

ANALISIS PENGARUH BAGI HASIL, KUALITAS PELAYANAN, KELOMPOK REFERENSI, DAN MOTIVASI TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH BANK SYARIAH

(STUDI KASUS BNI SYARIAH DI KOTA YOGYAKARTA)

ANALYZING THE INFLUENCE OF PROFIT SHARING, SERVICE QUALITY, REFERENCE GROUP AND MOTIVATION TOWARD THE DECISION TO BE SHARIA BANK CUSTOMER

(A CASE STUDY AT BNI SHARIAH IN YOGYAKARTA)

Hamdi Arifin Dan Satria Utama

*Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jl. Ring Road Barat,
Tamantirto, Kasihan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta 55184*

hamdiarifin95@gmail.com

Satriautama681@gmail.com

Intisari

Menurut hasil sensus penduduk tahun 2010 87,6% penduduk Indonesia menganut agama Islam artinya mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam, hal tersebut menjadi potensi besar bagi perbankan syariah di Indonesia untuk menghimpun nasabah. Menurut data yang di keluarkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) perkembangan asset perbankan syariah dalam delapan tahun terakhir mengalami peningkatan, menandakan bahwa semakin banyak masyarakat Indonesia yang percaya akan perbankan syariah sebagai lembaga keuangan di Indonesia, oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh bagi hasil, kualitas pelayanan, kelompok referensi dan motivasi terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah.

Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah sebanyak 100 responden. Responden yang diambil merupakan responden yang memiliki kriteria tertentu, yaitu Nasabah *funding*/ nasabah yang menyimpan dananya di bank tersebut dalam bentuk giro, tabungan, atau deposito. Pengumpulan data menggunakan metode survey menggunakan kuesioner. Berdasarkan hasil analisis *Partial Least Squares* (PLS) diperoleh hasil bahwa variabel bagi hasil, kualitas pelayanan dan motivasi berpengaruh positif dan signifikan

terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah, sedangkan variabel kelompok referensi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah.

Kata kunci : keputusan menjadi nasabah bank syariah, bagi hasil, kualitas pelayanan, kelompok referensi, dan motivasi.

Abstract

Based on data population census 2010 87.6% of the Indonesian population embraced Islam which is the Indonesian population is Moslem, its has become a great potential for Islamic banking in Indonesia to collect customers. Based on data from otoritas jasa keuangan (OJK) the development of Islamic banking assets in the last eight years has increased, this indicates that many Indonesians believe in Islamic banking as a financial institution in Indonesia. Therefore, this study aims to analyze the influence of profit sharing, service quality, reference groups and motivation on the decision to become a sharia bank customer.

Sampling technique in this research is purposive sampling and obtained 100 respondents. Respondents in this research have some criteria, that criteria of respondents is Funding customers / customers who deposit their funds in the bank in the form of demand deposits, savings or deposits. Methods of collection data by using questionnaires. Based on the result of Partial Least Squares (PLS) analysis is Profit sharing variables, service quality and motivation have a positive and significant effect on the decision to become a sharia bank customer, while the reference group variable has negative and significant influence on the decision to become a sharia bank customer.

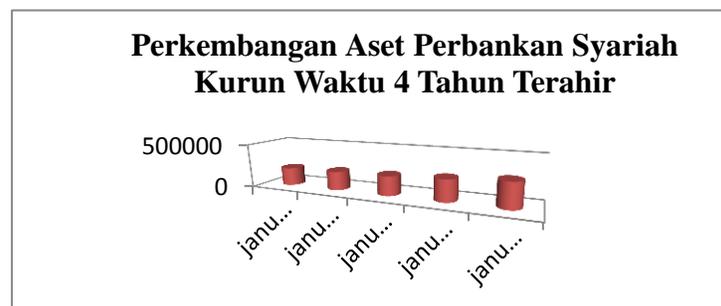
Keywords : *decision to become a sharia bank customer, profit sharing, service quality, reference groups and motivation,*

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara kepulauan yang dihuni oleh sekitar 237,6 juta jiwa penduduk yang memiliki keanekaragaman budaya dan agama. Didalam keanekaragaman tersebut terdapat penduduk mayoritas dan minoritas. Menurut hasil sensus penduduk tahun 2010 terdapat 207,1 jta jiwa penduduk Indonesia yang menganut agama Islam, hal ini menunjukkan 87,6% penduduk Indonesia menganut agama Islam artinya mayoritas agama yang dianut adalah agama Islam. Potensi perbankan syariah untuk mendapatkan nasabah sangatlah besar hal ini di tinjau

dari besarnya jumlah penduduk beragama muslim yang mendiami Indonesia. Selain memiliki potensi untuk mendapatkan nasabah yang cukup besar bank syariah juga memiliki pesaing yang sudah lama memberikan segala fasilitas yang berhubungan dengan keuangan yaitu bank konvensional mengingat bank konvensional sudah lebih dulu berdiri. Bank syariah tergolong baru di Indonesia, baru sekitar 27 tahun perbankan syariah menjadi lembaga keuangan yang sebelumnya telah di dahului oleh perbankan konvensional. Jika di lihat dari total aset yang di miliki oleh perbankan konvensional sebesar 7.306.328 (dalam milyar rupiah) per januari 2018 dan perbankan syariah sebesar 285.397 (dalam milyar rupiah) menandakan masih banyaknya masyarakat indonesia yang beragama muslim tidak menyimpan dananya di perbankan syariah.

