BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kualitas Produk Tabungan

a) Produk

Produk adalah hasil dari produksi yang akan dilempar kepada konsumen untuk didistribusikan dan dimanfaatkan konsumen untuk memenuhi kebutuhannya.[12]

Produk di dalam perbankan syariah itu ada produk penghimpunan dana dan produk penyaluran dana. Adapun produk peghimpunan dana terdiri dari prinsip *wadiah* dan prinsip *mudharabah.* Kemudian produk penyaluran dana itu terdiri dari prinsip jual beli (*Ba`i*) atau *murabahah* dan prinsip bagi hasil. Yang terdiri dari produk penghimpun dana antara lain:

a. Prinsip *Wadiah*

Salah satu prinsip yang digunakan Bank Syariah dalam memobilisasi dana adalah dengan menggunakan prinsip titipan. Adapun akad yang sesuai dengan prinsip ini ialah *al-wadiah*. *Al-wadiah* merupakan titipan murni yang setiap saat dapat diambil jika pemiliknya menghendaki.[13]

---

[12] Mc Carthy dan Perrefault ,*Dasar-Dasar Pemasaran. Alih Bahasa Agus Dharma*. (Jakarta: Erlangga, 2003). hal 107.

[13] Syafi`i,Antonio. *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*. (Jakarta : Gema Insani Press. 2001). hal .148

Prinsip *wadi`ah* yang diterapkan adalah *wadi'ah yad dhamanah* yang diterapkan pada produk rekening giro. *Wadi'ah dhamanah* berbeda dengan *wadi'ah amanah*. Dalam *wadi'ah amanah*, pada prinsipnya harta titipan tidak boleh dimanfaatkan oleh yang dititipi. Sedangkan dalam hal *wadi'ah dhamanah*, pihak yang dititipi (bank) bertanggung jawab atas keutuhan harta titipan sehingga ia boleh memanfaatkan harta titipan tersebut.

Karena *wadi'ah* yang diterapkan dalam produk giro perbankan ini juga disifati dengan *yad dhamanah*, maka implikasi hukumnya sama dengan *qardh*, dimana nasabah bertindak sebagai yang meminjamkan uang, dan bank bertindak sebagai yang dipinjami. Jadi mirip seperti yang dilakukan Zubair bin Awwam ketika menerima titipan uang di jaman Rasulullah SAW'.

Kemudian pada prinsip *wadi`ah* ini dapat dikombinasikan dengan prinsip *mudharabah* sehingga bank dapat menetapkan besarnya bonus yang diterima oleh penitip dengan menetapkan nisbah. Akad antara bank dengan penitip adalah *wadiah yad ad-dhamanah*, sedangkan dengan pengguna dana adalah *mudharabah*. Dengan adanya dua akad yang dilakukan pada *wadiah* tersebut, maka dimungkinkan penitip mendapatkan bagi hasil dari keuntungan yang diperoleh pengelola titipan.[14]

Secara umum terdapat dua jenis wadiah, *wadiah yad al-amanah* dan *wadiah yad adh-dhamanah*.

---

[14] Muljono, Djoko, *Buku Akuntansi Perbankan dan Lembaga Keuangan Syariah*,(Yogyakarta: ANDI, 2015), Hal. 59.

1. *Wadi`ah yad al-amanah*

Wadi`ah yad al-amanah* adalah dimana penerima titipan tidak bertanggung jawab atas kehilangan atau kerusakan barang yang ditipkan selama bukan akibat dari kelalaian yang dititipi. Pihak yang menerima titipan pada *wadi`ah yad al-amanah ini tidak boleh menggunakan dan memanfaatkan uang atau barang yang dititipkan, tetapi harus benar-benar menjaganya sesuai kelaziman. Pihak menerima titipan dapat membebankan biaya kepada penitip sebagai biaya penitipan. Dengan

Demikian, penitip tidak akan mendapatkan keuntungan dari titipannya, bahkan dia dibebankan memberikan biaya penitipan, sebagai jasa bagi pihak perbankan.[15]

Wadi`ah jenis ini memilik karakteristik sebagai berikut:

a. Harta atau barang yang dititipkan tidak boleh dimanfaatkan dan digunakan oleh penerima titipan.
b. Penerima titipan hanya berfungsi sebagai penerima amanah yang bertugas dan berkewajiban untuk menjaga barang yang dititipkan tanpa boleh memanfaatkannya.
c. Sebagai kompensasi, penerima titipan diperkenankan untuk membebankan biaya kepada yang menitipkan.
d. Mengingat barang atau harta yang dititipkan tidak boleh dimanfaatkan oleh penerima titipan, aplikasi perbankan yang memungkinkan untuk jenis ini adalah jasa penitipan atau *safe deposite box*.

[15] Muljono, Djoko, *Ibid*, Hal. 57.

e. Keuntungan atau kerugian dari penyaluran dana menjadi hak milik atau ditanggung bank, sedang pemilik dana tidak dijanjikan imbalan dan tidak menanggung kerugian. Bank dimungkinkan memberikan bonus kepada pemilik dana sebagai suatu insentif untuk menarik dana masyarakat namun tidak boleh diperjanjikan di muka.

f. Bank harus membuat akad pembukaan rekening yang isinya mencakup izin penyaluran dana yang disimpan dan persyaratan lain yang disepakati selama tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Khusus bagi pemilik rekening giro, bank dapat memberikan buku cek, bilyet giro, dan debit card.

g. Terhadap pembukaan rekening ini bank dapat mengenakan pengganti biaya administrasi untuk sekedar menutupi biaya yang benar-benar terjadi.

h. Ketentuan-ketentuan lain yang berkaitan dengan rekening giro dan tabungan tetap berlaku selama tidak bertentangan dengan prinsip syariah.

2. *Wadiah yad adh-dhamanah*.

