

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini kebanyakan masyarakat memang sudah tahu apa bank syariah, tetapi mereka tidak tahu produk yang ditawarkan bank syariah, dikarenakan masyarakat yang tidak tahu produk-produk bank syariah tentunya tidak akan berminat untuk menggunakan jasa bank syariah karena mereka menganggap bahwa fasilitas yang diberikan masih kalah dengan fasilitas yang ditawarkan oleh bank konvensional, kecuali orang yang mempunyai keinginan kuat menabung pada bank syariah dikarenakan menghindari unsur riba. Pemahaman dan pengetahuan masyarakat tentang bank syariah dan produk-produknya akan mempengaruhi pandangan masyarakat mengenai bank syariah tergantung dengan apa yang mereka ketahui. Jika pengetahuan tentang bank syariah rendah maka dalam memandang bank syariah pastinya rendah pula.

Menabung memiliki manfaat yang nyata di masa depan, salah satunya adalah untuk memenuhi kebutuhan biaya tak terduga, yang sudah umum dialami oleh semua orang, salah satu tempat untuk menabung uang yang aman adalah Bank. Bank merupakan badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat.¹ Dana tersebut disimpan dalam bentuk rekening giro, deposito, tabungan kemudian

¹ Pasal 1 angka 2 UU Perbankan Syariah

dihimpun dan dikelola oleh bank. Simpanan yang dipercayakan oleh masyarakat kepada bank tersebut kemudian disalurkan oleh bank dalam bentuk pembiayaan kepada masyarakat yang membutuhkan dana. Jadi, fungsi bank adalah sebagai lembaga perantara yang menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat.

Sedangkan yang dimaksud dengan perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.²

Berdasarkan ketentuan Pasal 3 Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, tujuan penyaluran dana oleh perbankan syariah adalah menunjang pelaksanaan pembangunan, meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat.

Perbankan syariah telah memberikan pengaruh yang signifikan pada praktik keuangan syariah lainnya, seperti asuransi syariah, obligasi dan reksadana syariah, perusahaan pembiayaan dan pasar modal syariah. Dengan berkembangnya perbankan syariah dan sektor keuangan syariah lainnya, berarti telah terbentuk *dual system* ekonomi di Indonesia, yaitu ekonomi konvensional dan ekonomi syariah.

Salah satu bank syariah pertama yang ada di Indonesia yaitu Bank Muamalat, Bank Muamalat didirikan pada tanggal 1 November 1991 diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Pemerintah Indonesia, dan memulai kegiatan operasinya pada tanggal 1 Mei 1992.

² Pasal 1 angka 1 UU Perbankan Syariah

Pada tanggal 27 Oktober 1994, hanya dua tahun setelah didirikan, Bank Muamalat berhasil menyanggah predikat sebagai Bank Devisa. Pengakuan ini semakin memperkokoh posisi Perseroan sebagai bank syariah pertama dan terkemuka di Indonesia dengan beragam jasa dan produk yang terus dikembangkan.

Bank Muamalat memberikan informasi dan mensosialisasikan produknya kepada masyarakat mengenai tabungan iB muamalat haji dan umrah yaitu dengan cara memberikan pemahaman yang komperhensif dan integratif melalui sosial media, spanduk, dan brosur secara terus-menerus, sehingga akan tertanam pemahaman yang benar mengenai produk yang ditawarkan tersebut. Karena, pengaruh sosial media juga akan memupuk loyalitas yang kuat dibenak masyarakat, sehingga secara tidak sadar dengan sendirinya, mereka akan memahami tentang produk bank syariah yang disampaikan oleh pelaku perbankan tersebut.

Dari beberapa produk tabungan di Bank Muamalat, Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah merupakan salah satu produk yang ditawarkan Bank Muamalat kepada para nasabah, Bank Muamalat dipercaya sebagai Bank umum syariah pertama di Indonesia, sejak tahun 1999 Bank Muamalat selalu mendapat kepercayaan dari Kementrian Agama menjadi salah satu BPS BPIH (Bank Penerima Setoran Ibadah Haji). Karenanya, profesionalitas Bank Muamalat dalam mengantarkan nasabah-nasabahnya untuk bisa berangkat beribadah haji dan umrah tak perlu diragukan lagi.

