

Dampak Produk Tabungan Seulanga Dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menabung Pasca Konversi Pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang S Parman Medan

Fera Darlisa

¹Fakultas Agama Islam, ²Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (Jl. Kapten Muchtar Basri No.3, Glugur Darat li, Kec. Medan Timur., Kota Medan, Sumatera Utara 20238)

Email : feradarlisa@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan pengaruh produk tabungan seulanga dan kepercayaan terhadap minat nasabah menabung pasca konversi. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan metode observasi yang dilakukan peneliti dengan cara pengamatan secara langsung sehingga dapat menganalisis berbagai kegiatan yang dilakukan pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang S Parman Medan. Dokumentasi dalam penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh data. Angket/kuesioner bertujuan untuk memperoleh data yang berkaitan dengan produk tabungan seulanga dan kepercayaan minat nasabah menabung pasca konversi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, variabel produk tabungan seulanga berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung pasca konversi, variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung pasca konversi. Secara simultan menunjukkan bahwa produk tabungan seulanga dan kepercayaan berpengaruh terhadap minat nasabah menabung. Hasil ini ditunjukkan pada perhitungan statistik t , dimana t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $2,625 > 1,990$. Sedangkan nilai probabilitas signifikan lebih kecil dari $0,05$ yaitu $0,010 < 0,05$ artinya H_{a1} diterima. Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung pasca konversi pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang S parman Medan sehingga semakin tinggi tingkat kepercayaan yang diberikan oleh Bank Syariah maka semakin tinggi tingkat kepuasan terhadap minat nasabah menabung pasca konversi pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang S Parman Medan. Hasil ini ditunjukkan pada perhitungan uji statistik, dimana t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $4,821 > 1,990$. Sedangkan nilai probabilitas signifikan lebih kecil dari $0,05$ yaitu $0,000 < 0,05$ artinya H_{a2} diterima. Produk tabungan seulanga dan kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung pasca konversi pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang S Parman Medan oleh sebab itu bank aceh Syariah saat ini sudah dapat melayani nasabah sesuai standar yang telah ditentukan. Hasil ini ditunjukkan pada perhitungan uji statistik F tabel yaitu F hitung $(68,431) > F$ tabel $(3,10)$ artinya H_{a3} diterima.

Kata Kunci : *Produk Tabungan Seulanga, Kepercayaan, Minat Nasabah.*

1. PENDAHULUAN

Dalam dunia perbankan, kita telah mengenal bank konvensional dan bank Syariah, di mana, kedua bank tersebut mempunyai fungsi yang sama, yaitu menghimpun dan menyalurkan dana kepada masyarakat. Jika bank konvensional menggunakan sistem riba, maka bank Syariah mempunyai sistem bagi hasil. Bank Syariah merupakan bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip Syariah, yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan Al-Quran dan. Kegiatan utama dari suatu bank adalah menghimpun dan menyalurkan dana. Penghimpunan dana bertujuan untuk memperoleh dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan, giro, tabungan dan deposito atau dalam bentuk lainnya.

Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minat. Rangsangan yang diberikan oleh bank untuk menarik minat menabung masyarakat terbatas pada rangsangannya yang hasilnya dapat dirasakan langsung oleh nasabah. Minat menabung diasumsikan sebagai minat beli, minat beli merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap pembelian (Kotler, 2002:78).

Salah satu bentuk penghimpunan dana oleh bank adalah tabungan. Tabungan adalah salah satu jenis sumber dana yang efektif bagi bank. Menurut UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah bahwa tabungan adalah simpanan berdasarkan akad wadi'ah atau investasi dana berdasarkan akad mudharabah yang tidak bertentangan dengan prinsip Syariah. Tabungan merupakan salah satu sarana penting dalam meningkatkan kesejahteraan hidup di masa yang akan datang. Namun, setiap bank memiliki produk tabungan unggulan tersendiri yang ditawarkan kepada masyarakat baik bank yang berbasis konvensional maupun bank yang berbasis Syariah. Salah satu bank yang memiliki produk tabungan unggulan adalah Bank Aceh Syariah.

Bank Aceh merupakan bank pemerintah daerah, dalam rangka mengevaluasi krisis ekonomi yang terjadi maka dihadirkan produk tabungan seulanga yang muncul pada tahun 2011 guna untuk memulihkan krisis ekonomi yang mana pada saat itu masih menggunakan sistem konvensional tersebut ditetapkan berdasarkan Keputusan Dewan Komisiner OJK Nmor. KEP-44/D.03/2016 tanggal 1 September 2016 perihal pemberian izin perubahan kegiatan usaha bank umum konvensional menjadi bank umum Syariah PT Bank Aceh yang diserahkan langsung oleh Dewan komisiner OJK kepada Gubernur Aceh. Pada tanggal 19 september 2016 telah mengalami proses konversi menjadi Bank Aceh Syariah dengan penetapan izin perubahan kegiatan usaha bank umum konvensional menjadi bank umum Syariah.

Namun setelah konversi tidak hanya nama perusahaannya saja yang dikonversi tetapi produk yang ada di bank tersebut juga ikut dikonversikan. Dengan telah dikonversikan bank konvensional ke bank Syariah maka perlu usaha untuk mengembalikan kepercayaan dan minat masyarakat untuk menabung dengan melakukan berbagai strategi marketing mix untuk menghimpun dana dari masyarakat. Startegi ini dilakukan dengan mengeluarkan variasi produk, penawaran tingkat bagi hasil yang cukup tinggi, pembukaan kantor cabang, iklan media massa dan hadiah yang dapat ditukarkan secara langsung tanpa diundi.

