              | <b>NOA</b> |
| 1           | DEPOSITO      | 3901 : Deposito 1 Bulan                          | 8          |
| 2           | DEPOSITO      | 3901 : Deposito 12 Bulan                         | 159        |
| 3           | DEPOSITO      | 3901 : Deposito 6 Bulan                          | 1          |
| 4           | DEPOSITO      | 3901 : Deposito 12 Bulan                         | 1          |
| 5           | GIRO          | 1901 : Perorangan                                | 15         |
| 6           | GIRO          | 1902 : Perusahaan                                | 101        |
| 7           | GIRO          | 1903 : Pemerintahan                              | 1          |
| 8           | GIRO          | 1904 : Giro Escrow                               | 23         |
| 9           | GIRO          | 1931 : Perorangan                                | 3          |
| 10          | TABUNGAN      | 2901 : Tabungan iB Haji hasanah Perorangan       | 7,67       |
| 11          | TABUNGAN      | 2902 : Tabungan iB Haji hasanah Non Perorangan   | 90         |
| 12          | TABUNGAN      | 2911 : Tabungan iB KTM Perorangan                | 2,669      |
| 13          | TABUNGAN      | 2941 : Tabungan iB Haji hasanah Perorangan       | 2,36       |
| 14          | TABUNGAN      | 2961 : Tabungan iB Bisnis Hasanah Perorangan     | 239        |
| 15          | TABUNGAN      | 2962 : Tabungan iB Bisnis Hasanah Non Perorangan | 17         |
| 16          | TABUNGAN      | 1981 : Tabungan iB Tapenas Hasanah               | 112        |
| 17          | TABUNGAN      | 2991 : Tabungan iB Tunas Perorangan              | 15,421     |