Asset perbankan syariah yang dari tahun ketahun terus mengalami peningkatan menandakan bahwa tingkat kepercayaan masyarakat Indonesia dari tahun ketahun terus mengalami peningkatan. Berikut ini adalah tabel perkembangan asset perbankan syariah di Indonesia.



(Dalam milyar Rupiah)

Sumber : Otoritas Jasa Keuangan (OJK)

Tabungan bagi hasil sendiri merupakan suatu tabungan yang dijalankan berdasarkan akad *mudharabah*. Dimana nasabah akan mendapatkan bagi hasil sebagai keuntungan yang akan didapatnya karena telah menyimpan dananya dengan menggunakan tabungan bagi hasil. Pada sistem bagi hasil ini pembagian keuntungan didasarkan pada nisbah atau prosentase yang telah ditentukan sesuai dengan kesepakatan pada awal perjanjian antara nasabah (*shahibul maal*) dan pihak bank (*mudharib*) tanpa adanya unsur paksaan, dan dengan menabung di bank syariah akan relatif lebih aman ditinjau dari perspektif Islam, karena akan mendapatkan keuntungan atau bagi hasil yang dihasilkan dari bisnis yang halal.

Selain bagi hasil ada factor lain yang mempengaruhi minat calon nasabah untuk menabung di bank syariah, yaitu faktor kualitas pelayanan yang baik. Karena perbankan adalah suatu lembaga keuangan yang bergerak di bidang jasa keuangan maka kualitas pelayanan berperan penting. Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Dalam hal ini pelayanan yang dimaksud adalah proses pemberian informasi oleh karyawan bank kepada calon nasabah yang akan menabung di bank tersebut. Sehingga nasabah tersebut merasa bahwa informasi yang nasabah perlukan mengenai menabung di bank tersebut telah terpenuhi. Pada dasarnya setiap individu ingin dilayani dengan baik, oleh karena itu, kualitas pelayanan yang baik sangat diharapkan oleh para calon nasabah.

Perbankan syariah merupakan suatu bisnis yang bergerak di bidang pelayanan jasa keuangan. Oleh karena itu faktor pelayanan kepada nasabah sangatlah penting, ketika nasabah tetap telah merasa puas dengan pelayanan yang di berikan oleh bank syariah, nasabah tersebut akan merekomendasikan kepada masyarakat dilingkungan sekitarnya yang akan mulai menabung agar menabung di bank syariah saja. Ketika nasabah yang telah puas dengan pelayanan bank syariah dan mulai merekomendasikan bank tersebut kepada lingkungan sekitarnya faktor kelompok referensi pun timbul.

Ketika ada calon nasabah yang ingin menabung di bank biasanya calon nasabah akan bertanya kepa lingkungan sekitarnya seperti keluarga, teman kerja, dan orang orang yang berada di sekitarnya untuk meminta pendapat tentang apakah dia harus menabung di bank syariah atau bank lainnya. Saat calon nasabah bertemu dengan nasabah tetap yang telah puas dengan pelayanan bank syariah maka nasabah tersebut akan merekomendasikan bank syariah adalah tempat terbaik untuk menabung

Selain ketiga faktor external diatas ada factor yang muncul dari dalam diri nasabah yaitu faktor motivasi. Motivasi konsumen mempunyai peranan penting sebagai salah satu faktor vital yang membentuk keputusan untuk memilih suatu model jasa. Walaupun tersedia beberapa model jasa yang serupa dari beberapa perusahaan jasa, tidaklah mungkin semua jasa tersedia dapat dipergunakan oleh para konsumen di satu lingkungan masyarakat. Untuk suatu model jasa yang hanya disediakan oleh satu atau dua perusahaan jasa saja, para konsumen biasanya akan langsung termotivasi untuk memilih model jasa yang tepat bagi mereka. Seperti perbankan syariah, menurut calon nasabah perbankan syariah sesuai dengan ajaran agama Islam yang di

anutnya dan di dalam perbankan syariah tidak terdapat unsur riba yang di larang dalam agama Islam.

Landasan teori

Bagi Hasil

Prinsip bagi hasil (*profit sharing*) berdasarkan kaidah *al-mudharabah* dan *al musyarakah*. *Al-mudharabah* yaitu akad kerja sama usaha antara dua pihak dimana pihak pertama (*shahibul maal*) menyediakan seluruh modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola atau perjanjian atas suatu jenis perkongsian dimana pihak pertama menyediakan dana dan pihak kedua (*mudharib*) bertanggung jawab atas pengelolaan usaha. *Al-musyarakah* yaitu akad kerja sama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan risiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan Antonio, Muhammad Syafi'I (2001:27).

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan pelanggan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan seberapa jauh konsumen mengharapkan pelayanan yang baik yang diberikan oleh bank kepada konsumen. (Tjiptono, 2014 : 72).

