

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN BRANDING
CITRA BANK SYARIAH INDONESIA TERHADAP MINAT
MENABUNG MAHASISWA FEBI STAIN MADINA**



SKRIPSI

Disusun Oleh:
IRVANDI LUBIS
NIM. 20150024

**PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI BISNIS ISLAM
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI MANDAILING
NATAL
TAHUN 2024**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN BRANDING
CITRA BANK SYARIAH INDONESIA TERHADAP
MINAT MENABUNG MAHASISWA FEBI
STAIN MADINA**



SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Mencapai Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E) Pada Program Studi Perbankan Syariah*

**OLEH
IRVANDI LUBIS
NIM: 20150024**

PEMBIMBING I

**Jeffri Darma, M.E
NIP. 1987102020190310009**

PEMBIMBING II

**Azizatur Rahmah, M.F
NIP. 199006082019032018**

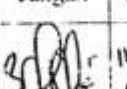
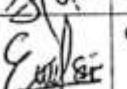
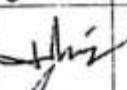
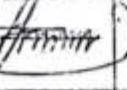
**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
MANDAILING NATAL.**

TAHUN 2024

LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi ini berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Branding Citra Bank Syariah Indonesia Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Febi Stain MADINA" a.n Irvandi Lubis, NIM. 20150024 Program Studi Perbankan Syariah telah di munaqasyahkan dalam sidang munaqasyah Program Sarjana Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Mandailing Natal, pada tanggal 22 Agustus 2024.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat digunakan seperlunya.

No	Nama/NIP Penguji	Jabatan dalam Tim	Tanda Tangan	Tanggal Persetujuan
1	Siti Kholijah, M.E NIP 199001282019032017	Ketua/Merangkap Penguji I		11/09/2024
2	Erpiana Siregar, M.E NIP 198907072019032017	Sekretaris/Merangkap Penguji II		09/2024 09
3	Arwin, SH, M.A NIP.198512162019031007	Penguji III		09/09/2024
4	Tentiyo Suharto, M.H NIP.198605122019081001	Penguji IV		09/09/2024

Mandailing Natal, September 2024

Mengetahui

Ketua STAIN Mandailing Natal



Prof. Dr. H. Syamper Mulia Hjrahap, M.Ag

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing skripsi atas nama **Irvandi Lubis, NIM 20150024** dengan judul skripsi: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Branding Citra Ban Syariah Indonesia Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Fel Stain Madina”**. Memandang bahwa skripsi yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan telah disetujui untuk diajukan dalam sidang munaqasa. Demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Panyabungan, Agustus 2024

Pembimbing I



Satria Darma, M.E
NIP. 1987102020190310009

Pembimbing II



Azizatur Rahmah, M.E
NIP.199106082019032018

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Irvandi Lubis
Nim : 20150024
Semester / T.A : VIII (Delapan)/2024
Jurusan : Perbankan Syariah
Tempat / Tgl Lahir : Simpang Sordang. 07 November 2000
Alamat : Simpang Koje

Dengan menyatakan bahwa skripsi yang saya buat dengan judul: "**Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Branding Citra Bank Syariah Indonesia Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Febi Stain MADINA**", adalah benar hasil karya sendiri kecuali kutipan-kutipan yang di ambil dari sumbernya dan saya bertanggung jawab penuh atas semua data yang termuat di dalamnya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Panyabungan, Agustus 2024

Hormat Saya



Irvandi Lubis
NIM.20150024

KATA PENGANTAR

الرَّحِيمُ الرَّحْمَنُ اللَّهُ بِسْمِ

Alhamdulillah puji syukur saya ucapkan kehadirat allah SWT yang maha Esa atas kesehatan kesempatan dan waktu yang di berikan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Branding Citra Bank Syariah Indonesia terhadap Minat Menabung Mahasiswa FEBI di STAIN Madina”** dengan tepat waktu sesuai dengan yang direncanakan penulisan skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat dalam meraih gelar sarjana ekonomi (S.E) pada program studi Perbankan Syariah di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal (STAIN Madina) tahun akademik 2024/2025. Dalam penulisan skripsi ini penulis tidak lepas dari bantuan pihak yang telah memberikan adil dan cukup besar dalam menyelesaikan skripsi ini oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih banyak kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag, selaku ketua Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal.
2. Bapak Arwin, M.A selaku ketua Prodi Perbankan Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal.
3. Ibu Siti Kholijah, M.E selaku Sekretaris Prodi Perbankan Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal.
4. Bapak Satria Darma, M.E selaku Dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu ditengah kesibukannya untuk memberikan saran dan arahan kepada penulis dalam proses penulisan skripsi ini.
5. Ibu Azizatur Rahmah, M.E selaku Dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan bimbingan dan masukan yang berharga selama penulisan skripsi ini.
6. Kepada seluruh dosen Perbankan Syariah, terimakasih atas semua ilmu dan pengetahuan berharga yang telah di ajarkan.
7. Kedua orang tua penulis, terimakasih atas segala kasih sayang yang diberikan dalam membentuk dan membimbing penulis selama ini sehingga penulis