Dari beberapa jenis tabungan yang ada di PT. Bank Aceh Syariah salah satu yang memiliki banyak keunggulan dan penulis tertarik untuk dikaji adalah produk Tabungan Seulanga. Tabungan Seulanga iB adalah produk tabungan Bank Aceh Syariah, dengan tagline "Seutuhnya Melayani Nanggroe". Tabungan seulanga iB memiliki keunggulan dengan nisbah progressive dimana semakin tinggi saldo tabungan, semakin tinggi nisbah yang diberikan. Selain itu, nisbah bagi hasil yang besar dibandingkan dengan tabungan lainnya bahkan melebihi tabungan deposito. Selain itu, Produk tabungan seulanga adalah salah satu produk yang menawarkan hadiah tanpa diundi, karena produk tabungan seulanga memberikan 1 poin setiap harinya yang disesuaikan dengan saldo tabungan. Kemudian poin tersebut dapat di tukarkan dengan reward yang diberikan oleh perusahaan.

Tabel 1. Tabungan Seulanga Pasca Konversi pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang S parman Medan

No	Tahun	Jumlah Tabungan Seulanga
1.	2016	8
2.	2017	86
3.	2018	167
4.	2019	264
5.	2020	388
6.	Per September 2021	562
7.	Total	1.475

Setelah konversi dana yang diambil untuk pembelian hadiah ini berasal dari dana kebajikan. Dana kebajikan merupakan dana yang diperoleh dari dana sumbangan berupa infaq, shadaqah, denda nasabah, berdasarkan Fatwa DSN-MUI 17/2000 dan dana dari sumbangan nasabah yang secara suka rela tanpa paksaan. Dari sinilah dana kebajikan untuk pembelian hadiah tabungan seulanga. Sebelum dikonversi dana yang didapatkan dari bank aceh dijadikan laba untuk pendapatannya, namun setelah dikonversi dana tersebut tidak bisa menjadi laba tetapi masuk ke dalam dana kebajikan. Hadiah dijelaskan oleh ulama sebagai objek pemberian dari salah satu pihak (di antaranya pihak Lembaga Keuangan Syariah) kepada pihak lain (di antara nasabah) yang merupakan penghargaan, sementara akadnya diidentikan dengan akad hibah berdasarkan fatwa Nomor: 87/DSN-MUI/XII/2012.

Dalam penelitian Destika Primasari (2016) menunjukkan bahwa kualitas produk tabungan ib hasanah sangat signifikan dan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Yohana Neysa Setyawan dan Edwin Japarianto (2014) menunjukkan pengaruh kepercayaan, jaminan rasa aman, dan aksesibilitas sangat berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menabung.

Untuk meningkatkan minat nasabah bank perlu berorientasi pada kepercayaan nasabah dalam mencari keuntungan. Tanpa kepercayaan dari nasabah, bank tidak akan mampu menjalankan kegiatan usahanya dengan baik. Oleh karena itu, penting bagi bank untuk dipercaya oleh nasabah. Kepercayaan sangat berpengaruh signifikan terhadap minat menabung. Artinya, Ketika kepercayaan semakin meningkat, maka minat menabung semakin kuat begitu juga sebaliknya, Ketika kepercayaan semakin menurun, maka minat menabung semakin lemah. Mowen dan Minor mendefinisikan, kepercayaan konsumen sebagai semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen, dan semua kesimpulan yang dibuat oleh konsumen tentang objek, atribut dan manfaatnya. Pada masa modernisasi saat ini terlihat bahwa setiap perusahaan berlomba-lomba dalam meningkatkan stabilitasnya agar bisa bertahan dalam era persaingan yang begitu ketat. Berbagai hal kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan sangat penting karena dapat membuat seseorang pelanggan menjadi pembeli tetap perusahaan.

Dari uraian diatas dapat dinilai bahwa, produk tabungan seulanga dan kepercayaan sangat berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menabung termasuk menggunakan produk Bank Aceh Syariah yang salah satunya produk tabungan seulanga. Ketika nasabah merasakan kepercayaan dan kenyamanan yang didapatkan, maka nasabah memberikan rekomendasi kepada nasabah lainnya untuk menggunakan produk dan tempat yang sama, sehingga adanya daya tarik masyarakat terhadap minat menabung.

2. METODE PENELITIAN

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan metode observasi yang dilakukan peneliti dengan cara pengamatan secara langsung sehingga dapat dapat menganalisis berbagai kegiatan yang dilakukan pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang S Parman Medan. Dokumentasi dalam penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh data. Angket/kuesioner

bertujuan untuk memperoleh data yang berkaitan dengan produk tabungan seulanga dan kepercayaan minat nasabah menabung pasca konversi.

3. HASIL

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan metode statistik yaitu korelasi, sebuah angket nilai r hitungnya > dari r tabel maka suatu angket dikatakan valid.