Tabel 1.1

Data Nasabah Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah

Tahun	Jumlah Nasabah Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah
2014	5.915
2015	6.236
2016	8.251
2017	8.567

Data diatas menunjukkan perkembangan yang signifikan tentunya dilihat dari jumlah nasabah tabungan iB muamalat haji dan umrah dari tahun 2014 sampai 2017. Dari informasi ini, penulis merasa tertarik untuk meneliti apakah terdapat pengaruh antara pengetahuan nasabah tentang produk tabungan iB muamalat haji dan umrah terhadap keputusan menjadi nasabah.

Ketertarikan ini, penulis sajikan dalam bentuk penelitian tentang pengaruh tingkat pengetahuan nasabah tentang produk tabungan iB muamalat haji dan umrah terhadap keputusan menjadi nasabah.

Penelitian ini penulis beri judul “ **Pengaruh Tingkat Pengetahuan Nasabah Tentang Produk Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah.**”

A. Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

1) Rumusan Masalah

Permasalahan diatas, penulis rumuskan sebagai berikut: "Bagaimana pengaruh tingkat pengetahuan nasabah tentang produk tabungan iB muamalat haji dan umrah terhadap keputusan menjadi nasabah."

2) Pertanyaan Penelitian

1. Apa yang di maksud dengan Produk Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah?
2. Bagaimana langkah-langkah atau strategi Bank Muamalat untuk memperkenalkan Produk Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah?
3. Bagaimana pengaruh tingkat pengetahuan nasabah tentang produk Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Muamalat Tasikmalaya?

B. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

a. Tujuan Penelitian

1. Agar dapat mengetahui produk Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah di Bank Muamalat Tasikmalaya.
2. Agar dapat mengetahui langkah-langkah Bank Muamalat dalam meningkatkan pengetahuan nasabah terhadap produk Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah.

3. Agar dapat mengetahui pengaruh tingkat pengetahuan nasabah tentang produk Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Muamalat Tasikmalaya.

b. Kegunaan Penelitian

1. Bagi penulis

- a. Dapat memberikan pengetahuan dan tambahan ilmu bagi penulis mengenai Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah di Bank Muamalat Tasikmalaya.
- b. Memberikan wawasan pengetahuan yang baru bagi penulis mengenai pelaksanaan Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah di Bank Muamalat Tasikmalaya.

2. Bagi IAILM Suryalaya

Penulis berharap semoga dari hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi IAILM Suryalaya khususnya untuk prodi Ekonomi Syariah.

3. Bagi Bank Muamalat Tasikmalaya

Penelitian ini diharapkan dapat mendukung upaya sosialisasi dan promosi produk Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah.

4. Bagi Nasabah

- a. Sebagai salah satu sarana pengenalan Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah bagi nasabah.
- b. Sebagai salah satu informasi ilmu pengetahuan bagi nasabah mengenai Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah.

C. Kajian Pustaka

Untuk mendukung penelitian ini, berikut ada beberapa penelitian terdahulu. Di-antaranya :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Eko Yuliawan "**Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah pada PT. Bank Syariah Cabang Bandung**" tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah pengetahuan konsumen tentang bank syariah akan memberikan pengaruh terhadap pengambilan keputusan untuk menjadi nasabah pada bank syariah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif analisis dimana metode ini hanya memberikan gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat serta hubungan antara fenomena yang sedang diteliti. Alat uji yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan metode regresi sederhana, dengan metode ini akan didapat pengaruh variabel bebas (pengetahuan konsumen) terhadap variabel terikat (keputusan menjadi nasabah) dan yang menjadi sampel penelitian ini adalah nasabah bank jabar syariah bandung sebanyak 101 orang, pengambilan sampel menggunakan metode teknik simple random sampling, kemudian dilakukan pengujian validitas dan reabilitas terhadap data yang diperoleh. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan konsumen sebesar 44.8%, sedangkan sisanya 55.2% dipengaruhi oleh faktor yang tidak diteliti.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Joko Purnomo Hadi yang berjudul **“Strategi pemasaran produk Tabungan Haji iB Tasya Baitullah di BPRS Suriyah Cabang Semarang”**. Penelitian ini membahas tentang strategi pemasaran dan kendala-kendala yang dihadapi dalam memasarkan produk tabungan haji iB Tasya Baitullah di BPRS Suriyah Cabang Semarang dengan menggunakan strategi pemasaran (a). Strategi produk, mencitakan branding dengan mempertimbangkan faktor-faktor berikut: mudah diingat, terkesan modern, dan memiliki arti positif (b). Strategi harga (c). Strategi tempat : menggunakan sistem jemput bola (d) Strategi promosi: spanduk, brosur, pemberian undian, kegiatan bakti sosial dan penjualan cara door to door. Sementara untuk kendala-kendala dalam pemasarannya adalah: (a). Tidak adanya pengembangan skill kepada marketing (b). Marketing fokus dalam satu tabungan saja sehingga produk yang lain di abaikan (c). Masih kalah saing dengan bank umum dan BPR yang berdiri sudah lebih lama dan berpengalaman (d). BPRS Suriyah belum menggunakan media elektronik untuk media promosi. Strategi yang digunakan hampir sama dengan yang digunakan BMI dalam memasarkan produk tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah, yang membedakan strategi promosi membuat program Rezeki Haji Berkah yang berhadiah umrah gratis.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Handy Indra Dermawan **“Strategi Pemasaran Haji dan Umrah PT.Arminareka Perdana”** isi