dapat terus berjuang hingga saat ini. Tanpa do'a dan perjuangan kalian penulis tidak akan sampai pada tahap ini, semua kesuksesan dan hal baik yang terjadi dalam hidup penulis semua berkat kalian.

8. Untuk diri saya sendiri, yang selama ini tidak pernah patah semangat dan berhenti berjuang dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Seluruh informan dalam penelitian ini yang telah memberikan data dan informasi terkait judul peneliti sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
10. Kepada semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan namanya satu persatu yang telah berjasa membantu menyelesaikan skripsi ini.

Semoga bantuan yang ikhlas dan amal baik dari semua pihak tersebut mendapat pahala dan balasan yang melimpah dari Allah SWT. Akhir kata, kami memohon taufik dan hidayah-Nya kepada Allah SWT dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi diri sendiri dan khususnya dan bagi kita semua pada umumnya. Aamiin.

Panyabungan, Agustus 2024



Irvandi Lubis
NIM: 20150024

TRANSLITERASI

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Tabel Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Şa	ş	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	h	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	d	De
ذ	Żal	ż	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	r	er
ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Şad	ş	es (dengan titik di bawah)
ض	Đad	đ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ť	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ż	zet (dengan titik di bawah)
ع	ˋain	ˋ	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	ge
ف	Fa	f	ef

ق	Qaf	q	ki
ك	Kaf	k	ka
ل	Lam	l	el
م	Mim	m	em
ن	Nun	n	en
و	Wau	w	we
ه	Ha	h	ha
ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	Ya	y	ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
□	Fathah	a	a
□	Kasrah	i	i
□	Dammah	u	u

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ي	Fathah dan ya	ai	a dan u
و	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سُيِّلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

3. *Maddah*

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Tabel Transliterasi *Maddah*

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ...يَ...	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
يَ...	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
وَ...	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قَلَّa qīla
- يَقُولُ yaqūlu

4. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

- a) Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

- b) Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

c) Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةُ talhah

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبَرُّ al-birr

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

a) Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf "l" diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

b) Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلْمَنْ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَلُ al-jalālu

7. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khužu
- شَيْءٌ syai'un
- التَّوْعُ an-nau'u
- إِنْ inna

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/
- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللَّهِ مَحْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan

untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- **الْحَمْدُ لِلّٰهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ** Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/
Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- **الرَّحْمٰنِ الرَّحِيْمِ** Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- **اللّٰهُ غَفُورٌ رَّحِيْمٌ** Allaāhu gafūrun rahīm
- **اللّٰهُ الْأَمُوْرُ جَمِيْعًا** Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

KATA PENGANTAR.....	i
---------------------	---

TRANSLITERASI	iii
---------------------	-----

DAFTAR ISI.....	ix
-----------------	----

DAFTAR TABEL	xii
--------------------	-----

DAFTAR GAMBAR.....	xiii
--------------------	------

DAFTAR LAMPIRAN	xiv
-----------------------	-----

MOTTO	xv
-------------	----

LEMBAR PERSEMBAHAN	xvi
--------------------------	-----

ABSTRAK	xvii
---------------	------

<i>ABSTRACT</i>	xviii
-----------------------	-------

BAB. I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Batasan Masalah.....	8
D. Rumusan Masalah	8
E. Tujuan Penelitian	8
F. Manfaat Penelitian	9
G. Defenisi Operasional Variabel	9

BAB. II. KAJIAN TEORI

A. Landasan Teori.....	11
1. Kualitas Pelayanan	11
a. Pengertian Kualitas Pelayanan	11
b. Tujuan Kualitas Pelayanan.....	12
c. Indikator Kualitas Pelayanan.....	12
d. Fakto-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan	13
e. Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung	14