Tabel 2. Uji Validitas Produk Tabungan Seulanga

No item	r hitung	R tabel	Hasil	Keterangan
X1.1	0,721	0,202	r hitung > r tabel	Valid
X1.2	0,600	0,202	r hitung > r tabel	Valid
X1.3	0,578	0,202	r hitung > r tabel	Valid
X1.4	0,578	0,202	r hitung > r tabel	Valid
X1.5	0,691	0,202	r hitung > r tabel	Valid
X1.6	0,657	0,202	r hitung > r tabel	Valid

Berdasarkan tabel 4.6 dapat dilihat pengolahan data tentang produk tabungan seulanga yang didapatkan dari pengolahan data menggunakan SPSS 20 menunjukkan bahwa nilai r hitung lebih besar daripada nilai r tabel dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan produk tabungan seulanga dinyatakan valid.

Tabel 3. Kepercayaan

No item	r hitung	r tabel	Hasil	Keterangan
X2.1	0,830	0,202	r hitung > r tabel	Valid
X2.2	0,783	0,202	r hitung > r tabel	Valid
X2.3	0,780	0,202	r hitung > r tabel	Valid
X2.4	0,841	0,202	r hitung > r tabel	Valid
X2.5	0,865	0,202	r hitung > r tabel	Valid
X2.6	0,802	0,202	r hitung > r tabel	Valid
X2.7	0,708	0,202	r hitung > r tabel	Valid

Berdasarkan tabel 4.7 diatas, dapat dilihat pengolahan data tentang kepercayaan yang didapatkan dari pengolahan data menggunakan SPSS 20 menunjukkan bahwa nilai r hitung lebih besar daripada nilai r tabel, artinya dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan gaya kepemimpinan transformasional dinyatakan valid.

Tabel 4. Minat Menabung

No item	r hitung	r tabel	Hasil	Keterangan
Y.1	0,735	0,202	r hitung > r tabel	Valid
Y.2	0,816	0,202	r hitung > r tabel	Valid
Y.3	0,774	0,202	r hitung > r tabel	Valid
Y.4	0,849	0,202	r hitung > r tabel	Valid
Y.5	0,837	0,202	r hitung > r tabel	Valid
Y.6	0,835	0,202	r hitung > r tabel	Valid
Y.7	0,776	0,202	r hitung > r tabel	Valid

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas memiliki berbagai nama lain seperti kepercayaan, kehandalan, kestabilan. Tujuan pengujian reliabilitas adalah untuk melihat apakah instrument penelitian merupakan instrument yang handal dan dapat dipercaya.

Tabel 5. Uji Reliabilitas Produk Tabungan Seulanga

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.707	6

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa produk tabungan seulanga memperoleh nilai Cronbach Alpha sebesar 0,707, oleh karena itu nilai Cronbach Alpha variabel produk tabungan seulanga pada penelitian ini lebih besar dari pada 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa instrument penelitian ini reliabel.

Tabel 6. Uji Reliabilitas Kepercayaan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.897	7

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa kepercayaan memperoleh nilai Cronbach Alpha sebesar 0,897 oleh karena itu nilai Cronbach alpha variabel kepercayaan pada penelitian ini lebih besar dari pada 0,60, maka dapat disimpulkan bahwa instrument penelitian ini reliable.

Tabel 7. Uji Reliabilitas Minat Menabung

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.904	7

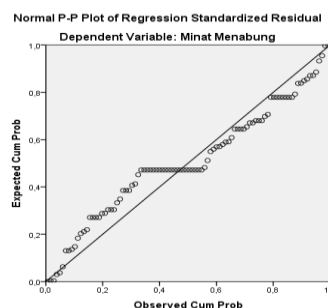
Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa minat menabung memperoleh nilai Cronbach Alpha sebesar 0,904 oleh karena itu nilai Cronbach Alpha variabel minat menabung pada penelitian ini lebih besar dari pada 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa instrument penelitian ini reliabel.

B. Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Pengujian normalitas data digunakan untuk melihat apakah dalam model regresi, variabel dependen dan independennya memiliki distribusi normal atau tidak. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka regresi memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 1. Uji Normalitas

Berdasarkan gambar diatas menunjukkan bahwa data (titik) menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka menunjukkan pola distribusi normal yang

mengindikasikan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas, sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi norma.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Menurut Ghozali model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi antara variabel bebas. Dasar pengambilan keputusan untuk uji multikolinieritas adalah jika nilai tolerance >0,1 dan VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinieritas.

Tabel 7. Uji Multikolinieritas Coefficients^a

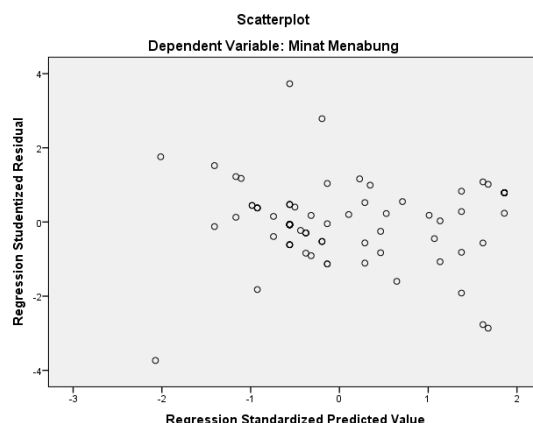
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.259	2.550		.886	.378		
Produk Tabungan Seulanga	.410	.156	.287	2.625	.010	.367	2.723
Kepercayaan	.543	.113	.527	4.821	.000	.367	2.723

a. Dependent Variable: Minat Menabung

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa kedua variabel produk tabungan seulanga (X1) dan Kepercayaan (X2), nilai tolerance 0,367 > 0,10 dan nilai VIF 2,723 < 10, maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedasitas

Bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual pengamatan satu ke pengamatan lainnya. Jika variasi residual dari satu pengamatan yang lain tetap maka disebut homokedastisitas, dan jika varians berbeda disebut heterokedasitas. Model yang baik adalah tidak terjadi heterokedasitas, (Ghozali, 2016).