mix atau bauran pemasaran, menciptakan branding dengan akad wadi'ah, menggunakan sistem jempot bola, dan menggunakan beberapa media pemasaran seperti brosur, website, penjualan pribadi dan membuat program undian berhadiah umrah gratis. Adapun analisis yang dilakukan mencakup kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

Kesimpulan dari skripsi terdahulu dengan skripsi yang peneliti buat, terdapat kesamaan pada objek penelitian dan persamaan judul diskripsi pertama hanya saja skripsi tersebut lebih kepada yang umum sedangkan yang peneliti buat secara khusus kepada satu produk. Untuk skripsi terdahulu yang lain dengan skripsi yang peneliti buat ,berbeda judul namun ada yang sama ditempat penelitian dan sama – sama ingin berupaya mempromosikan produk tabungan iB muamalat haji dan umrah.

D. Kerangka Pemikiran

a. Pengetahuan Nasabah

Menurut Notoatmodjo : pengetahuan seseorang terhadap objek mempunyai intensitas atau tingkat yang berbeda-beda.³ Pengetahuan adalah informasi atau maklumat yang diketahui atau disadari oleh seseorang. Pada umumnya pengetahuan memiliki kemampuan prediktif terhadap sesuatu sebagai hasil pengenalan atas suatu pola. Manakala informasi dan data sekedar berkemampuan untuk menginformasikan atau bahkan menimbulkan kebingungan, maka pengetahuan berkemampuan untuk mengarahkan tindakan.

Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), pengetahuan bisa dimaknai sebagai segala sesuatu yang diketahui, kepandaian, atau segala sesuatu yang diketahui berkenaan dengan hal (mata pelajaran).⁴

Pengetahuan konsumen juga merupakan semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa, serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen. Pengetahuan terbagi menjadi tiga jenis pengetahuan produk yaitu :

1. Pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk.
2. Pengetahuan tentang manfaat produk.
3. Pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan oleh produk/jasa bagi konsumen.⁵

³ Notoatmodjo S, *Pengantar Pendidikan Kesehatan dan Ilmu Perilaku Kesehatan*, Rineke Cipta Jakarta: 2003, hal. 15

⁴ Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2002 (KBBI)

Faktor-faktor yang mempengaruhi pengetahuan menurut Notoatmodjo (2010)

yaitu :⁶

1) Pendidikan

Pendidikan adalah suatu usaha untuk mengembangkan kepribadian dan kemampuan di dalam dan di luar sekolah dan berlangsung seumur hidup.

2) Media masa / sumber informasi

Sebagai sarana komunikasi, berbagai bentuk media massa seperti televisi, radio, surat kabar, majalah, internet, dan lain-lain mempunyai pengaruh besar terhadap pembentukan opini dan kepercayaan orang.

3) Sosial budaya dan ekonomi

Kebiasaan dan tradisi yang dilakukan oleh orang-orang tanpa melalui penalaran apakah yang dilakukan baik atau buruk.

4) Lingkungan

Lingkungan adalah segala sesuatu yang ada disekitar individu, baik lingkungan fisik, biologis, maupun sosial.