Menurut Kotler dan Keller (2013:559) kualitas pelayanan yang baik tidak hanya terletak pada penyedia jasa saja melainkan juga dari sudut pandang konsumen. konsumen akan menilai pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan adalah kualitas yang baik atau buruk yang disesuaikan dengan harapan mereka. Selain itu kualitas pelayanan dapat dipengaruhi dari dua hal, diantaranya ialah pelayanan yang dirasakan (*perceived service*), yaitu pelayanan yang sudah dialami oleh konsumen, hal ini terjadi ketika konsumen sedang dalam proses pelayanan. Kemudian pelayanan yang diharapkan (*expected service*), yaitu harapan konsumen mengenai pelayanan yang akan diberikan oleh perusahaan. Apabila pelayanan yang dirasakan konsumen sesuai atau melebihi dengan harapan maka konsumen akan memutuskan untuk terus menggunakan jasa perusahaan tersebut.

Kelompok Referensi

Menurut Kotler dan Keller (2013:227) terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen, salah satunya ialah faktor sosial yang didalam terdapat kelompok referensi. Kelompok referensi adalah semua kelompok yang memiliki pengaruh secara langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Kelompok referensi adalah kelompok-kelompok yang berfungsi sebagai sumber seseorang dalam membentuk sikap dan perilakunya. Kelompok referensi adalah kelompok yang dapat mempengaruhi perilaku individu baik secara langsung maupun tidak langsung.

Motivasi

Menurut Handoko (2001:127-129) motivasi adalah suatu keadaan dari dalam diri seseorang yang mendorong keinginan seseorang tersebut untuk melakukan keinginan tertentu untuk mencapai suatu tujuan. Motivasi adalah suatu pemikiran dari dalam diri individu yang mendorongnya untuk bertindak dan melakukan keinginannya untuk mencapai tujuan.

Keputusan menjadi nasabah

Berdasarkan kamus besar bahasa Indonesia arti kata keputusan ialah menentukan, artinya keputusan merupakan kegiatan menentukan sesuatu diantara dua atau lebih. Jadi keputusan menjadi nasabah di bank syariah ialah suatu keadaan saat nasabah menentukan pilihannya untuk menjadi nasabah di suatu bank. Keputusan yang dibuat oleh konsumen tidak terlepas dari perilaku konsumen yang dilakukan, oleh karena itu, untuk mengetahui keputusan konsumen maka perlu untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen untuk mengambil keputusan. Berikut merupakan faktor-faktor tersebut :

- a. Kekuatan social budaya
 1. Faktor budaya
 2. Faktor kelas social
 3. Faktor kelompok anutan
 4. Faktor keluarga
- b. Kekuatan faktor piskologis
 - a. Faktor Pengalaman belajar

- b. Faktor Kepribadian
- c. Faktor Sikap dan keyakinan
- d. Faktor Konsep diri

HIPOTESIS

Pengaruh Bagi Hasil Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah

Berdasarkan hasil penelitian kurniawati sistem bagi hasil berpengaruh positif dengan keputusan menjadi nasabah yang berarti semakin besar sistem bagi hasil pada bank syariah, maka semakin besar pula keputusan untuk menjadi nasabah bank syariah. Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut

H1 : bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah

Berdasarkan hasil penelitian Burdianti 2012 semakin baik kualitas pelayanan yang di berikan bank kepada calon nasabah, maka akan semakin tinggi minat calon nasabah untuk menjadi nasabah di bank tersebut. Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut

H2 : kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang POSITIF DAN signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah bank umum syariah

Pengaruh Kelompok Referensi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah

Berdasarkan hasil penelitian Utami dkk faktor kelompok referensi berpengaruh positif terhadap keputusan mejadi nasabah di bank syariah di kota Banjarmasin. Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut

H3 : kelompok referensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah bank umum syariah.

Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah

Berdasarkan penelitian Gampu dkk faktor motivasi berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah untuk menabung di Bank Syariah Sulutgo Cabang Utama Manado. Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut

H4 : faktor motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah bank umum syariah.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif asosiatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Hubungan yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah hubungan kausal, yaitu hubungan yang bersifat sebab akibat. Dalam hubungan kausal terdapat variabel independen (Variabel Yang Mempengaruhi) Dan Variabel Dependen (Variabel Yang Dipengaruhi).

Populasi dan Sampel

Populasi merupakan suatu wilayah generalisasi yang mencakup obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari lalu selanjutnya di ambil kesimpulannya oleh peneliti (Sugiyono, 2015). Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh nasabah BNI Syariaah yang ada di Yogyakarta, Metode pengambilan sampel adalah proses memilih sejumlah elemen secukupnya dari populasi. Penelitian ini akan menggunakan teknik *non probability* sampling dengan metode *purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel yang terbatas pada orang yang memiliki kriteria sesuai dengan yang ditentukan oleh peneliti.