Wadi`ah yad adh-dhamanah adalah dimana penerima titipan memanfaatkan barang titipan tersebut dengan seizin pemiliknya dan menjamin untuk mengembalikan titipan tersebut secara utuh setiap saat kala pemilik menghendakinya. Akad pentitipan tersebut, pihak yang diberi kepercayaan dapat memanfaatkan barang titipan dan bertanggung jawab atas titipan tersebut bila terjadi kerusakan atau kelalaian dalam

menjaganya, dan keuntungan dari pemanfaatan barang titipan tersebut menjadi hak penerima titipan. Semua keuntungan yang dihasilkan dari dana titipan tersebut menjadi milik yang di titipi (Bank atau Lembaga Keuangan Syariah), tetapi dapat juga diberikan bonus kepada penitip bonus dengan catatan tidak disyaratkan sebelumnya dan jumlah tidak ditetapkan dalam nominal persentase.[16]

Wadi`ah jenis ini memilik karakteristik sebagai berikut:

a. Harta dan barang yang dititipkan boleh dan dapat dimanfaatkan oleh yang menerima titipan.
b. Karena dimanfaatkan, barang dan harta yang dititipkan tersebut tentu dapat menghasilkan manfaat. Sekalipun demikian, tidak ada keharusan bagi penerima titipan untuk memberikan hasil pemanfaatan kepada si penitip.
c. Produk perbankan yang sesuai dengan akad ini yaitu giro dan tabungan.
d. Bank konvensional memberikan jasa giro sebagai imbalan yang dihitung berdasarkan persentase yang telah ditetapkan. Adapaun pada bank syariah pemberian bonus (semacam jasa giro) tidak boleh disebutkan dalam kontrak ataupun dijanjikan dalam akad, tetapi benar-benar pemberian sepihak sebagai tanda terima kasih dari pihak bank.

[16] Muljono, Djoko, *Ibid*, Hal. 58

e. Jumlah pemberian bonus sepenuhnya merupakan kewenangan manajemen bank syariah karena pada prinsipnya dalam akad ini penekanannya adalah titipan.

f. Produk tabungan juga dapat menggunakan akad *wadi`ah* karena pada prinsipnya tabungan mirip dengan giro, yaitu simpanan yang bisa diambil setiap saat. Perbedaannya, tabungan tidak dapat ditarik dengan cek atau alat lain yang dipersamakan.[17]

b. Prinsip *Mudharabah*

Dalam pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) nomor 105 tentang Akuntansi *Mudharabah*, dijelaskan bahwa *Mudharabah* merupakan akad kerjasama usaha antara dua pihak dimana pihak pertama (pemilik dana) menyediakan seluruh dana, sedangkan pihak kedua (pengelola dana) bertindak selaku pengelola, dan keuntungan usaha dibagi antara mereka sesuai kesepakatan sedangkan kerugian finansial hanya ditanggung oleh pengelola dana.

Kata *Mudharabah* secara etimologi berasal dari *darb*. Dalam bahasa arab, kata ini termasuk diantara kata yang mempunyai banyak arti. Diantaranya memukul, berdetak, mengalir, berenang, bergabung, menghindar berubah, mencampur, berjalan dan lain sebagainya. Perubahan makna tersebut bergantung pada kata yang mengikutinya dan konteks yang membentuknya. Menurut terminologis, *mudharabah* diungkap secara bermacam-macam oleh para ulama madzhab.

[17] Bank Islam Malaysia Berhad, *Islamic Banking Practice From The practitioners perspecture*, (Kuala Lumpur, BIMB, 1994).

Diantaranya menurut madzhab Hanafi,”suatu perjanjian untuk berkongsi didalam keuntungan dengan modal dari salah satu pihak dan kerja (usaha) dari pihak lain. “Sedangkan madzhab Maliki menamainya sebagai penyerahan uang dimuka oleh pemilik modal dalam jumlah uang yang ditentukan kepada seorang yang akan menjalankan usaha dengan uang uang itu dengan imbalan sebagai dari keuntungannya. Madzhab Syafi`i mendefinisikan bahwa pemilik modal menyerahkan sejumlah uang kepada pengusaha untuk dijalankan dalam satu usaha dagang dengan keuntungan menjadi milik bersama antara keduanya. Sedangkan madzhab Hambali menyatakan sebagai penyerahan suatu barang atau sejenisnya dalam jumlah yang jelas dan tertentu kepada orang yang mengusahakannya dengan mendapatkan bagian tertentu dari keuntungannya.

Al-Quran membolehkan *mudharabah* ini dengan mengambil dasar QS.Al Muzammil ayat 20 sebagai berikut :

عَلِمَ أَنْ سَيَكُونُ مِنْكُمْ مَرْضَىٰ ۙ وَآخَرُونَ يَضْرِبُونَ فِي الْأَرْضِ يَبْتَغُونَ مِنْ فَضْلِ اللَّهِ ۙ وَآخَرُونَ يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ ۖ فَاقْرَءُوا مَا تَيَسَّرَ مِنْهُ(20)

“ *Dia mengetahui bahwa akan ada di antara kamu orang-orang yang sakit dan orang-orang yang berjalan di muka bumi mencari sebagian karunia Allah, dan orang-orang yang lain lagi yang berperang di jalan Allah, maka bacalah apa yang mudah (bagimu) dari Al-Quran.”* (QS. Al- Muzammil:20).[18]

[18] Salim, Bahreisy, *Tarjamah Al-Quran Al-Hakim*,(Jakarta: Lajnah Pentashih Mushaf Al-Qur`an, Departemen Agama RI, 2000), juz 29, hal.576.

Juga diriwayatkan dari Ibnu Abbas, bahwa Sayyidina Abbas bin Abdul Mutholib jika memberikan dana kepada mitranya secara *mudharabah* ia mensyaratkan supaya dananya tidak dibawa untuk mengarungi lautan, menuruni lembah yang berbahaya, atau membeli ternak. Jika menyalahi aturan tersebut, yang berhutang bertanggungjawab atas dana tersebut. Disampaikannya syarat-syarat tersebut kepada Rasulullah SAW dan Rasulullah pun membolehkannya.(HR. Tabrani).