5) Pengalaman : Pengalaman sebagai sumber pengetahuan adalah suatu cara untuk memperoleh kebenaran pengetahuan dengan cara

⁶<http://reziylbs.wordpress.com/2013/05/20/mengukur-tingkat-perhankan-syariah/> (diakses pada tanggal 9 April 2017, pukul 14:39)

⁷Notoatmodjo S. *Pengantar Pendidikan Kesehatan dan Ilmu Perilaku Kesehatan*, *ibid.* hal.23

mengulang kembali pengetahuan yang diperoleh dalam memecahkan masalah yang dihadapi masa lalu.

Kategori pengetahuan Menurut Notoatmodjo dan Machfoedz yaitu:

- a) Baik, bila subjek mampu menjawab dengan benar 76-100% dari seluruh pernyataan.
- b) Cukup, bila subjek mampu menjawab dengan benar 56-75% dari seluruh pernyataan.
- c) Kurang, bila subjek mampu menjawab dengan benar <56% dari seluruh pernyataan.

Setiap orang memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka dengan produk.

Produk yang dibutuhkan setiap konsumen bermacam-macam jenisnya. Oleh karena itu tugas pemasar adalah mencari dan mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen.

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kedalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan sesuatu keinginan atau semua kebutuhan.⁷

Menurut Indriyo Gitosudarmo, "Produk adalah segala sesuatu yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhan manusia ataupun organisasi."⁸

⁷ Denang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*, Jakarta : CAPS (Center Publishing Service, 2014), hlm.69

⁸ *Ibid.*, hlm 69.



Suatu produk tidak dapat dilepaskan dari yang namanya pemuasan kebutuhan dan keinginan konsumen. Suatu produk juga tidak dapat dikatakan memiliki nilai jual, jika produk tersebut tidak menarik bagi konsumen.

b. Keputusan Nasabah

Setiap konsumen melakukan berbagai macam keputusan tentang pencairan, pembelian, penggunaan beragam produk, dan merek pada setiap periode tertentu. Keputusan adalah sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif.

Seorang konsumen yang hendak melakukan pilihan maka ia harus memiliki pilihan alternatif. Jika konsumen tidak memiliki pilihan alternatif, maka hal tersebut bukanlah situasi konsumen melakukan keputusan.

Berdasarkan faktor yang dipertimbangkan, menurut Hawkins et al. Dalam Simamora, pengambilan keputusan pembelian dibagi dua yaitu:

a. Pengambilan keputusan berdasarkan atribut produk

Pada pengambilan keputusan ini memerlukan pengetahuan tentang apa atribut suatu produk dan bagaimana kualitas produk tersebut. Artinya keputusan diambil secara rasional dengan mengevaluasi atribut-atribut yang dipertimbangkan.

b. Pengambilan keputusan berdasarkan sikap

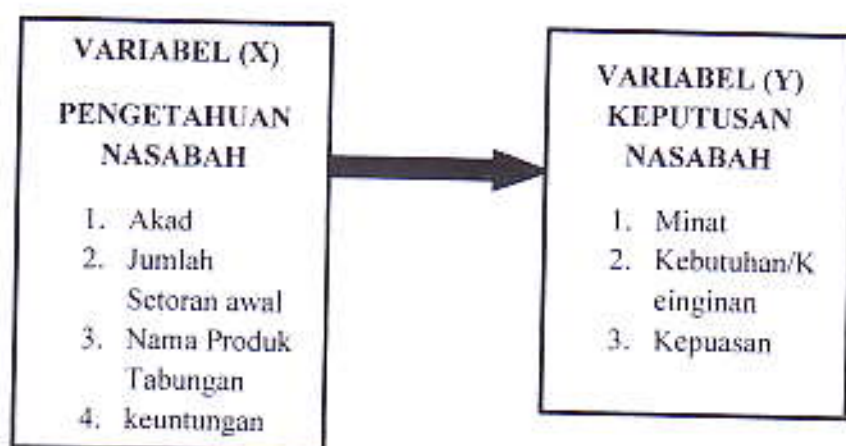
Pengambilan keputusan ini diambil berdasarkan kesan umum, intuisi maupun perasaan. Pengambilan keputusan ini bisa terjadi pada produk yang belum dikenal atau tidak sempat dievaluasi oleh konsumen.