2. <i>Branding</i> Citra	15
a. Pengertian <i>Branding</i> Citra	15
b. Tujuan <i>Branding</i> Citra.....	17
c. Indikator <i>Branding</i> Citra	18
d. Fakto-Faktor yang Membentuk <i>Branding</i> Citra	19
e. Hubungan <i>Branding</i> Citra terhadap Minat Menabung	19
3. Minat Menabung	19
a. Pengertian Minat Menabung	19
b. Jenis-jenis Tabungan	21
c. Indikator Minat Menabung	22
d. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung	23
e. Akad Menabung di Bank Syariah.....	24
4. Bank Syariah	25
a. Pengertian Bank Syariah	25
b. Prinsip-prinsip Bank Syariah.....	26
c. Karakteristik Bank Syariah.....	27
d. Produk-produk Bank Syariah	28
e. Fatwa DSN MUI tentang Perbankan Syariah.....	29
B. Hasil Penelitian Yang Relevan	30
C. Kerangka Berpikir.....	33
D. Hipotesis Penelitian.....	33

BAB. III. METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	35
B. Lokasi & Waktu Penelitian	35
C. Populasi dan Sampel Penelitian	36
D. Sumber Data Penelitian.....	37
E. Teknik Pengumpulan Data.....	38
F. Teknik Analisis Data.....	40

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	44
B. Hasil Penelitian	48

1. Karakteristik Responden	48
2. Analisis Data	50
G. Pembahasan.....	60
1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung.....	61
2. Pengaruh <i>Branding</i> Citra terhadap Minat Menabung	62
3. Pengaruh Pengaruh Kualitas Pelayanan dan <i>Branding</i> Citra terhadap Minat Menabung	63
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	65
B. Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN.....	70

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Mahasiswa	5
Taabel 1.2 Jumlah Mahasiswa Menggunakan Bank Syariah Indonesia	6
Tabel 2.1 Hasil Penelitian yang Relevan	30
Tabel 3.1 Waktu Penelitian.....	35
Tabel 3.2 Operasional Variabel.....	39
Tabel 3.3 Pedoman Nilai Jawaban Kuesioner.....	39
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Semester	49
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Prodi	49
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X1)	50
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas <i>Branding</i> Citra (X2)	51
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Minat Menabung (Y)	51
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X1)	52
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas <i>Branding</i> Citra (X2)	52
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Minat Menabung (Y).....	53
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas.....	53
Tabel 4. 11 Hasil Uji F.....	57
Tabel 4.12 Hasil Uji t	58
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Dertiminasi.....	59
Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	33
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	47
Gambar 4.2 Uji Heterokedastisitas	54
Gambar 4.4 Uji Normalitas	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Kuesioner.....	70
Lampiran 2 Tabulasi Angket Variabel Kualitas Pelayanan (X1).....	74
Lampiran 3 Tabulasi Angket Variabel <i>Branding</i> Citra (X2)	77
Lampiran 4 Tabulasi Angket Variabel Minat Menabung (Y).....	80
Lampiran 5 Hasil Uji SPSS.....	83
Lampiran 6 Foto Dokumentasi.....	88
Lampiran 7 Surat Izin Penelitian.....	91
Lampiran 8 Daftar Riwayat Hidup.....	92
Lampiran 9 F Tabel.....	93
Lampiran 10 t Tabel	95

MOTTO

“Orang yang meraih kesuksesan tidak selalu orang yang pintar. Orang yang selalu meraih kesuksesan adalah orang yang gigih dan pantang menyerah”.

(Irvandi Lubis)

LEMBAR PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil'alamin,

Dengan mengucapkan syukur atas semua perjuangan yang cukup panjang yang telah saya lalui untuk mendapatkan gelar sarjana ini. Rasa syukur dan bahagia yang kurasakan ini akan saya persembahkan kepada orang-orang yang saya sayangi dan berarti dalam hidupku. Tiada lembar yang paling indah dalam laporan skripsi ini kecuali lembar persembahan. Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Kedua orang tua tercinta yang selalu bekerja keras dengan penuh kesabaran, berdoa dan berkorban, dan selalu memberikan perhatian,motivasi serta dukungan yang tidak pernah henti-hentinya demi kesuksesan anaknya.
2. Abang, kakak dan adik tersayang sebagai penyemangat serta seluruh keluargaku tercinta yang selalu memberikan motivasi dan dukungan.
3. Sahabat serta teman seperjuangan yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu yang selalu mendoakan, mengorbankan waktu dan memberikan semangat untuk segera menyelesaikan studi S-1, terima kasih untuk semua kebaikan kalian, yang telah mau berbagi dalam suka maupun duka, semoga Allah SWT memberikan kesuksesan dan masa depan yang cemerlang kepada kita semua. Amiin Ya Rabbal Alamin.

ABSTRAK

IRVANDI LUBIS, NIM. 20-15-0024, Judul Skripsi “**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN BRANDING CITRA BANK SYARIAH INDONESIA TERHADAP MINAT MENABUNG MAHASISWA JURUSAN FEBI DI STAIN MADINA**”, Jurusan Perbankan Syariah, Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Madina, 2024.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat seseorang untuk menabung. Tidak hanya memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan tetapi juga *branding* citra atau yang biasa dikenal dengan *brand image* adalah sekumpulan asosiasi merek yang terbentuk dan melekat dibenak konsumen. Rumusan masalah penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan Bank Syariah Indonesia terhadap minat menabung mahasiswa STAIN Madina, apakah terdapat pengaruh *branding* citra Bank Syariah Indonesia terhadap minat menabung mahasiswa STAIN Madina, dan apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan *branding* citra Bank Syariah Indonesia terhadap minat menabung mahasiswa STAIN Madina. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data ini menggunakan angket. Kemudian data yang sudah terkumpul dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji persyaratan analisis dan uji hipotesis. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa STAIN Madina pada program studi Ekonomi Bisnis Islam dan sampel penelitian adalah 88 mahasiswa. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) terdapat pengaruh signifikan antara variabel kualitas pelayanan Bank Syariah Indonesia terhadap minat menabung mahasiswa STAIN Madina dengan nilai t_{hitung} sebesar $3,003 > t_{tabel} 1,662$. 2) Terdapat pengaruh signifikan antara variabel branding citra Bank Syariah Indonesia terhadap minat menabung mahasiswa STAIN Madina, dengan nilai $t_{hitung} 13,652 > t_{tabel} 1,662$. 3) Berdasarkan hasil uji regresi secara simultan (uji F) diketahui bahwa kualitas pelayanan dan branding citra Bank Syariah Indonesia pengaruh terhadap minat mahasiswa STAIN Madina, nilai F_{hitung} sebesar $17,525 > F_{tabel} 3,10$. Sehingga terdapat kualitas pelayanan dan branding citra Bank Syariah Indonesia pengaruh terhadap minat mahasiswa jurusan FEBI di STAIN Madina.

Kata Kunci: *Kualitas Pelayanan, Branding Citra, Minat Menabung*

ABSTRACT

IRVANDI LUBIS, NIM. 20-15-0024, Thesis Title "THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND BRANDING OF BANK SYARIAH INDONESIA IMAGE ON THE INTEREST IN SAVING OF STUDENTS OF THE FEBI DEPARTMENT AT STAIN MADINA", Department of Islamic Banking, State Islamic College (STAIN) Madina, 2024.

Service quality is one of the factors that influences a person's interest in saving. Not only paying attention to the quality of service provided but also branding image or what is commonly known as brand image is a collection of brand associations that are formed and attached to the minds of consumers. The formulation of the problem of this research is whether there is an influence of the quality of service of Bank Syariah Indonesia on the interest in saving of STAIN Madina students, whether there is an influence of branding of Bank Syariah Indonesia's image on the interest in saving of STAIN Madina students, and whether there is an influence of service quality and branding of Bank Syariah Indonesia's image on the interest in saving of STAIN Madina students. This research is a quantitative research. This data collection technique uses a questionnaire. Then the collected data is analyzed using validity test, reliability test, analysis requirements test and hypothesis test. The population in this study were STAIN Madina students in the Islamic Business Economics study program and the research sample was 88 students. The results of this study indicate that 1) there is a significant influence between the service quality variable of Bank Syariah Indonesia on the interest in saving of STAIN Madina students with a t-count value of $3.003 > t\text{-table } 1.662$. 2) There is a significant influence between the branding image variable of Bank Syariah Indonesia on the interest in saving of STAIN Madina students, with a t-count value of $13.652 > t\text{-table } 1.662$. 3) Based on the results of the simultaneous regression test (F test), it is known that the service quality and branding image of Bank Syariah Indonesia have an effect on the interest of STAIN Madina students, the F-count value is $17.525 > F\text{-table } 3.10$. So there is a service quality and branding image of Bank Syariah Indonesia have an effect on the interest of FEBI students at STAIN Madina.

Keywords: Service Quality, Branding Image, Interest in Saving

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan ekonomi syariah dan meningkatkan literasi akan keuangan syariah membuat umat muslim mulai memiliki kesadaran dari praktik riba dalam perbankan. hal tersebut dinilai sebagai pangsa pasar yang strategis sehingga banyak bank umum di Indonesia mulai membuka unit syariah hingga menjadi anak perusahaan syariah dengan sistem perbankan terpisah atau sesuai syariah yaitu bank syariah. Lambat laun perbankan syariah mengalami peningkatan yang dapat dinilai dari meningkatnya jumlah kantor cabang syariah di Indonesia (Afriza, 2021). Perbankan syariah berkembang sejak ditetapkannya dasar-dasar hukum operasional tentang perbankan melalui UU No.07 tahun 1992, yang kemudian diubah dalam UU No.10 tahun 1998.

Undang-undang ini merupakan bentuk penegasan dari Bank Indonesia sebagai otoritas moneter untuk menjamin kelegalan bank syariah, dan memberikan ruang gerak yang luas bagi bank syariah. Perkembangan bank syariah di Indonesia cukup berkembang pesat, jumlah bank maupun kantor bank yang sudah cukup banyak, namun jumlah aset bank syariah lebih kecil dibandingkan bank konvensional. Perbankan syariah sebagai lembaga intermediasi keuangan yang dituntut untuk memainkan peran peranan yang sangat vital dalam menggerakkan roda perekonomian bangsa. Sejak berlakunya UU tersebut, pelaku Bank Syariah di Indonesia terus bertambah begitu juga pada jumlah bank yang terus mengalami perkembangan (Kurniati, 2016).

Bank syariah mempunyai prinsip yang berbeda dengan bank konvensional. Prinsip-prinsip seperti *musyarakah*, *mudharabah*, *murabahah*, *istishna*, *ijarah* dan sebagainya. Perbedaan yang paling mendasar adalah pada bagaimana memperoleh keuntungan, dimana Bank konvensional dikenal dengan sistem bunga, sedangkan bank syariah melarang menggunakan sistem bunga melainkan menggunakan sistem Bagi hasil. Bunga bank di anggap sebagai riba, yang dalam Islam riba itu dilarang. Hal tersebut juga mendapat

dukungan yang datang dari ulama dan organisasi Islam, yaitu pada awal tahun 2004 Majelis Ulama Indonesia (MUI) mengeluarkan fatwa haram hukumnya bunga bank. Kemudian diikuti dengan fatwa Muhammadiyah pada tahun 2006 yang menetapkan bunga bank adalah haram (Marimin, 2014).

Penerapan prinsip inilah yang membedakan antara Bank Syariah dengan Bank Konvensional. Seperti dalam menabung, pada Bank Konvensional setiap bulannya nasabah akan di kenakan biaya administrasi atas dana yang disimpan sesuai ketentuan pihak bank, sedangkan jika menabung di Bank syariah mengedepankan prinsip syariah dalam pengelolaan dana yang disimpan nasabah dalam hal tabungan. Bank syariah menggunakan dua prinsip yakni *akad wadi'ah* dan *mudharabah*.

Meskipun masyarakat di Indonesia dominan beragama Islam, namun tidak gampang memasarkan bank syariah. Selain itu, faktor terbesar akan rendahnya nasabah bank syariah yaitu karena kurang meratanya persebaran bank syariah. Sejauh ini, bank syariah akan susah sekali kita temui di daerah-daerah pelosok dan hanya banyak berada di perkotaan. Padahal masyarakat desa juga membutuhkan bank syariah, masyarakat desa juga ingin terbebas dari yang namanya riba dan kehadiran bank syariah di desa sangat dibutuhkan oleh masyarakat apalagi masyarakat yang berpenghasilan dari pertanian, perikanan dan sebagainya yang di dapat dari alam.

Menabung merupakan tindakan yang dianjurkan oleh agama, sebagai seorang muslim kita harus mempersiapkan perencanaan untuk masa depan. Di dalam Al-Qur'an secara tidak langsung seorang muslim telah dianjurkan untuk menghindari sifat pemborosan. Hal ini sesuai dengan surah Al-Isra' ayat 27 sebagai berikut:

إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا ۝ إِخْرَانَ الشَّيْطَنِ ۝ وَكَانَ الشَّيْطَنُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Artinya: "Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhan" (Q.S.Al-Isra':27).

Berdasarkan ayat di atas dapat disimpulkan bahwa kita tidak dianjurkan untuk bersikap boros. Karena boros merupakan salah satu perbuatan yang sangat dilarang oleh umat Islam yang mana para pemboros dapat dikatakan sebagai saudara setan. Nah, maka dari itu untuk menghindari sikap boros kita di anjurkan untuk menabung.

Setiap orang memiliki minat yang berbeda-beda untuk menabung. Minat adalah perhatian, kecendrungan hati kepada suatu keinginan. Sedangkan menurut istilah adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka, atau kecendrungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu. Sedangkan menabung adalah tindakan yang di anjurkan oleh Islam, karena dengan menabung berarti seorang muslim mempersiapkan diri untuk pelaksanaan perancanaan masa yang akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan. Namun, tidak semua masyarakat muslim ini menggunakan jasa perbankan syariah dikenakan sebagian responden juga belum yakin tentang prinsip-prinsip bank syariah, informasi tentang produk-produk bank syariah dinilai masih kurang (Antonio, 2001).