Mudharabah merupakan akad kerjasama usaha antara dua pihak diaman pihak pertama menyediakan 100% modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola. Keuntungan usaha secara *mudharabah* dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak. Sedangkan apabila rugi ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian itu bukan akibat kelalaian pengelola, seandainya kerugian tersebut akibat kecurangan atau kelalaian pengelola, maka pengelola harus bertanggungjawab atas kerugian tersebut.[19]

Dalam PSAK 105, *Mudharabah* di klasifikasikan menjadi tiga jenis, antara lain :

1) *Mudharabah Muthlaqah*

Mudharabah Muthlaqah merupakan *Mudharabah* dimana pemilik dananya memberikan kebebasan kepada pengelola dana dalam pengelolaan investasinya. Jenis *mudharabah* ini tidak ditentukan masa berlakunya, di daerah mana usaha tersebut akan dilakukan, tidak

[19] Syafi`i,Antonio. *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, ...,hal .95.

ditentukan *line of trade*, *line of industry* atau *line of service* yang akan dikerjakan. Namun kebebasan ini bukan kebebasan yang tak terbatas sama sekali. Modal yang ditanamkan tetap tidak boleh digunakan untuk membiayai proyek atau investasi yang dilarang oleh islam seperti untuk keperluan spekulasi, perdagangan miras, peternak babi, ataupu yang berkaitan dengan riba dan lain sebagainya.

Dalam *mudharabah muthlaqah*, pengelola dana memiliki kewenangan untuk melakukan apa saja dalam pelaksanaan bisnis keberhasilan tujuan *mudharabah* itu. Namun, apabila ternyata pengelola dana melakukan kelalaian atau kecurangan, maka pengelola dana harus bertanggung jawab atas konsekuensi-konsekuensi yang ditimbulkannya. Sedangkan apabila terjadi kerugian atas usaha itu, yang bukan karena kelalaian dan kecurangan pengelola dana maka kerugian itu akan ditanggung pemilik dana.

2) *Mudharabah Muqayyadah*

Mudharabah Muqayyadah merupakan *mudharabah* dimana pemilik dana memberikan batasan kepada pengelola antara lain mengenai dana, lokasi, cara, atau objek investasi atau sektor usaha. Misalnya, tidak mencampur dana yang dimiliki oleh pemilik dana dengan dana lainnya, tidak menginvestasikan dananya pada transaksi penjualan cicilan tanpa penjamin atau mengharuskan pengelola dana untuk melakukan investasi sendiri tanpa melalui pihak ketiga.

3) *Mudharabah Musytarakah*

Mudharabah Musytarakah merupakan *mudharabah* diaman pengelola dana menyertakan modal atau dananya dalam kerja saama investasi. Di awal kerja sama, akad yang disepakati adalah akad *mudharabah* dengan modal 100% dari pemilik dana, setelah berjalannya operasi usaha dengan pertimbangan tertentu dan kesepakatan dengan pemilik dana, pengelola dana ikut menanamkan modalnya dalam usaha tersebut. *Mudharabah* jenis ini merupakan perpaduan antara akad *mudharabah* dan *musyarakah*.

Adapun produk penyaluran dana terdiri dari :

a. Prinsip *Murabahah*

Dalam daftar istilah himpunan fatwa DSN (dewan syariah nasional) dijelaskan bahwa yang dimaksud dengan *murabahah* adalah menjual suatu barang dengan menegaskan harga belinya kepada pembeli dan pembeli membayarnya dengan harga yang lebih sebagai laba. Definisi lain *murabahah* adalah jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati.[20] Dalam islam, jual beli sebagai sarana tolong menolong antara sesama umat manusia yang diridhai oleh Allah SWT. "Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba" (QS. Al-baqarah :275).[21]

Murabahah dalam konotasi islam pada dasarnya berarti penjualan. Penjualan pada *murabahah* secara jelas memberi tahu kepada pembeli

[20] Muhammad, *Model-model Akad Pembiayaan di Bank Sharia*, (Yogyakarta.: UII Pres Yogyakarta, 2009), hal.57

[21] Wiroso,*Jual Beli Murabahah*, (Yogyakarta :UII Press Yogyakarta, 2005), hal.14

berapa nilai pokok pada nilai tersebut. Keuntungan tersebut bisa berupa nominal keseluruhan (*lump sum*) atau berdasarkan persentase.

Fatwa DSN Tentang Ketentuan *Murabahah*. Pembiayaan *murabahah* telah diatur dalam Fatwa DSN No. 04/DSN-MUI/IV/2000. Dalam fatwa tersebut disebutkan ketentuan umum mengenai *murabahah*, yaitu sebagai berikut:

1. Bank dan nasabah harus melakukan akad *murabahah* yang bebas riba.
2. Barang yang diperjual belikan tidak diharamkan oleh syari'at Islam.
3. Bank membiayai sebagian atau seluruh harga pembelian barang yang telah disepakati kualifikasinya.
4. Bank membeli barang yang diperlukan nasabah atas nama bank sendiri, dan pembelian ini harus sah dan bebas riba.
5. Bank harus menyampaikan semua hal yang berkaitan dengan pembelian, misalnya jika pembelian dilakukan secara utang.
6. Bank kemudian menjual barang tersebut kepada nasabah (pemesan) dengan harga jual senilai harga plus keuntungannya. Dalam kaitan ini bank harus memberitahu secara jujur harga pokok barang kepada nasabah berikut biaya yang diperlukan.
7. Nasabah membayar harga barang yang telah disepakati tersebut pada jangka waktu tertentu yang telah disepakati.