Faktor-faktor yang menyebabkan perubahan sikap antara lain :

1. Faktor eksternal, yaitu faktor diluar dari individu yaitu dari lingkungan yang diterima.
2. Faktor internal, yaitu faktor yang berasal dari dalam diri individu, kemampuan menyeleksi atau menganalisis pengaruh yang datang dari luar termasuk di sini minat dan perhatian.⁹

Berdasarkan teori dalam kerangka pemikiran diatas, maka terdapat indikator yang membatasi variabel dari pengetahuan nasabah (X) yaitu : akad, jumlah setoran awal, nama produk tabungan. Sedangkan untuk indikator variabel dari keputusan (Y) yaitu : minat, kebutuhan/keinginan, kepuasan. Untuk lebih jelasnya, penulis menggambarkan variabel dalam penelitian ini sebagai berikut :

⁹ Sunaryo Sunyoto, *Praktek Riset Perilaku Konsumen*, Jakarta : CAPS, Cet. 2014, hlm.24.



Gambar 1.1

Paradigma kerangka berpikir

E. Metode Penelitian

1) Menentukan Jenis Metode Penelitian

Metodologi penelitian adalah sekumpulan peraturan, kegiatan, dan prosedur yang digunakan oleh pelaku suatu disiplin. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan metode penelitian kuantitatif. Terdapat beberapa jenis penelitian antara lain :

- a. Penelitian kuantitatif, adalah penelitian dengan memperoleh data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan.
- b. Penelitian kualitatif, data kualitatif adalah data yang berbentuk kata, skema, dan gambar.

Maka dari itu peneliti menggunakan jenis metode penelitian kuantitatif, merupakan penelitian yang bertujuan menjelaskan fenomena yang ada dengan menggunakan angka-angka untuk menemukan karakteristik individu atau

kelompok, menilai sifat dari kondisi-kondisi yang tampak. Tujuan dalam peneliti ini dibatasi untuk menggambarkan karakteristik sesuatu sebagaimana adanya.

2) Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang terdiri dari manusia, benda-benda, hewan, tumbuh-tumbuhan, gejala-gejala atau nilai test atau peristiwa-peristiwa sebagai sumber data yang memiliki karakteristik tertentu didalam suatu penelitian.¹⁰ Menurut Sugiyono, "Populasi adalah wilayah generalisasi terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu." Dalam penelitian ini populasinya adalah 8.567 yaitu nasabah yang masuk ke dalam produk tabungan iB muamalat haji dan umrah di Bank Muamalat Tasikmalaya.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.¹¹ Menurut Sugiyono, "Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut." Sedangkan menurut Arikunto, Penentuan pengambilan sampel sebagai berikut : apabila kurang dari 100 lebih baik diambil semua hingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Jika jumlah subjeknya besar dapat diambil antara 10 – 15% atau 20 – 55% atau lebih. Maka peneliti mengambil sampel sebanyak 99.

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm. 81.

¹¹ *Ibid.* Hlm. 81.

Penentuan ukuran sampel berdasarkan rumus solvin yaitu sebagai berikut:

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

Dimana :

n = Ukuran sample

N = Ukuran populasi

e = Toleransi nilai rata – rata yang diharapkan

tidak menyimpang, yaitu 10%

Diketahui :

$$N = 8567$$

$$e = 10 \%$$

jadi :

$$n = \frac{8567}{1 + (0,10)(0,10) \times 8567}$$

$$n = 98,84$$

Jadi sample yang digunakan untuk mewakili populasi dibulatkan menjadi 99 orang responden.

3) Oprasional Variabel

Untuk memudahkan dalam menganalisis data hasil penelitian, maka variabel yang akan diteliti adalah sebagai berikut :

Tabel 1.2
Indikator dari tiap variabel

Variabel	Konsep/Definisi	Indikator	Skala
Pengetahuan Nasabah (X)	Pengetahuan adalah kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk, pengetahuan ini meliputi produk, merek, atribut atau fitur produk, harga produk dan kepercayaan mengenai produk.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akad 2. Jumlah Setoran Awal 3. Nama Produk Tabungan 	Ordinal
Keputusan menjadi Nasabah (Y)	Menurut James A.F. Stoner menyatakan keputusan ialah suatu pemilihan diantara alternatif-alternatif.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Minat 2. Kebutuhan / keinginan 3. Kepuasan 	Ordinal

4) Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data sebagai kelengkapan dari penelitian, peneliti memperoleh informasi, data, dan bahan-bahan pendukung lainnya dengan menggunakan beberapa sumber data antara lain :

a. Studi Lapangan

1. Kuesioner atau Angket

Kuesioner suatu daftar yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang harus dijawab atau dikerjakan oleh responden atau orang tua/anak yang ingin diselidiki.¹² Metode angket merupakan serangkaian atau daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, kemudian dikirim untuk diisi oleh responden. Setelah diisi, angket dikirim kembali atau dikembalikan kepada peneliti. Kuesioner yang dipakai adalah model tertutup, yang dalam hal ini responden tinggal memilih jawaban-jawaban yang telah disediakan didalam kuesioner itu.

2. Wawancara

Wawancara adalah kegiatan mencari bahan (keterangan atau pendapat) melalui tanya jawab lisan dengan siapa saja yang diperlukan dalam penelitian.¹³ Disini penulis melakukan dialog atau tanya jawab langsung dengan karyawan di Bank Muamalat Tasikmalaya.

¹² Soehar Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kencana, 2006), hlm.123

¹³ Soemar Rianse dan Abdi, *Metodologi penelitian: Sosial dan Ekonomi Teori dan Aplikasi* Bandung: CV. Alfabeta, 2009), hlm.219.

3. Observasi

Observasi atau pengamatan adalah kegiatan kescharian manusia dengan menggunakan panca indra mata dan dibantu dengan panca indra lainnya. Peneliti melakukan observasi langsung ke Bank Muamalat Tasikmalaya.

4. Dokumentasi

Dokumentasi adalah sebuah cara yang dilakukan untuk menyediakan dokumen-dokumen dengan menggunakan bukti yang akurat dari pencatatan sumber-sumber informasi khusus dari karangan/tulisan, buku, undang-undang, dan sebagainya.¹⁴

b. Data Kepustakaan

Data kepustakaan adalah mengumpulkan informasi dan data dengan bantuan berbagai macam material yang ada diperpustakaan seperti dokumen, buku, catatan, majalah, kisah-kisah sejarah dsb.

5) Rancangan Analisis Data

a. Teknik pengolahan dan analisis data

Setelah data diperoleh dari pengisian kuisisioner, data awal yang sudah diseleksi akan diberi kode variable dan klasifikasi variable kemudian selanjutnya diolah dengan menggunakan program software SPSS. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik analisis data statistik deskriptif.

Analisis statistik deskriptif adalah analisis data dan informasi kedalam bentuk yang mudah di interpretasikan. Tujuan ini adalah untuk menentukan faktor-faktor penyebab suatu permasalahan dan kemudian membuat program yang

¹⁴ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineke Cipta, 1982, hlm. 131

digunakan untuk menyelesaikan masalah yang ditemukan dilapangan. Biasanya bentuk interpretasi ini dapat berupa table frekuensi, grafik, atau teks.

Hasil analisis statistik deskriptif ini dapat di kelompokkan menjadi dua, yaitu rangkuman statistik yang menunjukkan karakteristik responden dan rangkuman yang menunjukkan mean/rata-rata variable terikat menurut variable bebas terpilih sesuai dengan tujuan dan kepentingan penelitian. Berdasarkan informasi tersebut, dalam penelitian ini analisis statistik deskriptif akan memberikan uraian mengenai karakteristik responden dan bagaimana pengaruh tingkat pengetahuan nasabah tentang produk tabungan iB muamalat haji dan arah terhadap keputusan menjadi nasabah pada Bank Muamalat Tasikmalaya.

nilai rata-rata (*mean*) atas jawaban yang terkumpul dan sudah dikelompokkan untuk melihat kecenderungan penilaian responden terhadap pertanyaan dalam kuesioner. Hal ini dilakukan untuk memudahkan peneliti menginterpretasikan jawaban responden. Pemberian batas kelas dalam kategori baru bertujuan untuk memudahkan peneliti memutuskan pengkategorisasian dari *mean*.

b. Validitas dan Reliabilitas

Validitas adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner.¹⁵ Jadi validitas merujuk kepada ketepatan dan kecermatan test dalam menjalankan fungsi pengukurannya.