Jenis Data

Pada penelitian ini pendekatan yang digunakan ialah pendekatan kuantitatif dengan desain kausal yang bertujuan mengetahui hubungan sebab akibat variabel tingkat bagi hasil (X1), kualitas pelayanan (X2), kelompok reverensi (X3) dan motivasi (X4) terhadap keputusan menabung di perbankan syariah (Y). Data yang digunakan adalah jenis data primer. Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber pertama yang dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner

Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah upaya peneliti untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dalam penelitian. Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan survey menggunakan lembar kuesioner. Kuesioner adalah lembar yang berisi pertanyaan-pertanyaan tertulis yang akan dijawab oleh responden, pertanyaan-pertanyaan tersebut sebelumnya telah dirumuskan terlebih dahulu dan dibuat menggunakan bahasa yang jelas

sehingga responden dapat dengan tepat mengartikan maksud pertanyaan dan dapat menjawab sesuai dengan pertanyaan. Skala yang digunakan dalam kuesioner ialah skala Likert. Skala Likert adalah skala yang didesain untuk mengetahui seberapa kuat objek setuju dan tidak setuju dengan pertanyaan 5 skala, angka 1 = Sangat Tidak Setuju (STS), angka 2 = Tidak Setuju (TS), angka 3 = Netral (N). Angka 4 = Setuju (S). Angka 5 = Sangat Setuju (SS).

Model pengukuran pada setiap variabel dalam penelitian ini didasarkan pada uji validitas dan uji reliabilitas, variabel pada penelitian ini berdasarkan pada hasil dari uji *outer model* yang meliputi *convergent validity*, *discriminant validity* dan *composite reliability* (Hair *et al.* 2014). Sedangkan model struktural yakni langkah yang digunakan untuk melihat hubungan antar variabel laten yang terdapat pada model penelitian, variabel pada model struktural berdasarkan pada hasil dari uji *inner model* yang meliputi *path coefficient*.

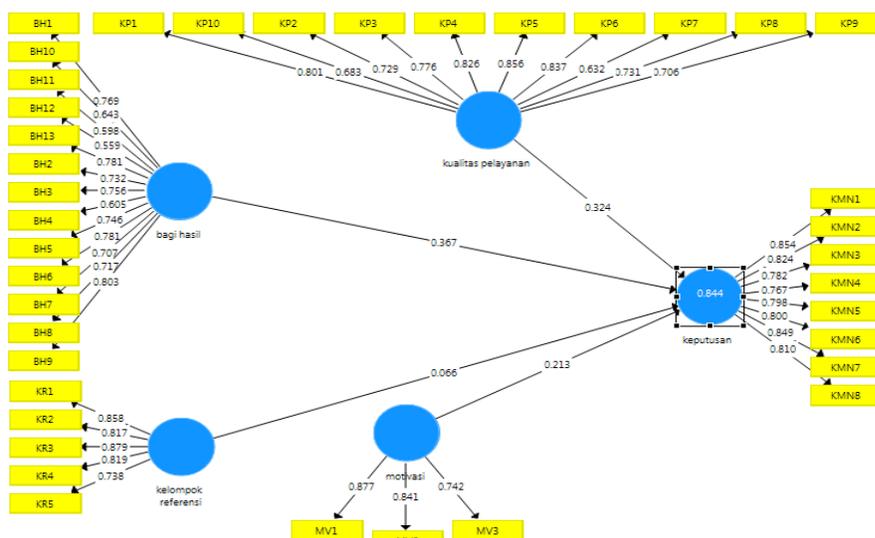
HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Instrument bisa dikatakan valid jika instrument tersebut bisa mengukur yang seharusnya diukur (Cooper dan Schindler, 2014). Pada penelitian ini uji validitas menggunakan metode *convergent validity* dan *discriminant validity* dengan bantuan SmartPLS 3.0.

Pengujian Model Pengukuran (*Outer Model*)

Adapun model pengukuran untuk uji validitas bisa dilihat pada gambar 1.



Sumber: Data primer yang diolah (2018)

Gambar 1.
Tampilan Output Model Pengukuran

Berdasarkan hasil dari pengujian model pengukuran yang dapat dilihat pada gambar semua indikator mempunyai nilai di atas 0.05 yang berarti semua indikator dinyatakan valid dan layak sebagai alat ukur yang baik.

Selain itu, yang digunakan untuk menilai *convergent validity* yakni dengan melihat nilai *Average Variance Extracted* (AVE) yang disyaratkan bahwa model yang baik yaitu apabila nilai AVE masing-masing konstruk nilainya $> 0,5$. Pada tabel 1 dapat dilihat bahwa nilai AVE untuk seluruh variabel pada penelitian ini yakni $> 0,5$. Hal ini berarti bahwa keempat variabel tersebut telah memenuhi syarat dan dinyatakan sebagai model yang baik.

Tabel 4. 1

Average Variance Extracted (AVE)

Konstruk	AVE
Bagi hasil (X1)	0.506
Kelompok Referensi (X3)	0.678
Keputusan (Y)	0.658
Kualitas pelayanan (X2)	0.579
Motivasi (X4)	0.676

Sumber: Data primer yang diolah (2018)

Discriminant validity

Discriminant validity dinilai dengan berdasarkan *cross loading* pengukuran dengan konstruksya atau dengan membandingkan akar AVE untuk setiap konstruk.