8. Untuk mencegah terjadinya penyalahgunaan atau kerusakan akad tersebut, pihak bank dapat mengadakan perjanjian khusus dengan nasabah.
9. Jika bank hendak mewakilkan kepada nasabah untuk membeli barang kepada pihak ketiga, akad jual beli murabahah harus dilakukan setelah barang, secara prinsip menjadi milik bank.

b. Prinsip Bagi Hasil

Bagi hasil adalah sistem pembagian hasil usaha dimana pemilik modal bekerja sama dengan pelaksana modal untuk melakukan kegiatan usaha. Apabila kegiatan usaha menghasilkan keuntungan maka dibagi berdua dan ketika mengalami kerugian ditanggung bersama pula. Sistem bagi hasil menjamin danya keadilan dan tidak ada pihak yang tereksploitasi.

Islam menganjurkan menggunakan sistem bagi hasil dan secara tegas melarang sistem riba dalam Al-Quran dan Al-Hadits. Apabila diperhatikan lebih mendalam mengenai pinjam meminjam dengan sistem bunga (riba), ternyata dalam sitem riba ini terdapat potensi terjadinya perselisihan dan kedzaliman antara kedua belah pihak. Walaupun di awal sudah ada kesepakatan bersama antara kedua belah pihak mengenai adanya riba atau bunga dalam transaksi pinjam meminjam, tetapi dalam pelaksanaan perjanjian tersebut sangat besar potensi timbulnya rasa keberatan, perselisihan dan kezaliman antara kedua belah pihak. Salah satu contohnya adalah ketika si peminjam mengalami kesulitan ekonomi karena usahanya sedang merugi, maka disaat dia sudah kesulitan untuk

membayar kewajiban angsuran hutangnya, dia juga harus membayar tambahan bunga yang tentunya akan semakin memberatkannya.

Selain itu apabila ditinjau dari segi kemanusiaan, dimana manusia merupakan makhluk sosial yang harus saling tolong menolong, maka sistem pinjam meminjam dengan menggunakan bunga ini tidak mencerminkan sikap saling tolong menolong antara sesama manusia. Dimana si pemberi pinjaman seperti orang yang hanya menikmati keringat dari hasil kerja keras orang lain (peminjam). Sebab dengan hanya memberikan pinjaman uang, si pemberi pinjaman akan menerima tambahan (riba/bunga) setiap bulannya. Bahkan tanpa peduli apakah usaha kerja keras dari peminjam tersebut memperoleh keuntungan atau malah merugi, sang pemberi pinjaman tetap harus menerima angsuran hutang ditambah dengan bunganya setiap bulan. Hal diatas apabila disadari dan dirasakan langsung oleh peminjam, maka ada kemungkinan dia akan merasa kecil hati dan merasa dizhalimi.

b) Tabungan

Tabungan merupakan salah satu jenis dari produk simpanan. Bagi lembaga keuangan syariah, simpanan adalah sumber dana utama yang sejatinya ditahan untuk kepentingan transaksi.

Tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan dengan syarat tertentu yang telah disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek dan alat-alat lainnya. Pengertian dalam pasal 1 angka 21 Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah yang

menyebutkan bahwa tabungan adalah simpanan berdasarkan akad *wadiah* atau investasi dana berdasarkan akad *mudharabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan yang disepakati. Tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyat giro, atau alat lainnya.[22] Tabungan *mudharabah* mempunyai sifat dana invenstasi, penarikan hanya dapat dilakukan pada periode/waktu tertentu, insentif berupa bagi hasil.[23]

Macam-macam tabungan berdasarkan fatwa DSN dan Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah tabungan ada dua yaitu tabungan *wadiah* dan tabungan *mudharabah*.

a) Tabungan *wadiah*

Tabungan *wadiah* merupakan tabungan yang dijalankan berdasarkan akad *wadiah*, yakni titipan murni yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat sesuai dengan kehendak pemiliknya. Tabungan berakad *wadiah* merupakan tabungan dengan skema titipan. Tabungan tersebut sesuai bagi anggota yang mengutamakan keamanan dana dan kemudahan transaksi sehari-hari.

Dalam Fatwa DSN MUI No 2 Tahun 2000 tentang tabungan, ketentuan umum tabungan berdasarkan akad *wadiah* adalah bersifat simpanan yang bisa diambil kapan saja (on call) atau berdasarkan

---

[22] Ghofur, Anshori, *Perbankan Syariah di Indonesia*, (Yogyakarta : Gadjah Mada Universitiy Press, 2009), hal. 92.

[23] Wiroso, *Penghimpunan Dana dan Distribusi Hasil Usaha Bank Syariah*, (Jakarta : PT. Grasindo, 2005), hal. 52.

kesepakatan, dan tidak ada imbalan yang disyaratkan, kecuali dalam bentuk pemberian seperti insentif bonus.

Dalam akad *wadiah* ini, anggota berlaku sebagai penitip yang memberikan hak kepada lembaga keuangan syariah untuk memanfaatkan dana yang dititipkannya. Sementara, terakit pengelolaan dananya, lembaga keuangan syariah yang bertindak sebagai pihak yang dititipi dana tersebut memiliki hak untuk memanfaatkan dana yang tersempan dan bertanggung jawab penuh terhadap penggunaan dananya. Lembaga keuangan syariah wajib mengembalikan dana simpanan jika anggota mengehendaki. Terkait dengan produk tabungan *wadiah*, lembaga keuangan syariah menggunakan akad *wadiah yad adh-dhamanah* yaitu akad penitipan barang dimana pihak penerima titipan dengan atau tanpa izin pemilik barang dapat memanfaatkan barang titipan dan harus bertanggung jawab terhadap kehilangan atau kerusakan barang. Semua manfaat dan keuntungan yang diperoleh dalam penggunaan barang tersebut menjadi hak penerima titipan. Sebagai konsekuensinya, lembaga keuangan syariah bertanggung jawab terhadap keutuhan harta titipan tersebut serta mengembalikannya kapan saja pemiliknya (anggota) menghendaki.

b) Tabungan *mudharabah*

Tabungan *Mudharabah* adalah tabungan yang dijalankan berdasarkan akad *mudharabah*. *Mudharabah* mempunyai dua bentuk, yakni *mudharabah mutlaqah* dan *mudharabah muqayyadah*, yang perbedaan utama di antara keduanya terletak pada ada atau tidaknya

persyaratan yang diberikan pemilik dana kepada lembaga keuangan syariah dalam mengelola hartanya. Dalam hal ini, lembaga keuangan syariah bertindak sebagai *mudharib* (pengelola dana), sedangkan anggota bertindak sebagai *shahibul mal* (pemilik dana). Lembaga keuangan syariah dalam kapasitasnya sebagai *mudharib*, mempunyai kuasa untuk melakukan berbagai macam usaha yang bertentangan dengan prinsip syariah serta mengembangkannya, termasuk melakukan akad *mudharabah* dengan pihak lain.