Reliabilitas menurut Anastasia dan Susana menyebutkan bahwa Reliabilitas adalah sesuatu yang merujuk pada konsistensi skor yang dicapai oleh

¹⁵ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, *ibid.* hlm. 137.

orang yang sama ketika mereka diuji ulang dengan tes yang sama pada kesempatan yang berbeda, atau dengan seperangkat butir-butir ekuivalen (*equivalent items*) yang berbeda, atau di bawah kondisi pengujian yang berbeda.¹⁶

Uji reabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrumen yang dalam hal ini kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama akan menghasilkan data yang konsisten.

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengukuran dapat memberikan hasil konsisten. Selain itu, reliabilitas berkaitan dengan keterandalan dan konsistensi suatu indikator. Semakin tinggi reliabilitas dari pengukuran, memberikan peneliti tingkat keyakinan yang lebih tinggi bahwa semua indikator individual konsisten dalam pengukurannya. Analisis reliabilitas digunakan untuk mengukur tingkat akurasi dan presisi dari jawaban yang mungkin dari beberapa pertanyaan. Nilai batas reliabilitas dengan menggunakan *Cronbach's Alpha* biasanya yang dapat diterima adalah 0,6.

c. Analisis Terhadap Kuesioner

Menurut Ridwan menyatakan bahwa dalam menyusun instrumen penelitian. Harus mengetahui dan paham tentang jenis skala pengukuran yang digunakan dan tipe-tipe skala pengukuran agar instrumen bisa diukur sesuai apa yang diukur dan bisa dipercaya serta variabel (konsisten) terhadap permasalahan instrumen penelitian.

Teknik pembobotan yang dilakukan dalam penyusunan kuesioner dalam penelitian ini adalah menggunakan *skala likert* yang berskala ordinal. Menurut

¹⁶ Awal Isgiyanto, *Teknik Pengambilan Sampel pada Penelitian Non Eksperimental* (Yogyakarta: Mitra Cendekia Press, 2009), hlm. 8.

Sugiyono menyatakan bahwa skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial, seperti : Sangat Setuju, Setuju, Ragu-ragu, Tidak setuju, Sangat tidak setuju.

d. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data terdistribusi dengan normal atau tidak. Analisis parametrik seperti regresi linier menyatakan bahwa data harus terdistribusi dengan normal.

e. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana adalah analisis untuk mengetahui hubungan antara satu variabel independen dengan variabel dependen dengan menggunakan persamaan linier. Persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = variabel dependen yang diramalkan

a = konstanta

b = koefisien regresi

X = variabel independen

f. Uji Hipotesis

a) Uji t

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Taraf signifikansi menggunakan 0,05. Pengambilan keputusannya adalah :

$t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ atau $- t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ jadi H_0 diterima

$t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ atau $- t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ jadi H_0 ditolak

b) Uji Simultan F

Untuk menjawab hipotesis dari penelitian ini, maka digunakan uji F. Uji F digunakan untuk menjawab pertanyaan apakah variabel independen (pengetahuan nasabah) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (keputusan menjadi nasabah). Asumsinya adalah:

1. Apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan menerima H_A . Artinya variabel (pengetahuan nasabah) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen (keputusan menjadi nasabah).
2. Apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan menolak H_A . Artinya variabel independen (pengetahuan nasabah) secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (keputusan menjadi nasabah).
3. Apabila nilai F hitung lebih besar dari F tabel, maka H_0 ditolak dan menerima H_a . Artinya variabel independen (pengetahuan nasabah) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen (keputusan menjadi nasabah).

c) Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar prosentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap dependen.¹⁷

6) Tempat dan Waktu Penelitian

a. Tempat Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi objek penelitian di Bank Muamalat Tasikmalaya. Lokasi ini dipilih untuk mendapatkan data yang akurat serta tempatnya yang tidak terlalu jauh dari tempat tinggal peneliti, sehingga memudahkan penulis untuk melakukan penelitian.

b. Waktu Penelitian : Waktu penelitian pada Bank Muamalat Tasikmalaya di laksanakan pada tanggal 7 sampai 21 Agustus 2017.

¹⁷ Suharsimi Arikunto, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kencana, 2006), hlm.123