Tabel 4. 2
Dicriminant Validity

Discriminant Validity					
	Bagi Hasil (X1)	Kelompok Referensi (X3)	Keputusan (Y)	Kualitas Pelayanan (X2)	Motivasi (X4)
Bagi Hasil (X1)	0.712				
Kelompok Referensi (X3)	0.801	0.824			
Keputusan (Y)	0.869	0.835	0.811		
Kualitas Pelayanan (X2)	0.840	0.899	0.881	0.761	
Motivasi (X4)	0.826	0.861	0.861	0.887	0.822

Sumber: Data Primer, 2018

Dari tabel disajikan yang diatas maka bisa dilihat bahwa nilai akar kuadrat dari AVE yaitu 0,712, 0,824, 0,811, 0,761 dan 0,822 lebih besar dari masing-masing konstruk atau nilai akar AVE lebih besar dari 0,5.

Uji Reliabilitas

Selain uji validitas yang telah dilakukan, selanjutnya peneliti melakukan uji reliabilitas untuk menguji instrument. Reliabilitas menunjukkan akurasi, konsistensi, dan ketepatan alat ukur dalam melakukan pengukuran (Jogiyanto dan Abdillah, 2014:61). Uji reliabilitas pada PLS menggunakan dua metode, yakni *Cronbach's alpha* dan *Composite reliability*. Adapun hasil dari uji reliabilitas pada penelitian ini menunjukkan bahwa secara umum variabel pengukuran yang digunakan pada penelitian ini mempunyai reliabilitas yang baik atau dapat dikatakan reliabel, yaitu menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's alpha* dan *Composite reliability* > 0,7. Hasil dari pengujian reliabilitas telah peneliti sajikan pada Tabel 4.10 sebagai berikut:

Tabel 4. 3
Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability

Nilai Cronbach's alpha dan Composite Reliability		
	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>
Bagi Hasil (X1)	0.917	0.929
Kelompok Referensi (X3)	0.881	0.913
Keputusan (Y)	0.926	0.939
Kualitas Pelayanan (X2)	0.918	0.932
Motivasi (X4)	0.758	0.861

Sumber: Data Primer, 2018

HASIL PENGUJIAN HIPOTESIS

Pengujian Model Struktural (*Inner Model*)

nilai R-square variabel keputusan menjadi nasabah sebesar 0,844. Nilai R-square sebesar 0,844 memiliki arti bahwa variabilitas konstruk kepuusan menjadi nasabah yang dapat di jelaskan oleh variabilitas konstruk *Knowledge* management sebesar 84,4% sedangkan sisanya 15,6% dijelaskan oleh variabel lain di luar yang diteliti.

Tabel 4. 4
Nilai R-square (R^2)

	R^2	Pengaruh Dari Luar
Keputusan Menjadi Nasabah	0,844 ATAU 84,4%	0,156 ATAU 15,6%

Sumber: Data Primer, 2018

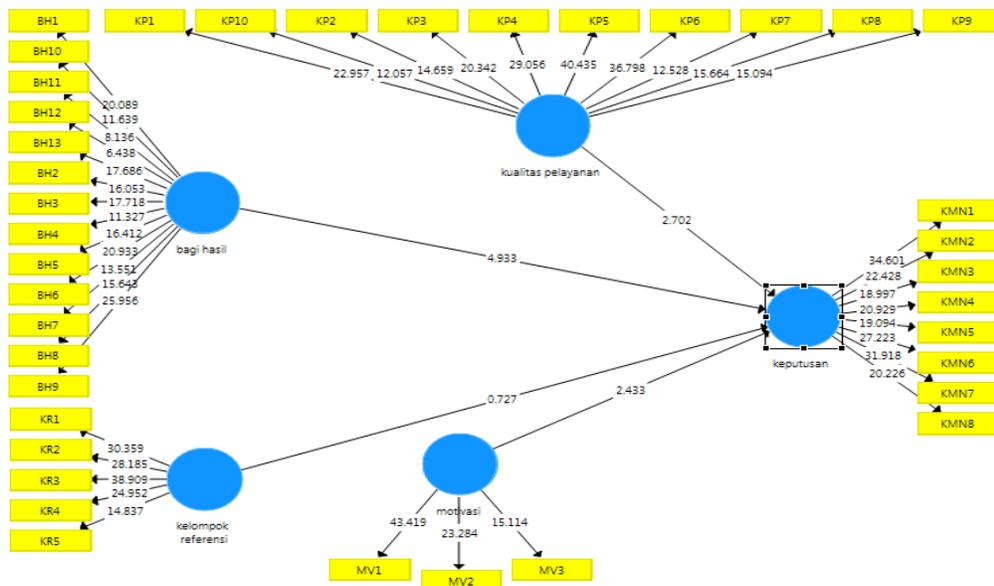
Adapun model struktural dan nilai koefisien jalur dapat dilihat pada Tabel 5 di bawah ini:

Tabel 4. 5
Hasil Pengujian Hipotesis

Path Coefficients			
	β	T	P
Bagi Hasil (X1) -> Keputusan (Y)	0.367	4.933	0***
Kelompok Referensi (X3) -> Keputusan (Y)	0.066	0.727	0.468
Kualitas Pelayanan (X2) -> Keputusan (Y)	0.324	2.702	0.007**
Motivasi (X4) -> Keputusan (Y)	0.213	2.433	0.015*

Sumber: Data Primer, 2018

* $P \leq 0,10$ ** $P \leq 0,05$ *** $P \leq 0,001$



Sumber: Data primer yang diolah (2018)

Gambar 2.
Tampilan Output *Inner Model*

Standar dari di dukungnya hipotesis penelitian yaitu: jika koefisien atau arah hubungan variabel (dilihat dari nilai *original sample*) sejalan dengan hipotesisnya, dan jika nilai *t-statistic* > 1,96 dan *p-value* < 0,05. Berdasarkan dengan nilai Beta Koefisien dan nilai *t-statistic* yang disajikan diatas, maka hasil uji untuk masing-masing hipotesis yaitu sebagai berikut:

Hipotesis 1 menyatakan bahwa bagi hasil berpengaruh positif terhadap *keputusan menjadi nasabah*. Hipotesis didukung apabila arah hubungan variabel sejalan dengan hipotesis dan nilai *t-statistic* $> 1,96$ serta *p-value* $< 0,05$. Hasil perhitungan SmartPLS 3.0 menunjukkan bahwa bagi hasil berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah dengan nilai koefisien beta sebesar 0,367 dan *T-value* 4,933. Maka dari itu hipotesis pertama pada penelitian ini didukung

Hipotesis 2 menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap *keputusan menjadi nasabah*. Hipotesis didukung apabila arah hubungan variabel sejalan dengan hipotesis dan nilai *t-statistic* $> 1,96$ serta *p-value* $< 0,05$. Hasil perhitungan SmartPLS 3.0 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah dengan nilai koefisien beta sebesar 0,324 dan *T-value* 2,702 . Maka dari itu hipotesis kedua pada penelitian ini didukung.

Hipotesis 3 menyatakan bahwa *kelompok referensi* berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah. Hipotesis didukung apabila arah hubungan variabel sejalan dengan hipotesis dan nilai *t-statistic* $> 1,96$ serta *p-value* $< 0,05$. Hasil perhitungan SmartPLS 3.0 menunjukkan bahwa *kelompok referensi* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah dengan nilai koefisien beta sebesar 0,066 dan *T-value* sebesar 0,727. Maka dari itu, hipotesis ketiga pada penelitian ini tidak didukung.

Hipotesis 4 menyatakan bahwa motivasi berpengaruh positif terhadap *keputusan menjadi nasabah*. Hipotesis didukung apabila arah hubungan variabel sejalan dengan hipotesis dan nilai *t-statistic* $> 1,96$ serta *p-value* $< 0,05$. Hasil perhitungan SmartPLS 3.0 menunjukkan bahwa motivasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah dengan nilai koefisien beta sebesar 0,213 dan *T-value* 2,433. Maka dari itu hipotesis keempat pada penelitian ini didukung.

Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen, yakni bagi hasil, kualitas pelayanan, kelompok referensi dan motivasi sebagai variabel independen dan keputusan menjadi nasabah bank syariah sebagai variabel dependen.

Pengaruh bagi hasil terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah

Berdasarkan hasil pengujian *inner model* yang sudah peneliti lakukan dengan menggunakan SmartPLS 3.0, maka diperoleh nilai *p-value* sebesar 0,000 yang artinya lebih kecil dari 0,05 dan *t-statistic* sebesar 4.933 yang artinya lebih besar dari 1,96. Hasil pengujian pada penelitian ini menunjukkan terdapat dukungan pada hipotesis 1 yang menyatakan bahwa bagi hasil pada perbankan syariah berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah. Terdapat 4 indikator yang memiliki kontribusi terbesar terhadap variabel laten bagi hasil adalah sub indicator Hubungan antara kedua belah pihak (BH1) sebesar 0.769, sub indicator Kesepakatan yang jelas antara kedua belah pihak (BH6) sebesar 0.781, sub indicator Penyediaan dana yang tepat waktu (BH9) sebesar 0.803, dan sub indicator rasa percaya nasabah kepada pihak bank terhadap keputusan nasabah (BH13) sebesar 0.781

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah

Berdasarkan hasil pengujian *inner model* yang sudah peneliti lakukan dengan menggunakan SmartPLS 3.0, maka diperoleh nilai *p-value* sebesar 0,012 yang artinya lebih kecil dari 0,05 dan *t-statistic* sebesar 2.702 yang artinya lebih besar dari 1,96. Hasil pengujian pada penelitian ini menunjukkan terdapat dukungan pada hipotesis 2 yang menyatakan bahwa *kualitas pelayan pada perbankan syariah* berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah. Terdapat 4 indikator yang memiliki kontribusi terbesar terhadap variabel laten kualitas pelayanan adalah sub indicator Tempat terjadinya pelayanan (KP1) sebesar 0.801, sub indicator cara berkomunikasi (KP4) sebesar 0.826, sub indicator Kemampuan karyawan dalam melayani (KP5) sebesar 0.856, sub indicator Keakuratan karyawan dalam menjalankan tugasnya (KP6) sebesar 0.837.

Pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah

Berdasarkan hasil pengujian *inner model* yang sudah peneliti lakukan dengan menggunakan SmartPLS 3.0, maka diperoleh nilai *p-value* sebesar 0,464 yang artinya lebih besar dari 0,05 dan *t-statistic* sebesar 0.727 yang artinya lebih kecil dari 1,96. Hasil pengujian pada penelitian ini menunjukkan tidak terdapat dukungan pada hipotesis 3 yang menyatakan bahwa kelompok referensi berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi

nasabah bank syariah. Hasil penelitian ini juga tidak sesuai dengan penelitian Nisak, dkk yang menyatakan bahwa kelompok referensi pengetahuan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah Semarang. Total terdapat 5 indikator dalam yang memiliki nilai cukup tinggi terhadap variabel laten kelompok referensi dalam menagrahkan jawaban responden ke hasil yang negative adalah sub indikator Informasi mengenai jasa bank syariah yang diketahui oleh kelompok acuan (KR1) sebesar 0.858, sub indikator Kredibilitas dari kelompok acuan (KR2) sebesar 0.817, sub indikator Pengalaman dari kelompok acuan (KR3) sebesar 0.879 dan sub indikator keaktifan kelompok acuan akan jasa bank syariah (KR4) sebesar 0.819 serta indikator terahir daya tarik kelompok acuan (KR5) sebesar 0.738.

Tidak di dukungnya hipotesis ke tiga dalam penelitian ini dapat di jelaskan dengan alasan,

- a. secara umum kelompok referensi di definisikan sebagai kumpulan dari dua orang atau lebih yang saling berinteraksi untuk mencapai tujuan yang sama, dalam hal ini kelompok referensi adalah seseorang yang telah menjadi nasabah teteap di bank syariah, ketika calon nasabah atau responden meminta pendapat kepada nasabah tetap tersebut nasabah itu akan menjelaskan keunggulan produk yang ia gunakan di perbankan syariah dan merekomendasikan kepada responden untuk menggunakan jasa perbankan syariah di banding perbankan konvensional tetapi responden akan tetap mempertimbangkan apakah produk produk yang di jelaskan oleh kelompok referensi itu di butuhkan oleh responden atau tidak. Penjelasan ini di dukung oleh sub indikator *Informasi mengenai jasa bank syariah yang diketahui oleh kelompok acuan* yang memiliki ukuran *Tingkat pengetahuan kelompok acuan mengenai informasi jasa bank syariah* (KR1) sebesar 0.858 ke arah negatif, yang artinya meskipun kelompok referensi telah menyarankan kepada responden untuk menggunakan jasa perbankan syariah karna memiliki produk produk yang di butuhkan oleh kelompok referensi tetapi belum tentu produk tersebut di butuhkan oleh respenden.

Pengaruh motivasi terhadap keputusan menjadi nasbah bank syariah

Berdasarkan hasil pengujian *inner model* yang sudah peneliti lakukan dengan

menggunakan SmartPLS 3.0, maka diperoleh nilai *p-value* sebesar 0,013 yang artinya lebih kecil dari 0,05 dan *t-statistic* sebesar 2.433 yang artinya lebih besar dari 1,96. Hasil pengujian pada penelitian ini menunjukkan terdapat dukungan pada hipotesis 4 yang menyatakan bahwa *motivasi* berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah. Terdapat 2 indikator yang memiliki kontribusi terbesar terhadap variabel laten motivasi adalah sub indikator Dorongan kebutuhan akan jasa bank syariah yang memiliki ukuran (MV1) sebesar 0.877 dan sub indikator dorongan untuk menghindari hal-hal yang dilarang oleh agama (MV2) sebesar 0.841.

KESIMPULAN

1. Bagi hasil berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah dengan nilai *p-value* sebesar 0,000 yang artinya lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah bank syariah memilih bank syariah di bandingkan bank konvensional karena terdapat sistem bagi hasil di mana sistem ini tidak dimiliki oleh bank konvensional.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah dengan nilai *p-value* sebesar 0,012 yang artinya lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah bank syariah memilih bank syariah karena mereka merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan bank syariah.
3. Kelompok referensi tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah dengan nilai *p-value* 0,464 yang artinya lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa ketika calon nasabah meminta pendapat kepada keluarga, teman, dan semua orang yang berada di sekitarnya untuk memilih

Motivasi berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah dengan nilai *p-value* 0,013 yang artinya lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi yang timbul dari dalam diri nasabah untuk menghindari riba yang dilarang dalam agamanya berpengaruh dalam mengambil keputusan untuk menjadi nasabah bank syariah

Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini hanya menggunakan empat variabel yaitu bagi hasil, kualitas pelayanan, kelompok referensi, dan motivasi dan tidak menggunakan variabel moderasi atau variabel mediasi. Untuk penelitian selanjutnya yang ingin melakukan penelitian dengan objek sejenis disarankan supaya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel

atau meneliti variabel-variabel lainnya serta di tambahkan menggunakan variabel moderasi atau variabel mediasi yang berhubungan dengan keputusan menjadi nasabah bank syariah.

Pada penelitian ini, peneliti hanya menggunakan sampel nasabah Bank BNI Syariah sebagai sampel data yang di gunakan. Untuk penelitian selanjutnya di harapkan untuk mengambil sampel penelitian lebih dari satu bank

Saran

Perbankan Syariah

Saat ini perbankan syariah sudah cukup baik dalam hal kinerjanya, tetapi tidak dapat dipungkiri pada kenyataannya perbankan syariah masih banyak kekurangan dan kendala selain itu perbankan syariah juga memiliki pesaing yang telah lama berkecimpung di dunia perbankan. Untuk meningkatkan minat masyarakat menjadi nasabah bank syariah hendaknya bank syariah meningkatkan mutu dan kualitasnya salah satunya adalah kesyariahan produk-produk yang ditawarkan sehingga masyarakat yang menabung di bank syariah dengan tujuan menghindari praktik riba benar-benar percaya terhadap bank syariah, selain itu ternyata masyarakat sangat memperhatikan faktor bagi hasil pada perbankan syariah yang di mana faktor ini tidak pernah di tawarkan oleh perbankan konvensional merupakan daya tarik calon nasabah untuk menjadi nasabah bank syariah. Disisi lain lokasi bank syariah saat ini juga masih dirasa kurang sehingga perlu ditingkatkan lagi sehingga nasabah bisa melakukan transaksi dengan mudah dan nyaman.

Penelitian Selanjutnya

Untuk penelitian yang selanjutnya di harapkan untuk menambah sampel nasabah bank tidak hanya dari satu nasabah perbankan saja, tetap menggunakan variabel kelompok referensi karena dalam penelitian ini terdapat perbedaan antara penelitian yang sebelumnya, menambah metode penelitian dengan menggunakan variabel moderasi atau variabel mediasi di antara variabel Y dan variabel X, mencantumkan kembali indikator indikator yang memiliki kontribusi terbesar kepada variabel latennya.

Daftar Pustaka

Buku

Adiwarman A Karim. *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan, edisi 4*. Jakarta : PT. Rajawali Pers.2011

- A.A Anwar Prabu Mangkunegara. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya,2012
- A.A Anwar Prabu Mangkunegara. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya,2012
- Freddy Rangkuti. *Riset Pemasaran*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2006
- Ghozali, I. *Aplikasi Analisis Multivariate Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011
- Handoko, H. *Manajemen Personalialia Dan Sumber Daya Manusia, Edisi Ketujuh*. Yogyakarta: BPFPE, 2001
- Kotler, P., & Keller, K. L. *Manajemen Pemasaran, Jild 2, Alih Bahasa Bob Sabran, MM*. Jakarta: Erlangga, 2013
- Tjiptono, F. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi, 2014
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. *Consumer Behaviour, 7th Edition* . Upper Saddle River, New Jersey: Prentice-Hall, 2000
- Rahmawati, SE., MM., A., Fajarwati, SE., M.Si., & Fauziyah, SE., M.Si. *Statistika Teori Dan Praktek*. Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta,2015
- Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif R&D*. Bandung: Aflabeta. 2016 Hal : 80
- Ghazali, g. 2006. *Structural Equation Modelling: Metode Alternatif dengan Partial Least Square*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haryono, Siswoyo, 2017, “Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen dengan AMOS Lisrel PLS”. Cetakan I. Penerbit Luxima Metro Media, Jakarta. Hal 394, 405

Jurnal

- Abhimantra, A., Maulina, A. R., & Agustianingsih, E. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah (Mahasiswa) Dalam Memilih Menabung Pada Bank Syariah. *Prosiding PESAT*, 5. 2013
- Daulay, R. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Mandiri Syariah di Kota Medan. *Jurnal Riset Akuntansi, Vol 12, No.1*, 2014

- Gampu, A. N., Kawet, L., & Uhing, Y. (2015). Analisis Motivasi, Persepsi, Dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih PT. Bank Sulutgo Cabang Utama Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(3), 2105
- Kurniawati, E. T. Analisis Pengaruh Profitabilitas Sistem Bagi Hasil dan Kualitas Layanan Bank terhadap Minat Nasabah Berinvestasi (Studi Kasus Pada Bank Muammalat Cabang Malang). *Jurnal Humanity*, 7(2), 2014
- Maski, G. (2012). Analisis keputusan nasabah menabung: pendekatan komponen dan model logistik studi pada bank syariah di Malang. *Journal of Indonesian Applied Economics*, 4(1).
- Nisak, A., Saryadi, S., & Suryoko, S. Pengaruh Kelompok Acuan Dan Pengetahuan Tentang Perbankan Syari'ah Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syari'ah Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1(1), 2013, 44-50.
- Utami, W., Sangen, M., & Rahman, M. Y. Analisis Pengaruh Religiusitas, Kelompok Referensi, dan Motivasi Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Wawasan Manajemen Vol 3, No 1*, 2015
- Yupitri, E., & Sari, R. L. (2012). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri di Medan. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 1(1), 46-60.

Website

<http://kbbi.web.id/validitas>

www.bps.go.id

www.ojk.go.id