Dari hasil pengelolaan dana *mudharabah*, lembaga keuangan syariah akan membagihasilkan kepada pemilik dana sesuai dengan nisbah yang telah disepakati dan dituangkan dalam akad pembukaan pembiayaan.

c) Kualitas Produk

Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan/ tersirat.[24]

Apabila perusahaan ingin mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam pasar harus mengerti aspek dimensi kualitas produk. Adapun dimensi kualitas produk diantaranya sebagai berikut :[25]

a. *Performance* (kinerja), hal ini berkaitan dengan aspek fungsional suatu barang dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan pelanggan dalam membeli barang tersebut.

---

[24] Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran. Jilid II. Edisi Kesebelas. Alih Bahasa Benyamin Molan*....., hal 49.

[25] Orville ,dkk, *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Globa*l. (Jakarta: Erlangga, 2005), hal 422

b. *Features* (fitur), yaitu aspek formasi yang berguna untuk menambah fungsi dasar, berkaitan dengan pilihan-pilihan produk dan gambarannya.

c. *Reliability* (reliabilitas), hal yang berkaitan dengan probabilitas atau kemungkinan suatu barang berhasil menjalankan fungsinya setiap kali digunakan dalam periode waktu tertentu dan dalam kondisi tertentu pula.

d. *Conformance to specification* (kesesuaian dengan spesifikasi), hal ini berkaitan dengan tingkat kesesuaian terhadap spesifikasi yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan pelanggan.

e. *Durability* (Daya tahan), yaitu suatu refleksi umur ekonomis berupa ukuran daya tahan atau masa pakai barang.

f. *Serviceability* (kemampuan), yaitu karakteristik yang berkaitan dengan kecepatan, kompetensi, kemudahan, dan akurasi dalam memberikan layanan untuk perbaikan barang.

g. *Aesthetics* (estetika), merupakan karakteristik yang bersifat subyektif mengenai nilai-nilai estetika yang berkaitan dengan pertimbangan pribadi dan refleksi dari preferensi individual

h. *Perceived quality* (kesan kualitas), konsumen tidak selalu memiliki informasi yang lengkap mengenai atribut-atribut produk. Namun demikian, biasanya konsumen memiliki informasi tentang produk secara tidak langsung.

Suatu produk dapat dikatakan memiliki kualitas yang baik bila di dalam produk tersebut tercakup dimensi tersebut. Dengan adanya dimensi tersebut dalam suatu produk, maka diharapkan agar produk tersebut

memiliki nilai lebih dibanding produk - produk pesaing. Membangun mutu produk merupakan lanngkah strategis yang harus ditempuh perusahaan.

Hal ini disebabkkan bahwa mutu produk merupakan nilai lebih dimata para pelanggan. Pencapaian nilai mutu diwujudkan dengan membangun suatu proses yang lebih baik dan sistem produk yang mampu menekan biaya relatif lebih murah. Oleh karena itu mutu produk merupakan alat kompetitif yag efektif dalam mencapai keunggulan bersaing.

Peningkatan kualitas produk merupakan suatu yang sangat penting, dengan demikian produk perusahaan semakin lama semakin tinggi kualitasnya. Apabila peningkatan kualitas produk dilaksanakan oleh perusahaan, maka perusahaan tersebut akan dapat tetap memuaskan para konsumen dan dapat menambah jumlah konsumen. Dalam perkembangan suatu perusahaan, persoalan kualitas produk akan ikut menentukan pesat tidaknya perkembangan perusahaan tersebut.

B. Tinjauan Umum Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas layanan merupakan ukuran penilaian menyeluruh atas tingkat suatu pelayanan yang baik, kualitas layanan (*service quality*) sebagai hasil persepsi dari hasil perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual pelayanan. [26]

[26] Lupiyoadi. *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi ke-2*. (Jakarta : Salamba Empat, 2008), hal. 180.

Kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi tingkat keinginan pelanggan.[27] Apabila pelayanan yang di sampaikan dapat diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Apabila jasa atau pelayanan yang diterima melampaui harapan anggota, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan buruk.

Sehingga disimpulkan bahwa kualitas layanan adalah persepsi nasabah mengenai keunggulan produk atau layanan yang diterimanya dari penyedia jasa. Untuk mencapai tingkat kualitas layanan yang terbaik, perusahaan harus memulainya dari memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dan berakhir pada penilaian nasabah terhadap pelayanan yang diterimanya. Dalam menilai baik tidaknya kualitas layanan bukanlah dari sudut pandang atau persepsi perusahaan (penyedia jasa) melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi nasabah (pengguna/penerima jasa). Perusahaan yang mampu memberikan layanan yang baik kepada nasabah atau pelanggannya memiliki peluang terbesar untuk bisa terus dikunjungi oleh pelanggannya [28]

Sebagaimana yang diajarkan dalam Islam, apabila ingin memberikan hasil usaha baik berupa produk maupun jasa hendaknya memberikan yang

---

[27] Tjiptono, Fandy.*Service, Quality & Satisfaction*, (Yogyakarta: ANDI,2011), hal. 59