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang memengaruhi minat seseorang untuk menabung. Menurut (Lupiyoadi & Rambat, 2019) kualitas pelayanan adalah perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan. Pelanggan yang menentukan dan menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya. Kualitas layanan selain untuk memuaskan konsumen juga merupakan strategi yang tepat untuk meningkatkan keunggulan bank. Hasil pelayanan jasa yang dinikmati oleh nasabah akan menimbulkan penilaian terhadap bank, apabila hasil dari pelayanan bank dinilai baik, maka bank juga akan mendapat citra baik sehingga nasabah akan tertarik terhadap produk yang ditawarkan oleh bank, salah satunya adalah tabungan.

Bank dalam memberikan pelayanan kepada nasabah tidak hanya memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan tetapi juga *branding* citra

atau yang biasa dikenal dengan *brand image* adalah sekumpulan asosiasi merk yang terbentuk dan melekat dibenak konsumen. Melalui *branding* citra yang kuat, maka pelanggan akan memiliki asumsi positif terhadap merek dari produk yang ditawarkan oleh bank. *Brand image* yang efektif mewujudkan 3 hal, yaitu membangun karakter produk dan memberikan nilai proporsional, mengomunikasikan fitur produk secara unik yang membedakannya dengan pesaing, dan memberdayakan emosi dari kekuatan nalar. Merek merupakan aset yang menciptakan penilaian bagi pelanggan dengan meningkatkan kepuasan serta kualitas produk (Kotler, 2016).

Branding citra memiliki posisi strategis dalam persaingan yang tidak dapat diabaikan oleh perusahaan dalam rangka menarik minat nasabah untuk menggunakan produk yang ditawarkan. Citra yang diyakini oleh konsumen mengenai sebuah *brand* sangat bervariasi dari persepsi masing-masing individu. Kualitas sebuah *brand* memberikan alasan yang sangat penting bagi nasabah untuk memilih produk. Apabila citra yang tertanam dalam suatu produk baik, maka konsumen akan membeli produk itu, sebaliknya apabila citra yang tertanam dalam produk buruk maka konsumen tidak akan memilih produk tersebut (Fajar, 2008).

PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) resmi beroperasi pada 1 Februari 2021. BSI merupakan Bank Syariah terbesar di Indonesia hasil penggabungan (merger) tiga Bank Syariah dari Himpunan Bank Milik Negara (Himbara), yaitu: PT Bank BRI Syariah (BRIS), PT Bank Syariah Mandiri (BSM), dan PT Bank BNI Syariah (BNIS). Terobosan kebijakan pemerintah untuk melakukan merger tiga Bank Syariah ini diharapkan dapat memberikan PT Bank Syariah Indonesia Tbk (selanjutnya disebut BSI) resmi beroperasi pada 1 Februari 2021. BSI merupakan Bank Syariah terbesar di Indonesia hasil penggabungan (merger) tiga bank syariah dari Himpunan Bank Milik Negara (Himbara), yaitu: PT Bank BRI Syariah (BRIS), PT Bank Syariah Mandiri (BSM), dan PT Bank BNI Syariah (BNIS). Terobosan kebijakan pemerintah untuk melakukan merger tiga Bank Syariah ini diharapkan dapat

memberikan pilihan lembaga keuangan baru bagi masyarakat sekaligus mampu mendorong perekonomian nasional.

PT. Bank Syariah Indonesia Cabang Panyabungan merupakan salah satu bank syariah yang ada di Kecamatan Panyabungan dan menjadi bank andalan untuk membantu dan mendorong pertumbuhan perekonomian dan pembangunan daerah di segala bidang serta sebagai salah satu sumber pendapatan daerah dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat. Bank syariah ini beralamat di Jalan Willem Iskandar Kecamatan Panyabungan, Kabupaten Mandailing Natal. Kecamatan Panyabungan merupakan pusat kota diwilayah Kabupaten Mandailing Natal. Dengan banyaknya kelompok-kelompok usaha serta tingkat arus transaksi perekonomian yang tinggi kecamatan Panyabungan diharapkan menjadi lahan subur untuk mengembangkan industri perbankan syariah.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan penulis bahwa kualitas pelayanan di Bank Syariah Indonesia sudah baik seperti menyapa konsumen dengan sopan dan santun serta melayani dengan ramah namun, mengenai pelayanan produk yang ditawarkan sebagian masyarakat masih kurangnya informasi sehingga banyak nasabah yang belum memahami tentang *brand image* atau citra dari Bank Syariah Indonesia khususnya pada mahasiswa STAIN Madina dengan latar belakang program studi yaitu Perbankan Syariah, Manajemen Bisnis Syariah dan Ekonomi Syariah dengan data jumlah mahasiswa sebagai berikut :

