

ABSTRAKSI

Judul : **Pengaruh Produk Dan Layanan Terhadap Minat
Deposan Bank Syariah (Studi Kasus pada PT Bank
Muamalat Indonesia Tbk Cabang Semarang)**
Nama : **Retno Widyastuti**
NIM : **D2D006045**
Program Studi : **Administrasi Bisnis**
Approved : **Januari 2010**

Pada situasi persaingan perbankan, bank-bank membutuhkan usaha yang keras untuk dapat menarik minat calon nasabah dan mempertahankan nasabah yang sudah ada. Cara yang dapat ditempuh oleh para pelaku perbankan khususnya perbankan syariah adalah dengan menciptakan produk yang berkualitas, lengkap dan dapat memenuhi kebutuhan nasabah. Di samping itu layanan juga menjadi faktor penting sebagai penunjang dan pelengkap produk yang ada. Kedua faktor tersebut penting diperhatikan karena menjadi pertimbangan bagi calon nasabah untuk mengambil keputusan dalam menempatkan dananya.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara produk dan layanan terhadap minat deposan. Hipotesis yang diajukan yaitu ada pengaruh positif dan signifikan antara produk dan layanan terhadap minat deposan Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Semarang. Tipe penelitian ini adalah *explanatory research* dengan 100 responden dari populasi sejumlah 115.730 orang yang diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Adapun penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin.

Data yang diperoleh dianalisis secara kuantitatif dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, regresi linear sederhana, regresi linear berganda, dan uji signifikansi (uji t dan uji F) dengan alat bantu SPSS *For Windows* versi 16.0. Hasil analisis dan pengujian hipotesis menunjukkan bahwa produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat deposan yaitu dengan koefisien regresi $Y = 2,522 + 0,307 X_1$, layanan juga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat menabung, ditunjukkan dengan koefisien regresi $Y = 1,922 + 0,435 X_2$. Dengan demikian produk dan layanan secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat deposan dengan koefisien regresi $Y = 1,456 + 0,232X_1 + 0,327X_2$. Hal ini berarti layanan memberikan pengaruh yang lebih besar terhadap minat deposan.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa persepsi responden tentang produk yang ditawarkan oleh Bank Muamalat adalah menarik. Meskipun demikian masih ada responden yang menyatakan bahwa produk Bank Muamalat tidak menarik. Hal ini dikarenakan produk Bank Muamalat masih tertinggal dari produk bank lain, baik syariah maupun konvensional, maka disarankan Bank Muamalat hendaknya aktif berinovasi dalam mengembangkan produk-produk berdasarkan syariat Islam. Layanan yang diberikan oleh Bank Muamalat dipersepsikan baik oleh responden, namun masih ada responden yang berpendapat layanan Bank Muamalat biasa saja. Hal ini dikarenakan fasilitas yang kurang lengkap. Oleh karena itu perlu adanya peningkatan kualitas layanan dengan menambah dan memperbaiki fasilitas penunjang, seperti menyempurnakan area parkir serta memperluas jaringan ATM agar mudah dijangkau oleh nasabah.