[28] Krismanto, Adi. 2009. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada PT Bank Rakyat Indonesia Cabang Semarang Pattimura (http://eprints.undip.ac.id/16154/1/Adi_Krismanto.pdf, diakses 01 Januari 2018), Hal. 35

berkualitas baik, sehingga dapat memberikan manfaat bagi pemakainya. Seperti yang dijelaskan dalam Al-Quran Surat Al-Baqarah ayat 267:

يَا أَيُّهَا الَّذِيْنَ آمَنُوْاْ أَنفِقُوْا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ ٱلْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوْا ٱلْخَبِيْثَ مِنْهُ تُنفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغمِضُوا فِيهِ وَاعلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ (278)

"*Wahai orang-orang yang beriman! Infaq kanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu keluarkan, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya, Maha Terpuji".*[29]

Salah satu pendekatan kualitas pelayanan yang banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah model *service quality* yaitu sebagai berikut: [30]

a. *Tangible* (bukti langsung)

   Tangible yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan aksistensinya kepada eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa, misalnya fasilitas fisik (gedung, ruang tunggu, tempat parkir), perlengkapan, peralataan yang digunakan serta para pegawainya.

b. *Realibility* (kehandalan)

   Reliability yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan pada pelanggan.

---

[29] Salim, Bahreisy, 2010 ,*Al-Qur`an dan Tarjamah,* (Jakarta: Lajnah Pentashih Mushaf Al-Qur`an, Departemen Agama RI, 2000), Juz 2, hal. 45.

[30] Nirwana, *Prinsip-prinsip Pemasaran Jasa*, (Malang: DIOMA, 2004), hal 29

c. *Responsiveness* (daya tanggap)

Responsiveness yaitu suatu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang cepat dan tepat pada pelanggan, dengan menyampaikan informasi yang jelas atau tidak membiarkan pelanggan menuggu terlalu lama tanpa adanya kejelasan dan memberikan penyelesaian terhadap masalah pelanggan dengan cepat sesuai apa yang dijanjikan.

d. *Assurance* (jaminan)

Assurance yaitu pengetahuan, kesopan santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan pada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain: komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun. *Emphaty* (perhatian)

e. *Emphaty* yaitu mampu memberikan kemudahan serta menjalin hubungan dengan nasabah secara efektif. Kemudian juga mampu memahami kebutuhan individu setiap nasabahnya secara tepat dan cepat.[31] Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

C. Tinjauan Umum Minat Menabung

Minat dalam kamus besar bahasa Indonesia diartikan sebagai sebuah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu gairah atau keinginan.[32] Minat merupakan kecenderungan seseorang untuk menentukan pilihan

[31] Kasmir, *Pemasaran Bank*, ...,hal 68.

[32] Anton M. Moeliono, dkk, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1999), hal. 225.

aktivitas. Pengaruh kondisi-kondisi individual dapat merubah minat seseorang. Sehingga dapat dikatakan minat sifatnya tidak stabil.[33]

Secara etimologi pengertian minat adalah perhatian, kesukaan (kecenderungan hati) kepada sesuatu keinginan.[34] Sedangkan menurut istilah ialah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu.[35]

Minat merupakan motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih. Setiap minat akan memuaskan suatu kebutuhan. Dalam melakukan fungsinya kehendak itu berhubungan erat dengan pikiran dan perasaan. Pikiran mempunyai kecenderungan bergerak dalam sektor rasional analisis, sedang perasaan yang bersifat halus/tajam lebih mendambakan kebutuhan. Sedangkan akal berfungsi sebagai pengingat fikiran dan perasaan itu dalam koordinasi yang harmonis, agar kehendak bisa diatur dengan sebaik-baiknya.[36] Ada beberapa tahapan minat antara lain:

a. Informasi yang jelas sebelum menjadi nasabah.
b. Pertimbangan yang matang sebelum menjadi nasabah.
c. Keputusan menjadi nasabah .

---

[33] Muhaimin, *Korelasi Minat Belajar Pendidikan Jasmani terhadap hasil Belajar Pendidikan Jasmani*, (Semarang: IKIP, 1994), hal. 4

[34] WJS.Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1982), hal. 650.

[35] Andi Mappiare, *Psikologi Remaja*, (Surabaya: Usaha Nasional, 1997), hal. 62

[36] Sukanto M.M., *Nafsiologi*, (Jakarta: Integritas Press, 1985), hal. 120

Dengan demikian maka dapat dikatakan bahwa minat adalah dorongan kuat bagi seseorang untuk melakukan segala sesuatu dalam mewujudkan pencapaian tujuan dan cita-cita yang menjadi keinginannya. Selain itu minat dapat timbul karena adanya faktor eksternal dan juga adanya faktor internal. Minat yang besar terhadap suatu hal merupakan modal yang besar untuk membangkitkan semangat untuk melakukan tindakan yang diminati dalam hal ini minat menabung.

Menabung sebagai kegiatan menyimpan uang dalam tabungan di kantor pos atau di bank,[37] Menyimpan uang di bank dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan di masa yang akan datang.[38]

Pada prinsipnya perilaku pembelian atau minat menabung nasabah seringkali di awali dan dipengaruhi oleh banyaknya rangsangan dari luar dirinya, baik berupa rangsangan pemasaran maupun dari lingkungannya. Rangsangan tersebut kemudian diproses dalam diri sesuai dengan karakteristik pribadinya, sebelum akhirnya diambil keputusan menabung. Karakteristik pribadi konsumen yang dipergunakan untuk memproses rangsangan tersebut sangat kompleks dan salah satunya adalah motivasi untuk menabung.