Tabel. 1.1
Jumlah Mahasiswa

Program Studi	Jumlah
Perbankan Syariah	189
Manajemen Bisnis Syariah	252
Ekonomi Syariah	250
Jumlah	691

Sumber : Observasi di STAIN Madina

Berdasarkan tabel di atas bahwa jumlah mahasiswa program studi yaitu Perbankan Syariah, Manajemen Bisnis Syariah dan Ekonomi Syariah di STAIN Madina berjumlah 691 orang. Dari jumlah tersebut hanya beberapa mahasiswa saja yang menabung di Bank Syariah Indonesia. Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel. 1.2
Jumlah Mahasiswa yang Menggunakan Bank Syariah

Semester	Program Studi		
	Perbankan Syariah	Manajemen Bisnis Syariah	Ekonomi Syariah
I-II	5	2	2
III-IV	8	5	4
V-VI	20	10	7
VII-VIII	16	6	3
Jumlah	49	23	16

Sumber : Observasi di STAIN Madina

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan hanya beberapa saja mahasiswa prodi FEBI dari jenjang semester I-VIII yang menggunakan rekening Bank Syariah Indonesia. Berbagai alasan memicu mahasiswa enggan membuka rekening Bank Syariah Indonesia, sebagian merupakan alasan dari dalam diri dan sebagian lagi merupakan alasan dari luar padahal dengan adanya kualitas pelayanan dan *branding* citra suatu perusahaan akan memudahkan seseorang menilai dari benak mereka. Pemahaman mengenai *branding* citra ini sebenarnya berdasar dari pemikiran dan penilaian masyarakat terhadap sebuah merek.

Sebagaimana hasil wawancara dengan salah satu mahasiswa STAIN prodi Perbankan Syariah Rezky mengatakan :

“Saya lebih senang menggunakan ATM dari bank konvensional daripada syariah karena sebelum kuliah saya sudah membuka rekening Bank konvensional terlebih dahulu dan ATM yang tersedia juga lebih mudah dijumpai daripada Bank Sumut Syariah hal inilah yang membuat saya enggan untuk beralih ke Bank Syariah Indonesia.”

Hal yang sama juga diungkapkan oleh mahasiswa prodi Manajemen Bisnis Syariah Irmayanti mengatakan :

“Saya belum memahami produk apa saja yang tersedia di Bank Syariah Indonesia yang saya tahu Bank Syariah Indonesia lebih banyak digunakan oleh pedagang atau wiraswasta karena ada sistem bagi hasil yang ditawarkan pihak bank. Jarang sekali mahasiswa yang menggunakan ATM Bank Syariah Indonesia karena kebanyakan mahasiswa disini memiliki kartu ATM/rekening bank konvesional seperti Bank BRI. Karena pada tempat-tempat yang mudah dijangkau hanya Bank BRI yang mudah ditemukan dan mudah diingat produk-produknya.”.

Begitu juga mahasiswa Ekonomi Syariah Adelina mengatakan :

“Saya enggan menabung di Bank Syariah Indonesia dikarenakan saya sebagai mahasiswa perantauan yang masih tinggal di pedesaan yang jauh dari perkotaan, Bagi mahasiswa perantauan seperti saya yang masih belum bekerja otomatis segala materi yang di butuhkan masih berpangku tangan kepada orang tua, karena minimnya jumlah Bank Syariah Indonesia dan lebih banyak bank konvensional yang tersedia dipedesaan menjadi alasan saya untuk lebih memilih bank konvensional dibandingkan bank Syariah.”

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa mahasiswa di atas dapat disimpulkan bahwa mereka lebih memilih bank konvensional dibandingkan Bank Syariah karena Bank Syariah Indonesia belum memasang iklan atau promosi lainnya khususnya pada tempat-tempat yang mudah dijangkau seperti penggunaan fasilitas ATM yang belum tersedia di pelosok-pelosok desa mengingat sebagian mahasiswa adalah perantauan dari pelosok desa serta kurangnya informasi mengenai kelebihan dan produk-produk yang dimiliki Bank Syariah Indonesia.

Kurangnya kualitas pelayanan produk serta efektivitas *branding* citra ini menjadikan masyarakat lebih memilih menabung di bank konvensional dibandingkan bank syariah. Sehingga perlunya strategi kualitas pelayanan dan efektivitas *branding* citra untuk menjadi signifikan bagi bisnis karena dapat memberikan dampak yang besar bagi perusahaan yang dijalankan. Seperti dapat mengubah perspektif masyarakat terhadap *brand*, juga bisa memperluas jangkauan bisnis serta meningkatkan *brand* Bank Syariah Indonesia.

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas, maka peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul tentang **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Branding Citra Bank Syariah Indonesia terhadap Minat Menabung Mahasiswa FEBI di STAIN Madina”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, dilihat identifikasi masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Kurangnya pemahaman mahasiswa FEBI terkait *brand image*.
2. Kurangnya kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia.
3. Mahasiswa FEBI lebih memilih bank dengan prosedur yang tidak ribet, aman dan mudah dalam menggunakan produknya.

C. Batasan masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi di atas, penelitian ini dibatasi pada kualitas pelayanan dan *branding* citra Bank Syariah Indonesia terhadap minat menabung mahasiswa STAIN Madina dengan latar belakang program studi yaitu Perbankan Syariah, Manajemen Bisnis Syariah dan Ekonomi Syariah yang berada di Panyabungan.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan Bank Syariah Indonesia terhadap minat menabung mahasiswa FEBI di STAIN Madina ?
2. Apakah terdapat pengaruh *branding* citra Bank Syariah Indonesia terhadap minat menabung mahasiswa FEBI di STAIN Madina ?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan *branding* citra Bank Syariah Indonesia terhadap minat menabung mahasiswa FEBI di STAIN Madina?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan Bank Syariah Indonesia terhadap minat menabung mahasiswa FEBI di STAIN Madina.
2. Untuk mengetahui pengaruh branding citra Bank Syariah Indonesia terhadap minat menabung mahasiswa FEBI di STAIN Madina.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan branding citra Bank Syariah Indonesia terhadap minat menabung mahasiswa FEBI di STAIN Madina.

F. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Manfaat yang didapat bagi peneliti adalah sebagai tambahan wawasan dan pengetahuan khususnya di bidang perbankan serta menambah pengalaman pada bidang strategi pemasaran.

2. Bagi Akademik

Manfaat penelitian ini untuk akademik adalah dapat dijadikan sebagai referensi bagi pihak yang membutuhkan informasi dan menambah pengetahuan di bidang perbankan khususnya pada kualitas pelayanan dan *branding* citra Perusahaan.

3. Bagi Perusahaan

Manfaat penelitian ini dapat digunakan oleh perusahaan untuk pengambilan keputusan dalam meningkatkan penjualan produk dan jasa untuk menarik minat nasabah termasuk dalam jangkauan generasi milenial.

G. Defenisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini digunakan definisi oprasional variabel agar menjadi petunjuk dalam penelitian. Definisi oprasional variabel tersebut adalah:

1. Kualitas Pelayanan (X1), kualitas pelayanan adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik suatu produk atau jasa yang menekankan pada orientasi

pemenuhan harapan pelanggan untuk memperoleh kecocokan untuk pemakaian (Yansah et al., 2013).

2. *Branding* Citra (X2), citra adalah keyakinan seseorang kepada setiap gambaran-gambaran, dan kesan-kesan yang dimiliki seseorang pada suatu obyek. Obyek dimaksud bisa berupa orang, organisasi, berarti seluruh keyakinan, gambaran, dan kesan atasorganisasi dari seseorang (Kotler, 2016) .
3. Minat Menabung (Y), minat adalah perilaku konsumen yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menujukan keinginan seseorang untuk melakukan pembelian (Kotler, 2016).

H. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam laporan penelitian ini akan disusun dalam lima bab meliputi:

Bab I Pendahuluan, bab pendahuluan berisi mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan terdapat sistematika penulisan.

Bab II Kajian Pustaka, bab ini berisi mengenai landasan teori penelitian dan uraian hasil penelitian- penelitian terdahulu yang digunakan sebagai dasar pemilihan masing-masing variabel. Dalam bab ini juga berisi kerangka penelitian dan uraian hipotesis.

Bab III Metode Penelitian, bab ini berisi mengenai pengertian variabel-variabel yang digunakan, penentuan populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengambilan data dan metode untuk menganalisis data.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan, bab ini berisi mengenai analisis hasil pengolahan data dan hasil pengujian hipotesis serta pembahasan hasil penelitian dari data yang diperoleh.

Bab V Kesimpulan dan Saran, bab ini berisi mengenai kesimpulan akhir yang diperoleh dari pembahasan bab sebelumnya dan saran-saran yang diberikan kepada penelitian lainnya.