Gambar 2. Uji Heteroskedasitas

Berdasarkan gambar grafik scatterplot diatas disimpulkan bahwa titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola yang jelas atau teratur, serta tersebar baik diatas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y sehingga tidak terjadi heterokedasitas pada model regresi.

2. Analisis Regresi linier berganda

Pengujian regresi linear berganda bertujuan untuk menghitung besarnya pengaruh dua variabel bebas terhadap variabel terikat dengan menggunakan dua variabel atau lebih. Hasil output SPSS uji regresi berganda :

Tabel 4.13
Hasil Uji Regresi Liner Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.259	2.550		.886	.378
1 Produk Tabungan Seulanga	.410	.156	.287	2.625	.010
Kepercayaan	.543	.113	.527	4.821	.000

a. Dependent Variable: Minat Menabung

Berdasarkan tabel diatas didapatkan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 2,259 + 0,410X_1 + 0,543X_2 + e$$

Persamaan diatas dapat diartikan sebagai berikut :

- Nilai konstanta mempunyai regresi sebesar 2,259 artinya jika variabel produk tabungan seulanga (X1) dan kepercayaan (X2) diasumsikan dalam keadaan tetap maka minat nasabah menabung pasca konversi (Y) sebesar 2,259.
- Nilai koefisien regresi produk tabungan seulanga (X1) sebesar 0,410 artinya setiap kenaikan variabel produk tabungan seulanga (X1) sebesar 1% akan menyebabkan minat nasabah menabung pasca konversi meningkat sebesar 0,410.
- Nilai koefisien regresi kepercayaan (X2) sebesar 0,543 yang berarti jika kepercayaan mengalami kenaikan 1% akan menyebabkan minat nasabah menabung pasca konversi meningkat sebesar 0,543. Persamaan diatas memperlihatkan bahwa semua variabel bebas (X1 dan X2) memiliki koefisien yang positif, berarti seluruh variabel bebas mempunyai pengaruh yang searah terhadap variabel terikat (Y).

3. Uji Hipotesis

a. Uji F (Simultan)

Uji simultan digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas gaya kepemimpinan transaksional dan transformasional terhadap variabel terikat kinerja secara Bersama-sama. Berdasarkan ANOVA pada tabel berikut ini :

Tabel 8. Uji F
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	471.159	2	235.579	68.431	.000 ^b
Residual	313.277	91	3.443		
Total	784.436	93			

a. Dependent Variable: Minat Menabung

b. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Produk Tabungan Seulanga

Berdasarkan tabel 4.14 diatas diketahui nilai F hitung sebesar 68,431 dengan nilai signifikan 0,000. Dengan tingkat signifikansi 0,05 di dapat F tabel sebesar 3.10. maka dapat

disimpulkan bahwa produk tabungan seulanga dan kepercayaan memiliki pengaruh secara simultan terhadap minat nasabah menabung pasca konversi.

b. Uji T (Parsial)

Uji T digunakan untuk menguji apakah variabel independent (X) koefisien secara parsial mempunyai hubungan signifikan atau tidak terhadap variabel deoenden (Y). (Sugiyono, 2010). Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SPSS versi 20 maka hasil perhitungan uji t dapat dilihat pada tabel berikut : Berdasarkan tabel 4.15 hasil output uji t diatas dapat diketahui pengaruh masing-masing variabel independent secara parsial terhadap variabel dependen sebagai berikut :

1. Pengujian Hipotesisi 1

Hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah produk tabungan seulanga berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung pasca konversi pada PT Bank Aceh Syariah Cabang S Parman Medan. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa t hitung

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.259	2.550		.886	.378
1 Produk Tabungan Seulanga	.410	.156	.287	2.625	.010
Kepercayaan	.543	.113	.527	4.821	.000

a. Dependent Variable: Minat Menabung

tabungan seulanga adalah 2,625. Sedangkan t tabel bisa dihitung dengan menggunakan $\alpha = 0,05$ karena digunakan pengujian dua arah maka nilai α dibagi dua, sehingga nilai $\alpha = 0,025$. Sedangkan $dk = n-k-1$ di mana $dk = 94-2-1 = 91$ sehingga diperoleh nilai t tabel sebesar 1.990. oleh karena itu t hitung $>$ t tabel ($2,625 > 1.990$) maka dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima dan H_{01} ditolak artinya terdapat pengaruh signifikan antara produk tabungan seulanga terhadap minat nasabah menabung pasca konversi.

2. Pengujian Hipotesis 2

Hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung pasca konversi pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang S Parman Medan. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa t hitung koefisien kepercayaan adalah 4,821 sedangkan t tabel bisa dihitung dengan menggunakan $\alpha = 0,05$ karena digunakan pengujian dua arah maka nilai α dibagi dua, sehingga nilai $\alpha = 0,025$. Sedangkan $df = n-k-1$ dimana $df = 94-2-1 = 91$ sehingga diperoleh nilai tabel sebesar 1,990. oleh karena itu t hitung $>$ t tabel ($4,821 > 1,990$). Maka dapat disimpulkan bahwa H_2 diterima dan H_{02} ditolak artinya terdapat pengaruh signifikan antara kepercayaan terhadap minat nasabah menabung pasca konversi.

4. PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang didasarkan pada hasil pengolahan data terkait dengan judul, kesesuaian teori, dan pendapat maupun penelitian terdahulu yang dikemukakan sebelumnya. Pembahasan mengenai pengaruh dari masing-masing variabel akan dijelaskan sebagai berikut :

1. Pengaruh Produk Tabungan Seulanga terhadap minat nasabah menabung pasca konversi pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang S Parman Medan

Produk tabungan seulanga merupakan produk yang memiliki keunggulan dari produk lain. Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa produk tabungan seulanga berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung pasca konversi pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang S Parman Medan hasil ini ditunjukkan pada perhitungan uji statistik t,

di mana t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $2,625 > 1,990$. Sedangkan nilai probabilitas signifikan lebih kecil dari $0,05$ yaitu $0,010 < 0,05$. Artinya H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa variabel produk tabungan seulanga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung pasca konversi pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang S Parman Medan. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Destika Primasari (2016) tentang "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Tabungan Ib Hasanah terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank BNI Syariah KCP Ungaran". Dengan hasil menunjukkan kualitas produk tabungan Ib hasanah memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah.

2. Pengaruh Kepercayaan terhadap minat nasabah menabung pasca konversi pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang S parman Medan

Untuk meningkatkan minat nasabah, bak perlu berorientasi pada kepercayaan nasabah. Artinya, Ketika kepercayaan semakin meningkat, maka minat nasabah menabung semakin kuat. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung pasca konversi pada PT. Bank Aceh Syariah Cabng S Parman Medan. Hasil ini ditunjukkan pada perhitungan uji statistic t , di mana t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $4,821 > 1,990$. Sedangkan nilai probabilitas signifikan lebih kecil dari $0,05$ yaitu $0,000 < 0,05$. Artinya H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung pasca konversi pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang S Parman Medan. Hasil penelitian ini didukung dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sri Wulandari (2020) yang berjudul "Pengaruh Kepercayaan dan Citra Perusahaan terhadap minat menabung nasabah di Bank Sumsel Babel Syariah Palembang dengan Religiusitas sebagai variabel". Dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh terhadap minat nasabah.

3. Pengaruh Produk Tabungan Seulanga dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menabung Pasca Konversi Pada PT. Bank Aceh Syariah cabang S Parman Medan

Produk tabungan seulanga dan kepercayaan sangat berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menabung. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa produk tabungan seulanga dan kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung pasca konversi pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang S Parman Medan. Yang menyatakan bahwa nilai signifikan untuk pengaruh X_1 dan X_2 secara simultan terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ Hasil ini ditunjukkan pada perhitungan uji statistik F , di mana F hitung lebih besar dari pada F tabel yaitu F hitung ($68,431$) $>$ F tabel ($3,10$), maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti terdapat signifikan X_1 dan X_2 secara simultan terhadap Y artinya, terdapat pengaruh antara produk tabungan seulanga dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung pasca konversi pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang S parman Medan. Dari hasil penelitian dilihat adanya persamaan dari penelitian terdahulu yang di lakukan oleh Yohana (2014), Rahma (2017), Destika (2016), dan Ali (2015).

5. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian dan pembahasan yang dilakukan sebelumnya, maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Produk tabungan seulanga berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung pasca konversi pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang S Parman Medan sehingga semakin banyak poin dan hadiah yang diberikan maka semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah terhadap minat nasabah menabung pasca konversi. Hasil ini ditunjukkan pada perhitungan statistic t , dimana t hitung lebih besar dari t tabel yaitu yaitu $2,625 > 1,990$. Sedangkan nilai probabilitas signifikan lebih kecil dari $0,05$ yaitu $0,010 < 0,05$ artinya H_{a1} diterima. Artinya, terdapat pengaruh signifikan antara produk tabungan seulanga terhadap minat nasabah menabung pasca konversi.
2. Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung pasca konversi pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang S parman Medan sehingga semakin tinggi tingkat

- kepercayaan yang diberikan oleh Bank Syariah maka semakin tinggi tingkat kepuasan terhadap minat nasabah menabung pasca konversi pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang S Parman Medan. Hasil ini ditunjukkan pada perhitungan uji statistik, dimana t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $4,821 > 1,990$. Sedangkan nilai probabilitas signifikan lebih kecil dari $0,05$ yaitu $0,000 < 0,05$ artinya H_{a2} diterima. Artinya, terdapat pengaruh signifikan antara kepercayaan terhadap minat nasabah menabung pasca konversi.
3. Produk tabungan sebulan dan kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung pasca konversi Hasil ini ditunjukkan pada perhitungan uji statistic F tabel yaitu F hitung ($68,431$) $>$ F tabel ($3,10$) artinya H_{a3} diterima.

6. REFERENSI

- Al Bara, R. (2020). Analisis Pembiayaan Usaha Di bank Syariah, Seminar of social sciences Engineering & Humaniora.
- Amalia, A. (2017). Pengaruh Pendidikan, Pengangguran Dan Ketimpangan Gender Terhadap Kemiskinan Di Sumatera Utara. *At-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam*, 2(2), 324-344.
- Amalia, A. (2018). Jual Beli Dengan Menggunakan Sistem Dropshipping Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Journal Attanmiah*, 1(2).
- Amini, N. R., Naimi, N., & Lubis, S. A. S. (2019). Implementasi Kurikulum Al-Islam Dan Muhammadiyah Dalam Meningkatkan Sikap Religiusitas Mahasiswa Di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Intiqad: Jurnal Agama Dan Pendidikan Islam*, 11(2), 359-372.
- Amsari, S. (2019). Analisis Efektifitas Pendayagunaan Zakat Produktif Pada Pemberdayaan Mustahik (Studi Kasus Lazismu Pusat). *Aghniya: Jurnal Ekonomi Islam*, 1(2).
- Amsari, S. (2021). Analisis Mekanisme Pembiayaan Dana Talangan Haji Pada Pt. Bank Bni Syariah Kantor Cabang Medan. *Jurnal Ekonomi Islam*, 12(1), 98-117.
- Amsari, S., & Nasution, S. (2020, January). Benefits Of Productive Zakat In Increasing Mustahik Revenue In Lazismu Center. In *Proceeding International Seminar Of Islamic Studies (Vol. 1, No. 1, Pp. 141-150)*.
- Amsari, S., & Nasution, S. (2020, January). Benefits Of Productive Zakat In Increasing Mustahik Revenue In Lazismu Center. In *Proceeding International Seminar Of Islamic Studies (Vol. 1, No. 1, Pp. 141-150)*.
- Anshori, A.G. (2009). *Perbankan Syariah di Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Bara, A. (2018). Penyelesaian Non Performing Finance Di Lembaga Keuangan Syariah. *Aghniya*, 1(1), 1-13.
- Bara, A. L., & Pradesyah, R. (2020, February). Analysis Of The Management Of Productive Zakat At The Muhammadiyah, City Of Medan. In *Proceeding International Seminar Of Islamic Studies (Vol. 1, No. 1, Pp. 617-623)*.
- Bara, A. L., & Pradesyah, R. (2020, February). Analysis Of The Management Of Productive Zakat At The Muhammadiyah, City Of Medan. In *Proceeding International Seminar Of Islamic Studies (Vol. 1, No. 1, Pp. 617-623)*.
- Bara, A., & Pradesyah, R. (2021, January). Mosque Financial Management In The Pandemic Covid 19. In *Proceeding International Seminar Of Islamic Studies (Vol. 2, No. 1, Pp. 21-27)*.
- Bara, A., Affandi, F., Farid, A. S., & Marzuki, D. I. (2021). The Effectiveness Of Advertising Marketing In Print Media During The Covid 19 Pandemic In The Mandailing Natal Region. *Budapest International Research And Critics Institute-Journal (Birci-Journal) Vol, 4(1), 879-886*.
- Daulay, M. Y., & Amini, N. R. (2019). Pkpmpembinaan Kader Mubaligh/Mubalighat Muhammadiyah 'Aisyiyah Dalam Kemajuan Dakwah Muhammadiyah Di Ranting Muhammadiyah Desa Sukasari Kec. Pegajahan. *Ihsan: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1).
- Dianto, D., & Amsari, S. (2021). Pembinaan Koperasi Di Ranting Muhammadiyah Desa Sukasari Dalam Membangun Perekonomian Umat Pasca Pandemi Covid 19. *Ihsan: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 223-228.
- Edi, S. (2015). Radikalisme Dan Etika Bisnis Islam. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 14(2).
- Edi, S. (2020). Teori Dan Ilustrasi Syirkah Dalam Ekonomi Islam. *Aghniya: Jurnal Ekonomi Islam*, 2(2).
- Edi, S., & Amini, N. R. (2020). Pembinaan Jamaah Dengan Metode Tadabbur Al-Quran Di Perhimpunan Keluarga Besar-Pelajar Islam Indonesia Sumatera Utara. *Ihsan: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 220-228.
- Edi, S., & Amini, N. R. (2020). Pembinaan Jamaah Dengan Metode Tadabbur Al-Quran Di

- Perhimpunan Keluarga Besar-Pelajar Islam Indonesia Sumatera Utara. *Ihsan: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 220-228.
- Fajaruddin, F., & Pinem, R. K. (2020). 'Aisyiyah's Legal Aid Model In Medan City. *International Journal Reglement & Society (Ijrs)*, 1(2), 38-43.
- Ghofur, A. (2005). *Gadai Syariah di Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada.
- Ginting, N., Pradesyah, R., Amini, A., & Panggabean, H. S. (2021). Memperkuat Nalar Teologi Islam Moderat Dalam Menyikapi Pandemi Covid-19 Di Pimpinan Ranting Pemuda Muhammadiyah Bandar Pulau Pekan. *Martabe: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 30-40.
- Hasanah, U., & Sihotang, M. K. (2020). Pemanfaatan Tabungan Haji Dan Umrah Bank Muamalat Oleh Pt. Sabrina Al-Fikri Dalam Menjaring Nasabah Di Kota Medan. *Aghniya: Jurnal Ekonomi Islam*, 3(1).
- Hayati, I. (2017). Implementasi Model Pembelajaran Two Stay Two Stray (Tsts) Untuk Meningkatkan Aspek Kognitif Dan Aspek Afektif Mahasiswa Pada Mata Kuliah Akuntansi Keuangan Semester Iii Kelas A Pagi Program Studi Perbankan Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Ut. *Intiqad: Jurnal Agama Dan Pendidikan Islam*, 8(2), 52-72.
- Hayati, I., & Siregar, Y. Y. (2019). Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Padang Bulan Medan). *Aghniya: Jurnal Ekonomi Islam*, 1(2).
- Hayati, I., Anisya, N. N., & Amsari, S. (2021, November). Peningkatan Pendapatan Rumah Tangga Melalui Daur Ulang Limbah Masyarakat. In *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan (Vol. 2, No. 1, Pp. 1077-1082)*.
- Juliandi, A. et al. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Medan: UmsuPress.
- Khaira, M., Hasanah, U., & Hayati, I. (2020). Peran Bank Sampah Dalam Meningkatkan Pendapatan Ibu Rumah Tangga Di Desa Sait Buttu Kec. Pematang Sidamanik. *Ihsan: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 187-195.
- Mappire, A. (1997). *Psikologi Remaja*, Surabaya: Usaha Nasional.
- Moeliono, A.M. dkk. (1999). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka.
- Muslich, A.W. (2013). *Fiqh Muamalat*. Jakarta: AMZAH.
- Naf'an. (2014). *Pembiayaan Musyarakah dan Mudharabah*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Naimi, N., & Amini, N. R. (2021, February). Strengthening Muhammadiyah Ideology Through Webiner'aisyiyah, North Sumatra, Faces Covid 19 New Normal. In *Proceeding International Seminar Of Islamic Studies (Vol. 2, No. 1, Pp. 700-706)*.
- Nasution, R. (2018). Analisis Pengaruh Label Halal Pada Produk Makanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Masyarakat Kota Medan. *Intiqad: Jurnal Agama Dan Pendidikan Islam*, 10(2), 227-248.
- Nasution, R. (2018). Analisis Pengaruh Label Halal Pada Produk Makanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Masyarakat Kota Medan. *Intiqad: Jurnal Agama Dan Pendidikan Islam*, 10(2), 227-248.
- Nasution, R. (2018). Sinergi Dan Optimalisasi Green Banking Perbankan Syariah Dalam Mewujudkan Sustainable Finance. *Ekonomikawan: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 18(1), 34-52.
- Nasution, R. (2020). Optimalisasi Skema Bagi Hasil Sebagai Solusi Pembiayaan Berdasarkan Prinsip Bagi Hasil Bank Syariah Di Indonesia. *Kumpulan Jurnal Dosen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*, 1(1).
- Nasution, S. (2021). Konsep Pariwisata Halal Berbasis Ekonomi Kreatif Dengan Sharia Regulation Dalam Meningkatkan Pendapatan Dan Kesejahteraan Masyarakat Di Sumatera Utara. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 21(2), 250-261.
- Nasution, S., & Mujiatun, S. (2020, February). Influences Of Collective Action And Communication On Welfare Of Muhammadiyah Members (A Case Study Of Muhammadiyah Charity Institutions' Leaders In Medan). In *Proceeding International Seminar Of Islamic Studies (Vol. 1, No. 1, Pp. 446-452)*.
- Nasution, S., Amsari, S., & Lestari, I. (2020, October). The Use Of Malay Cultural Values In Improving The Malay Economic Society (Case Of Malay Figures In Medan). In *Proceeding International Conference On Language And Literature (Ic2Ic) (Pp. 44-50)*.
- Nasution, S., Amsari, S., & Lestari, I. (2020, October). The Use Of Malay Cultural Values In Improving The Malay Economic Society (Case Of Malay Figures In Medan). In *Proceeding International Conference On Language And Literature (Ic2Ic) (Pp. 44-50)*.
- Nasution, S., Silalahi, P. R., & Hafiz, M. (2021, February). The Visual Investor: How Are Novice Investors Transacting Sharia Stock. In *Proceeding International Seminar Of Islamic Studies (Vol.*

- 2, No. 1, Pp. 324-336).
- Nurhayati, S dan Wasilah. (2013). *Akuntansi Syariah Di Indonesia Edisi 3*. Jakarta: Salemba Empat.
- Pinem, R. (2019). Hak-Hak Perempuan terhadap Harta Dalam Suku Karo (Memaknai Simbol Dalam Rangka Perubahan Hukum Di Masyarakat). *De Lega Lata: Jurnal Ilmu Hukum*, 4(1), 16-27.
- Pinem, R. K. B. (2019). Metode Pembelajaran Al-Islam Dan Kemuhammadiyah Di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Intiqad: Jurnal Agama Dan Pendidikan Islam*, 11(2), 373-395.
- Pinem, R. K. B. (2020). Donor Anggota Tubuh (Transplantasi) Menurut Hukum Islam (Upaya Mengidentifikasi Masalah Dan Mencari Dalil-Dalilnya). *De Lega Lata: Jurnal Ilmu Hukum*, 5(1), 67-78.
- Pinem, R. K. B., Mavianti, M., & Harfiani, R. (2019, October). Upaya Peningkatan Kualitas Mubalighat Melalui Pelatihan Public Speaking & Styles Dakwah Pada Pimpinan Wilayah 'Aisyiyah Sumatera Utara. In *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan (Vol. 1, No. 1, Pp. 187-193)*.
- Pohan, S. (2016). *Ilmu Pendidikan Islam*.
- Pohan, S. (2017). Peranan Penggunaan Agunan Di Bank Islam Hubungannya Dengan Sistem Operasional Perbankan Syariah Di Medan. *Intiqad: Jurnal Agama Dan Pendidikan Islam*, 8(2), 120-146.
- Pohan, S. (2018). Pelatihan Fardhu Kifayah Dan Pelatihan Khatib Jumat Pada Warga Muhammadiyah Cabang Medan Denai Di Kota Medan. *Jurnal Prodikmas Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2).
- Pohan, S. (2018, July). Financial Analysis For The Weak Economic Society To Increase The Member Economy At-Bmt El-Munawar Medan Johor Unit (North Sumatra-Indonesia Province). In *2018 3rd International Conference On Education, Sports, Arts And Management Engineering (Icesame 2018) (Pp. 58-60)*. Atlantis Press.
- Pohan, S., & Simanjuntak, A. (2014). *Ibadah Secara Sunnah*.
- Pohan, S., & Sirait, F. Y. (2020, February). Analysis Management Of Mosque Taqwa Contribution In Assisting Revenue Jamaah To Members Muhammadiyah In Medan. In *Proceeding International Seminar Of Islamic Studies (Vol. 1, No. 1, Pp. 740-745)*.
- Pradesyah, R. (2017). Analisis Pengaruh Nilai Tukar Rupiah Dan Laba Bersih Terhadap Kinerja Harga Saham Bank Panin Syariah. *Intiqad: Jurnal Agama Dan Pendidikan Islam*, 8(2), 101-119.
- Pradesyah, R. (2017). Analisis Pengaruh Non Performing Loan, Dana Pihak Ketiga, Terhadap Pembiayaan Akad Mudharabah Di Bank Syariah. *Intiqad: Jurnal Agama Dan Pendidikan Islam*, 9(1), 93-111.
- Pradesyah, R. (2018). Analisis Penerapan Fatwa Mui Wisata Halal (Studi Kasus Hotel Syariah Medan). *Intiqad: Jurnal Agama Dan Pendidikan Islam*, 10(2), 334-348.
- Pradesyah, R. (2018). Analisis Perkembangan Akad-Akad Di Bank Syariah. *Aghniya: Jurnal Ekonomi Islam*, 1(1).
- Pradesyah, R. (2020). Pengaruh Promosi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Melakukan Transaksi Di Bank Syariah (Studi Kasus Di Desa Rahuning). *Al-Sharf: Jurnal Ekonomi Islam*.
- Pradesyah, R. (2020). Pengaruh Promosi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Melakukan Transaksi Di Bank Syariah (Studi Kasus Di Desa Rahuning). *Al-Sharf: Jurnal Ekonomi Islam*, 1(2).
- Pradesyah, R. (2019). Analisis Perkembangan Akad-Akad Di Bank Syariah, *Aghnia Jurnal Ekonomi Islam*.
- Rahmayati, R. (2017). Model Pembiayaan Infrastruktur Melalui Perusahaan Dana Pensiun Dengan Instrumen Sukuk Yang Diterbitkan Oleh Perusahaan Bumn. *Ekonomikawan: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 17(2), 132-146.
- Rahmayati, R. (2018). Strategi Perbankan Syariah Sebagai Solusi Pengembangan Halal Industry Di Indonesia. *At-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam*, 1(1), 314-334.
- Rahmayati, R. (2019). Pembiayaan Sindikasi Sebagai Peningkatan Portofolio Pembiayaan Perbankan Syariah. *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Keislaman*, 7(1), 1-16.
- Rahmayati, R. (2020). Strategi Peningkatan Portofolio Pembiayaan Melalui Syndicated Financing Di Bank Syariah Kota Medan. *Aghniya: Jurnal Ekonomi Islam*, 2(2).
- Sihotang, M. K. (2018). Pengaruh Fasilitas, Lokasi Dan Pendapatan Terhadap Permintaan Perumahan Syariah Di Kota Medan. *Jurnal Ekonomi Islam*, 2(2), 1-7.
- Sihotang, M. K. (2021, November). Pengaruh Pembiayaan Murabahah Terhadap Pendapatan Umkm Pada Bmt Amanah Ray. In *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan (Vol. 2, No. 1, Pp. 1220-1229)*.
- Sihotang, M. K., & Hasanah, H. (2021, February). Islamic Banking Strategy In Facing The New Normal Era During The Covid 19. In *Proceeding International Seminar Of Islamic Studies (Vol. 2, No. 1, Pp. 479-485)*.

- Sihotang, M. K., & Umayya, E. (2021). Analisis Pelaksanaan Strategi Positioning Pada Toko Roti Master Bread Perdagangan. *Aghniya: Jurnal Ekonomi Islam*, 3(2), 33-42.
- Sihotang, M. K., Hasanah, U., & Al Amin, H. (2018). Pengaruh Religi Dan Harga Terhadap Permintaan Perumahan Syariah Di Kota Medan. *Ekonis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 20(2).
- Silalahi, P. R., Hafizh, M., Nasution, S., & Sugianto, S. (2021). Psychology Of Muslim Investors In Stock Investment During Covid-19 Pandemic. *Tazkia Islamic Finance And Business Review*, 14(1).
- Soetomo. (2002). *Ilmu Sosiatri: Lahir dan Berkembang dalam keluarga Besar Ilmu Sosial, Sosiatri, Ilmu dan Metode*. Yogyakarta: Aditya Media.
- Sukanto M.M. (1985). *Nafsiologi*, Jakarta: Integritas Press.