Berdasarkan paparan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa minat menabung adalah kekuatan yang mendorong individu untuk memberikan perhatiannya terhadap kegiatan menyimpan uang di bank yang dilakukan

---

[37] Badudu JS dan Zain, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta:Pustaka Sianar Harapan), hal. 139

[38] Aromasari,T.1991. *Hubungan Antara Sikap terhadap Tabungan Berhadiah dengan Minat Menabung Mahasiswa pada Bank di Beberapa Universitas di Yogyakarta.*di akses pada tanggal 22 November 2017.

secara sadar, tidak terpaksa dan dengan perasaan senang. Adapun hal-hal yang dapat mempengaruhi minat menabung, yaitu :[39]

a. Kebudayaan; kebiasaan yang biasa ditanamkan oleh lingkungan sekitar, misalnya guru yang mengarahkan anak didiknya untuk rajin menabung.
b. Keluarga; orang tua yang rajin menabung secara tidak langsung akan menjadi contoh bagi anak-anaknya.
c. Sikap dan Kepercayaan; seseorang akan merasa lebih aman dalam mempersiapkan masa depannya jika ia memiliki perencanaan yang matang, termasuk dalam segi finansialnya.
d. Motif sosial; kebutuhan seseorang untuk lebih maju agar dapat diterima oleh lingkungannya dapat ditempuh melalui pendidikan, penampilan fisik, yang kesemuanya membutuhkan biaya yang akan lebih mudah dipenuhi bila ia menabung.
e. Motivasi; rencana-rencana mengenai kebutuhan-kebutuhan dimasa mendatang dapat mendorong seseorang untuk menabung.

D. Kajian Penelitian Yang Relevan

Penelitian mengenai pengaruh kualitas produk tabungan dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung ini sudah sering dilakukan oleh para peneliti maupun para akademis sebelumnya.

Penelitian yang dilakukan oleh Arya yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Loyalitas

[39] *Ibid*, hal.21

Nasabah Pada PT. BCA Cabang Kanjengan Semarang" .[40] Dari hasil penelitian tersebut diperoleh kesimpulan bahwa variabel Produk, Fasilitas, Pelayanan dan Promosi berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah. Apabila Produk, Fasilitas, Pelayanan dan Promosi semakin meningkat, maka Loyalitas Nasabah semakin meningkat. Faktor dominan yang memengaruhi Loyalitas Nasabah adalah Fasilitas. Hasil dari penelitian yang relevan ini menunjukkan bahwa variabel produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah dan untuk variabel pelayanan berpengaruh siginifkan terhadap loyalitas nasabah. Persamaan penelitian relevan dengan penelitian ini terletak pada variabel bebas yang diteliti yaitu terkait kualitas produk dan kualitas pelayanan, serta hasil yang diperoleh sama-sama menunjukkan adanya pengaruh positif dari masing variabel tersebut. Sedangkan perbedaannya yaitu penelitian ini lebih difokuskan pada minat menabung anggota pada Koperasi Syariah Al-Mawaddah, untuk peneliti yang relevan lebih memfokuskan fasilitas karena fasilitas disini lebih berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada PT.BCA Cabang Kanjengan Semarang.

Penelitian yang dilakukan oleh susanto yang berjudul "Pengaruh Produk Tabungan dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Menabung Pada KJKS BMT BINNA UMMAT Kec. Lasem".[41] Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian jenis *explanatory research* , dan mengambil sampel sebanyak 100 responden dari 90.143 nasabah. Untuk hasil pengujian dari penelitian tersebut

---

[40] Arya,Maman , "*Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. BCA Cabang Kanjengan Semarang*, 2010.(http://eprints.undip.ac.id/26777/1/jurnal ARYA.pdf, di akses 31 Oktober 2017).

[41] Susanto, Waluyo & Listyorini, "*Pengaruh Produk Tabungan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Pada KJKS BMT BINNA UMMAT Kec. Lasem*", Vol 1,No 1, Tahun 2012, (https://media.neliti.com/media/publications/188673-ID-pengaruh-produk-tabungan-dan-kualitas-pe.pdf, di akses 12 April 2018).

menunjukkan bahwa variabel X1produk tabungan berpengaruh signifkan terhadap keputusan menabung yang di uji bahwa 5,275 > 1,9842 dengan taraf signifikansi 0,000 < 0,05 dan untuk kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung yang diuji menghasilkan 6,621 > 1,9842 dengan taraf signifikansi 0,000 < 0,05. Maka untuk persamaan dari penelitian ini adalah dilihat dari variabel yang digunakan bahwa variabel X1 dan X2 menggunakan produk tabungan dan kualitas pelayanan dan telah diuji sehingga dapat mengasilkan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat Y. Perbedaannya antara penelitian ini dan penelitian relevan yaitu terletak pada variabel terikat untuk peneliti pengaruh terhadap minat menabung anggota, sedangkan peneliti yang relevan pengaruh terhadap keputusan menabung.

Penelitian yang dilakukan oleh Bari'ah yang berjudul "Hubungan Antara Kualitas Layanan Bank dengan Minat Menabung Nasabah PT BRI Kantor Cabang Ungaran".[42] Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, untuk sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 60 nasabah dan teknik pengambilan sampling menggunakan teknik sampling insidental. Untuk hasil pengujian dalam penelitian ini menghasilkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah. Untuk Persamaan penelitian relevan dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti Minat Menabung Nasabah, sedangkan perbedaannya yaitu Perbedaannya terletak pada subjek yang diteliti yaitu dalam penelitian ini subjek penelitian mengambil bank yang

[42] Bari'ah, dkk, "*Hubungan Antara Kualitas Layanan Bank dengan Minat Menabung Nasabah PT BRI Kantor Cabang Ungaran*, 2008, (http://eprints.undip.ac.id/10941/1/JurnalBariah.pdf di akses 31 Oktober 2017)

berprinsip syariah sedangkan penelitian relevan ini mengambil subjek penelitian pada bank konvensional.

Hasil penelitian yang pernah dilakukan Trisnadi dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk Tabungan dan Kualitas Layanan terhadap Minat Menabung Kembali di CIMB NIAGA (Studi Kasus PT BANK CIMB NIAGA Tbk Bintaro).[43] Metode penelitian yang digunakan ini merupakan jenis pendekatan penelitian kuantitatif. Hasil dari pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel X1 kualitas produk tabungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung serta variabel X2 kualitas layanan juga menunjukkan hasil bahwa adanya pengaruh signifikan terhadap minat menabung. Maka dalam hal ini persamaan dari peneliti dan peneliti yang relevan terletak pada variabel bebas dan variabel terikat. Dan dari hasil masing-masing variabel tersebut menunjukkan adanya pengaruh signifikan terhadap masing-masing variabel terikat. Untuk perbedaannya terletak dari subjek penelitiannya jika penelitian ini mengambil subjek untuk lembaga keuangan syariah yaitu koperasi syariah, sedangkan peneliti yang relevan subjek yang diteliti yaitu bank konvensional.

Hasil penelitian yang pernah dilakukan Suherly dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah di Bank BNI Syariah Cabang Cirebon".[44] Dengan menggunakan metode penelitian

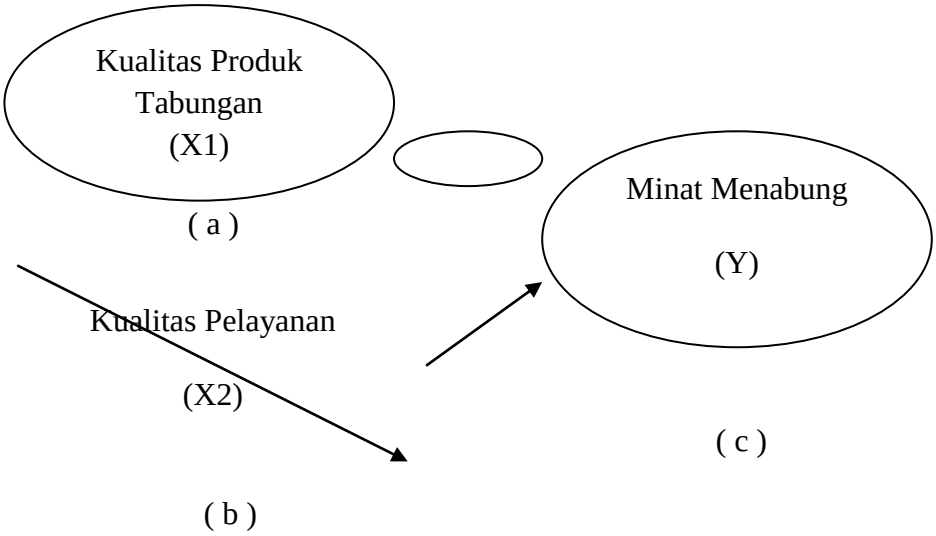
---

[43] Dedi, Trisnadi, *Pengaruh Kualitas Produk Tabungan dan Kualitas Layanan Terhadao Minat Menabung Kembali di CIMB NIAGA (Studi Kasus PT BANK CIMB NIAGA TBK BINTARO)*, Vol. 6 No. 3, Oktober 2013, (http://digilib.mercubuana.ac.id/manager/t!@file_artikel_abstrak/Isi_Artikel_654973363967.pdf, diakses tanggal 12 April 2018)

[44] Suherly , "*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah di Bank BNI Syariah Cabang Cirebon*, 2013, (http//repository.syekhnurjati.ac.id/686/1/SUHERLY_07320153_ok.pdf, diakses, 31 Oktober 2017).

kuantitatif yang dihitung menggunakan *random sampling* dengan responden sebanyak 100 responden. Hasil dari penelitian tersebut bahwasanya kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Dalam hal ini persamaan penelitian relevan dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti kualitas pelayanan dengan metode penelitian kuantitatif. Sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada subjek yang diteliti yaitu dalam penelitian ini subjek penelitian mengambil bank yang berprinsip syariah sedangkan penelitian relevan ini mengambil subjek penelitian pada bank konvensional dan hasilnya untuk peneliti ini kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menabung anggota pada Koperasi Syariah Al-Mawaddah, sedangkan untuk peneliti yang relevan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di Bank BNI Syariah Cabang Cirebon.

E. Kerangka Konseptual



Keterangan :

a. Variable (X) kualitas produk tabungan (X1) berpengaruh terhadap minat menabung (Y), semakin baiknya kualitas produk maka minat menabung tersebut juga akan meningkat.
b. Variabel (X) kualitas pelayanan (X2) berpengaruh terhadap minat menabung (Y), semakin baiknya kualitas pelayanan maka minat menabung juga akan meningkat.
c. Kualitas produk tabungan (X1) dan kualitas pelayanan (X2) semua berpengaruh terhadap minat menabung, semakin baiknya kualitas produk dan kualitas pelayanan maka minat menabung juga akan meningkat.

F. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka teoritis yang telah dikemukakan, maka hipotesis penelitian ini dapat ditarik jawaban sementara (hipotesis) yang akan diuji kebenarannya adalah sebagai berikut :

a. Pengaruh kualitas produk tabungan (X_1) terhadap minat menabung (Y)

   H_0 : Tidak ada pengaruh antara kualitas produk tabungan terhadap minat menabung.

   H_1 : Ada pengaruh antara kualitas produk tabungan terhadap minat menabung.

   Hipotesa : Tolak H_0 terima H_1, maka ada pengaruh antara kualitas produk tabungan terhadap minat menabung.

b. Pengaruh kualitas pelayanan (X_2) terhadap minat menabung (Y)

   H_0 : Tidak ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap minat menabung.

   H_1 : Ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap minat menabung.

Hipotesa : Tolak H_0 terima H_1, maka ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap minat menabung.

c. Pengaruh kualitas produk tabungan (X_1), dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap minat menabung.

H_0 : Tidak ada pengaruh antara kualitas produk tabungan dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung.

H_1 : Ada pengaruh antara kualitas produk tabungan dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung.

Hipotesa : Tolak H_0 terima H_1, maka kualitas produk tabungan dan kualita pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung.