

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
NASABAH MENABUNG DI BANK SYARIAH  
(Studi Kasus : Kecamatan Kasihan)**

**THE ANALYSIS OF FACTORS THAT INFLUENCE THE  
COSTUMER TO SAVE MONEY AT SYARIAH BANK  
(Case Study : Kasihan Sub-District)**

**NOURMAHYANTI ANSAR LEKYMALI**

**Program Strata 1 Ilmu Ekonomi – Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Jl. Lingkar Selatan, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta 55183**

**[nourmahyantiansar@gmail.com](mailto:nourmahyantiansar@gmail.com)**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah di Kecamatan Kasihan. Subyek yang dipakai dalam penelitian ini adalah masyarakat yang bertempat tinggal di Kecamatan Kasihan dan menjadi nasabah di Bank Syariah. Dalam penelitian ini sampel berjumlah 100 responden yang dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan adalah SPSS dengan metode regresi berganda. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan maka diperoleh hasil bahwa variabel kualitas pelayanan, lokasi, pengetahuan, dan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah Kecamatan Kasihan.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Lokasi, Pengetahuan, Produk dan Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah.

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perbankan syariah atau yang lebih dikenal dengan perbankan islam adalah sebuah lembaga dengan sistem pelaksanaannya berdasarkan ketentuan hukum islam atau dengan syariat islam (Hadits dan Sunnah). Berdasarkan hukum islam dan syariat islam bunga bank termasuk dalam riba yang di dalam agama Islam riba sangat tidak dianjurkan dalam perbankan syariah. Oleh karena itu dalam perbankan syariah dikenal sistem bagi hasil atau nisbah yang prosesnya sama-sama diketahui oleh kedua belah pihak yaitu pihak nasabah dan pihak bank itu sendiri. Seperempat abad yang lalu, bank Islam (Bank Syariah) sama sekali belum dikenal (Kasmir, 2002)

Di dalam Al-Qur'an disebutkan bahwa di pelarangan riba yaitu:

وَمَا آتَيْتُمْ مِّن رَّبًّا لِّيَرْبُوًّا فِي أَمْوَالِ النَّاسِ فَلَا يَرْبُوًّا عِنْدَ اللَّهِ وَمَا آتَيْتُم مِّن زَكَاةٍ تُرِيدُونَ وَجْهَ اللَّهِ  
فَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُضْغَعُونَ ۝ ۳۹

Artinya :

*“Dan sesuatu riba (tambahan) yang kamu berikan agar dia bertambah pada harta manusia, maka riba itu tidak menambah pada sisi Allah. Dan apa yang kamu berikan berupa zakat yang kamu maksudkan untuk mencapai keridhaan Allah, maka (yang berbuat demikian) itulah orang-orang yang melipat gandakan (pahalanya)Q.S Ar-Rum (39)”.*

Di Indonesia mempunyai dua tipe dalam sistem perbankan yaitu sistem konvensional dan sistem syariah Islam. Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk yang terbilang banyak mencapai 250 juta penduduk dan negara yang mayoritas penduduknya beragama Islam dan sudah mengenal perbankan syariah sejak lama.

Krisis moneter pernah terjadi di Indonesia pada tahun 1962-1963 yang mana berpengaruh tinggi terhadap industri perbankan. Pada tahun itu juga banyaknya bank konvensional yang ikut mengalami likuidasi serta tingkat suku bunga yang lebih rendah dari pada tingkat suku bunga tabungan (*negative spread*) akan tetapi, pada saat krisis moneter terjadi di Indonesia hanya ada satu bank yang bertahan yaitu, bank syariah. Bank syariah dapat bertahan pada saat krisis moneter terjadi karena bank syariah menggunakan sistem bagi hasil dan juga karena tidak dibeban kewajibannya untuk membayar bunga simpanan kepada para pelanggan. Bank syariah juga bisa menunjukkan sebuah kinerja yang lebih baik dibandingkan dengan bank konvensional (Abimantra dkk, 2013:170).

Dalam perkembangannya bank Indonesia mengeluarkan kebijakan tentang bank syariah dengan kebijakan "*dual banking system*" UU No. 10 tahun 1998 Tentang perbankan, dimana dalam undang-undang tersebut bank konvensional diizinkan untuk membuka sistem syariah dalam beroperasi. Kebijakan ini juga untuk merevisi UU No. 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan. Dengan adanya Undang-undang yang baru, bank syariah bisa memaksimalkan

kinerja sistemnya dalam beroperasi dan bisa ikut bersaing dengan bank-bank lainnya dalam penyediaan jasa perbankan untuk masyarakat.

Upaya pengembangan kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank syariah tidak hanya mencakup bagian undang-undang saja akan tetapi juga harus tetap berorientasi pada pasar dan juga masyarakat sebagai pengguna jasa bank tersebut. Bank syariah dalam hal pelayanan juga harus lebih ditingkatkan terhadap para nasabah dalam mempromosikan produk jasa dan pelayanannya dengan baik. Hal ini terkait pada kepuasan dan kenyamanan antara karyawan bank dengan masyarakat sebagai nasabah. Peran dari perbankan dalam hal untuk memajukan suatu negara sangat besar, bahkan hampir seluruh sektor dan bidang apapun yang bersangkutan dengan berbagai kegiatan keuangan selalu membutuhkan jasa perbankan (Kasmir,2012).

Menurut Tho'in (2011) kualitas pelayanan lebih memfokuskan kepada kepuasan dari para konsumen, yang mana kualitas pelayanan tersebut berpusat pada upaya untuk bisa memenuhi keinginan dan kebutuhan dari para pelanggan serta ketetapan dalam penyampaian agar bisa mengimbangi harapan para konsumen. Kualitas pelayanan yang baik terhadap konsumen dan tingkat kualitas dapat dicapai secara konsisten dengan terus memperbaiki pelayanan dan memberikan perhatian khusus pada standar kinerja karyawan baik internal maupun eksternal.

Dalam mengoperasional bank menjalankan tiga fungsi utama, yaitu menerima simpanan uang dari nasabah, meminjamkan uang kepada nasabah dan memberikan jasa pengiriman uang kepada nasabah. Perbankan sendiri

telah ada sejak jaman Rasulullah SAW, dalam sejarah perekonomian umat islam pembiayaan perbankan dilakukan dengan akad-akad yang sesuai dengan ketentuan syariat Islam. Praktek-praktek seperti menerima titipan harga, melakukan pengiriman uang, dan meminjamkan uang untuk keperluan bisnis telah dilakukan sejak zaman Rasulullah SAW. Oleh karena itu fungsi-fungsi perbankan saat ini/perbankan modern adalah menerima deposit, menyalurkan dana dan dan melakukan transfer dana. Telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari khususnya bagi umat muslim.

Industri keuangan syariah adalah salah satu unsur yang penting dalam pelaksanaan dan pembangunan perekonomian, dan juga bank syariah mempunyai peranan yang sangat baik untuk kelancaran kegiatan ekonomi. Pada umumnya tugas yang paling mendasar dari perbankan syariah yaitu berupaya untuk memuaskan para pelanggan atau nasabah dalam menggunakan produk perbankan yang telah dihasilkan, oleh karena itu pentingnya bagi perbankan syariah untuk lebih memahami dan mengetahui perilaku dari nasabah tersebut, terutama bagi sasaran bank.

Kecamatan Kasihan berada di sebelah Utara Ibukota Kabupaten Bantul, dengan luas wilayah 3.437,957 ha yang wilayah administratifnya terbagi dalam 4 desa yaitu Desa Ngestiharjo, Desa Bangunjiwo, Desa Tirtonirmolo, dan Desa Tamantirto. Kecamatan Kasihan berada di dataran rendah. Ibukota Kecamatannya berada pada ketinggian 70 meter diatas permukaan laut. Jarak Ibukota Kecamatan ke Pusat Pemerintahan (Ibukota) Kabupaten Bantul adalah 9 Km. Bentangan wilayah di Kecamatan Kasihan 80% berupa daerah yang

datar sampai berombak dan 20% berupa daerah yang berombak sampai berbukit. Di samping itu Kecamatan Kasihan juga termasuk kecamatan dengan mayoritas Islam terbanyak sehingga mempunyai potensi yang baik dalam pembangunan serta pengembangan bank-bank syariah.

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Penduduk Menurut Agama di Kecamatan Kasihan**

Kecamatan	Islam		
	L	P	L + P
<b>Kasihan</b>	<b>51.055</b>	<b>51.120</b>	<b>102.175</b>

*Sumber: Data Hasil Konsolidasi dan Pembersihan Database Kependudukan oleh Ditjen Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kemendagri. Diolah Biro Tata Pemerintahan Setda DIY.*

Dari data tersebut Kecamatan Kasihan memiliki jumlah penduduk mayoritas muslim. Namun demikian walaupun dengan adanya jumlah penduduk mayoritas islam yang banyak masih banyak masyarakat muslim belum menabung di bank-bank syariah yang ada di Kecamatan Kasihan. Ada beberapa faktor yang menyebabkan mengapa masih banyak umat islam belum berhubungan dengan bank syari'ah salah satunya yaitu tingkat pemahaman dan pengetahuan umat islam tentang perbankan syariah yang masih sangat rendah. Konsumen akan berusaha untuk mendapatkan kepuasan yang maksimal, dan konsumenn juga akan meneruskan pembeliannya terhadap suatu produk untuk jangka yang panjang dan lama, apabila ia telah mendapatkan kepuasan dari produk yang sama yang telah di pakainya atau yang di konsumsinya. Dalam hal ini konsumen mempunyai pengetahuan yang berbeda dalam memuaskan kebutuhannya. Oleh karena itu dibutuhkannya peran dari

bank syariah untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada calon nasabah. Peran bank syariah dalam memberikan pengetahuan kepada masyarakat muslim khususnya di Kecamatan Kasihan ialah dengan menggunakan metode dan bahasa yang bisa di pahami oleh masyarakat ini ditujukan kepada masyarakat muslim di perkampungan yang belum mengerti tentang sistem operasional bank syariah.

Berdasarkan pernyataan diatas dan data yang ada, penelitian ini mengambil topik “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Kecamatan Kasihan)”.

## **B. Tinjauan Pustaka**

### **1. Bank Syariah**

Bank Syariah adalah bank yang kegiatan dan pelaksanaannya tidak berdasarkan pada bunga melainkan dengan menggunakan sistem bagi bagi hasil yang sesuai dengan Al-Qur'an dan Al-Hadist. Menurut Undang-undang No. 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah, yang mana dalam pasal tersebut dijelaskan bahwa perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank berdasarkan sistem yang syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.

Dalam Al-Qur'an istilah perbankan tidak disebutkan secara elspisit akan tetapi yang di maksud yakni sesuatu yang berhubungan dan mempunyai komponen-komponen seperti, fungsi, hak dan kewajiban, serta manajemen. Oleh karena itu semua disebutkan secara jelas seperti, sadaqah, zakat,

ghanimah (rampasan perang), *dayn*(utang dagang maal), *bai*(jual beli), harta lainnya yang mempunyai peran dan dilaksanakan oleh pihak tertentu dalam aktivitas ekonomi (Sudarsono,2008).

Bank yang berlandaskan syari'ah Islam (Bank Syariah) merupakan badan keuangan yang metode kerjanya berlandaskan pada syariah Islam. Dalam hal ini kegiatan yang dilakukan oleh ank syariah berlandaskan pada tatacara berusaha dan perjanjian usaha yang berlandaskan Al-Qur'an dan Sunnah Rasul Muhammad SAW. Ini berarti dalam operasi bank syariah memakai metode bagi hasil dan imbalan lainnya yang sesuai dengan tuntunan syariah islam, yang sama sekali bukan menggunakan sistem riba (Aziz,1992).

Karakteristik yang paling utama dari bank syariah adalah sama sekali tidak memakai sistem bunga (riba) karena sistem riba adalah haram. Karakter inilah yang menjadikan perbankan syariah lebih baik dan lebih unggul terhadap beberapa hal termasuk dalam hal sistem operasi yang dijalankan. Selain itu juga dalam perbankan syariah uang hanyalah dijadikan sebagai alat tukar semata dan bukan sebagai komoditi yang diperdagangkan (Arifin, 2000).

**Tabel 2.1**  
**Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional**

No	Bank Syariah	Bank Konvensional
1.	Melakukan investasi-investasi yang halal.	Investasi yang halal dan yang aman.
2.	Di dasarkan pada keuntungan dan falah.	Hanya berdasarkan pada keuntungan semata.



3.	Berdasarkan pada bagi hasil, jual beli atau sewa.	Adanya bunga sebagai perangkat.
4.	Hubung dengan nasabah dalam bentuk kemitraan	Hubungan dengan nasabah dalam bentuk debitur-debitur.
5.	Penghimpunan dan penyaluran dana harus sesuai dengan fatwa Dewan Pengawas Syariah.	Tidak terdapat dewan sejenis.

*Sumber : Antonio, 2001*

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa adanya perbedaan antara Bank Syariah dan Bank Konvensional yang mana pada Bank Syariah sama sekali tidak menggunakan sistem bunga atau riba melainkan dengan menggunakan sistem bagi hasil, sedangkan Bank Konvensional menggunakan sistem bunga. Selanjutnya akan dijelaskan perbedaan antara bagi hasil dan bunga (riba).

## 2. Kualitas Pelayanan

Pelayanan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia merupakan satu upaya yang mana memberikan pelayanan dan juga kemudahan bagi para nasabah sehubungan dengan transaksi jual beli barang dan jasa. Kualitas pelayanan itu sendiri adalah aktivitas yang membantu, dan mempersiapkan seluruh macam yang dibutuhkan oleh nasabah dengan menampilkan suatu produk atau jasa yang baik sehingga para nasabah akan merasa nyaman dan juga merasa puas dengan membelu secara berulang ulang. Pelayanan merupakan suatu tindakan yang ditawarkan untuk satu pihak kepada pihak lain, dimana pada dasarnya sama sekali tidak berbentuk dan juga tidak menyebabkan kepemilikan apapun. Pelayanan adalah perilaku dari produsen untuk bisa memenuhi semua kebutuhan dan juga keinginan dari konsumen

agar tercapai kepuasan para konsumen. Perilaku produsen tersebut bisa saja terjadi pada saat, sesudah, dan sebelum adanya transaksi. Pelayanan yang baik dan bertaraf tinggi pada umumnya akan mewujudkan suatu kesenangan yang tinggi dan juga pembelian ulang yang lebih sering (Kotler,2002).

“Pelayanan yang baik dan unggul itu diartikan sebagai sikap atau tatacara karyawan dalam melayani kebutuhan para pelanggan secara memuaskan”. Ada 4 unsur pokok dalam kualitas pelayanan, yaitu keramahan, kenyamanan, kecepatan dan ketepatan.

### 3. Lokasi

Lokasi merupakan salah satu faktor dari situasional yang ikut berpengaruh pada keputusan menabung. Dalam konsep pemasaran terdapat istilah yang dikenal dengan *marketing mix* atau bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, promosi dan tempat atau letak.

Menentukan lokasi adalah pertimbangan yang paling berpengaruh pada bidang usaha yang mana bermaksud untuk memengaruhi para konsumen agar berkunjung ke lokasi tersebut guna memenuhi keinginannya.

Alma (2003), mengemukakan bahwa lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya.

### 4. Pengetahuan Masyarakat (Nasabah)

Bank bukanlah suatu hal yang asing bagi masyarakat di negara maju. Masyarakat di negara maju sangat membutuhkan keberadaan bank. Bank dianggap sebagai suatu lembaga keuangan yang aman dalam melakukan

berbagai macam aktivitas keuangan. Bank merupakan salah satu lembaga yang mempunyai peran penting dalam mendorong pertumbuhan perekonomian suatu negara, bahkan pertumbuhan bank di suatu negara dipakai sebagai ukuran pertumbuhan perekonomian negara tersebut.

Menurut Philip Kotler yang dialihkan bahasakan oleh Hedra Teguh, Ronny A Rusli dan Benyamin Molan (2000) menyebutkan: “Pengetahuan adalah suatu perubahan dalam perilaku suatu individu yang berasal dari pengalamannya.”

## 5. Produk Syariah

### a. Pengertian Produk Syariah

Produk merupakan salah satu aspek yang sangat penting dalam *Marketing Mix*. Baik buruknya produk pada umumnya akan menentukan kemajuan suatu perusahaan. Walaupun pada perusahaan jasa produk bukanlah hal yang sangat menentukan karena masih ada variabel pelayanan yang baik yang berpengaruh. Produk suatu perusahaan haruslah memiliki suatu keunggulan ataupun kelebihan dari produk yang dihasilkan oleh perusahaan lain, dalam hal ini perusahaan pesaing. Menurut Mc. Carty dalam Simamora (2003) bahwa produk adalah suatu tawaran dari sebuah perusahaan yang memuaskan atau memenuhi kebutuhan.

## 6. Keputusan Menabung di Bank Syariah

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, keputusan adalah apa yang diputuskan atau yang telah ditetapkan secara bersama-sama. Keputusan adalah segala keputusan yang ditetapkan berdasarkan pengarahannya, penelitian,

dan pemikiran yang intensif. Dengan kata lain, seseorang yang telah mengambil keputusan harus mempunyai satu atau pilihan dari beberapa alternatif yang ada.

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka adapun tujuannya sebagai berikut :

1. Menjelaskan pengaruh pelayanan dari bank syariah yang ada di Kecamatan Kasihan.
2. Menjelaskan pengaruh lokasi dari bank syariah yang ada di Kecamatan Kasihan terhadap keputusan nasabah menabung.
3. Menjelaskan pengaruh pengetahuan masyarakat dari bank syariah yang ada di Kecamatan Kasihan terhadap keputusan nasabah menabung.
4. Menjelaskan pengaruh produk bank syariah yang ada di Kecamatan Kasihan terhadap keputusan nasabah menabung.

## **METODOLOGI**

Objek penelitian ini adalah bank syariah yang ada di Kecamatan Kasihan, Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian ini berbentuk survei, yakni menganalisis mengenai keputusan nasabah menabung di bank syariah. Adapun tujuan dari survei ini yaitu bersifat menjelaskan dan menerangkan dengan mempelajari fenomena sosial dengan meneliti variabel penelitian.

Subjek penelitian ini juga adalah orang-orang atau masyarakat yang menjadi sumber informasi yang dapat memberikan data akurat sesuai dengan kondisi dan

peristiwa yang terjadi di tempat penelitian. Dalam hal ini subjek penelitian adalah kepada para pelanggan atau nasabah bank syariah di Kecamatan Kasihan.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis regresi linear berganda, yaitu sebagai berikut :

#### 1. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsinya. Suatu instrumen dikatakan valid apabila instrumen tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur atau memiliki factor loading  $> 0,05$  dimana menghitung koefisien korelasi antara skor item dan skor total mempunyai hasil yang signifikan dan yang kurang dari  $0,05$  maka bisa dikatakan item tersebut valid.

#### 2. Uji Reabilitas

Uji reabilitas digunakan untuk melihat sejauh mana hasil dari suatu pengukuran dapat dipercaya. Hasil dari pengukuran tersebut dapat dipercaya apabila digunakan dalam beberapa kali pengukuran terhadap subyek yang sama dan diperoleh hasil yang relatif sama. Pengujian ini dapat dilakukan dengan melihat nilai cronbach alpha. Suatu instrument penelitian akan dinyatakan reliabel apabila nilai cronbach alpha  $> 0,05$ .

#### 3. Uji analisis regresi berganda (uji hipotesis)

Analisis regresi linear berganda adalah suatu metode analisis yang digunakan untuk mencari pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Menurut Sugiyono (2015) analisis regresi linear berganda digunakan untuk memprediksi bagaimana keadaan variabel dependen apabila

dua atau lebih variabel dependen dan variabel independen sebagai faktor predictor dimanipulasi.

Pengujian asumsi klasik dari normalitas, uji multikolonieritas dan uji heteroskedastisitas. Adapun penjelasan uji asumsi klasik yang efisien sebagai berikut :

1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang dilakukan untuk mengecek atau mencari tahu apakah data penelitian yang diteliti tersebut berasal dari populasi yang normal. Data yang berdistribusi normal adalah bahwa data tersebut akan mengikuti bentuk distribusi normal, dimana data memusat pada nilai rata-rata dan median.

2. Uji Multikolonieritas

Uji multikoloniaritas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditentukan adanya kolerasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi antar variabel independen

3. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah situasi tidak konstannya varians. Konsekuensi heteroskedastisitas adalah biasanya varians sehingga uji signifikansi menjadi valid. Salah satu cara mendeteksi heteroskedastisitas adalah dengan melakukan uji Glesjer.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis regresi berganda dalam penelitian ini bertujuan untuk membuktikan pengaruh kualitas pelayanan (X1), lokasi (X2), pengetahuan (X3), dan produk (X4) secara parsial terhadap keputusan menabung (Y). Hasil analisis regresi berganda disajikan pada Tabel 5.7 di bawah ini:

**Tabel 5.7. Hasil Analisis Regresi Berganda**

Variabel Bebas	Koefisien Regresi (b)	t-hitung	Sig.	Kesimpulan
Kualitas pelayanan(X1)	0,268	4,698	0,000	Signifikan
Lokasi (X2)	0,209	2,150	0,034	Signifikan
Pengetahuan(X3)	0,431	3,209	0,002	Signifikan
Produk(X4)	0,220	2,139	0,035	Signifikan
Konstanta (a) = 0,226 <i>Adjusted R</i> <sup>2</sup> = 0,352 F hitung = 14,468 Sig. F = 0,000				

*Sumber: Data primer yang diolah, 2019*

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda tersebut dapat diketahui persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,226 + 0,268X1 + 0,209X2 + 0,431X3 + 0,220X4$$

Berdasarkan persamaan tersebut, maka dapat dijelaskan sebagai berikut: Nilai konstanta sebesar 0,226 dapat diketahui bahwa apabila variabel independen yang terdiri dari kualitas pelayanan, lokasi, pengetahuan, dan produk dianggap nol, maka besarnya keputusan menabung adalah positif 0,226. Hal ini berarti bahwa jika tidak ada variabel independen yang terdiri dari kualitas pelayanan, lokasi, pengetahuan, dan produk, maka konsumen cenderung tetap memutuskan untuk memutuskan menabung.

## **A. Pembahasan**

### **1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah Memilih Menabung di Bank Syariah**

Hasil uji regresi ganda yang telah dilakukan menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan dari kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah. Hal ini diperoleh dari hasil uji t dengan nilai t hitung sebesar 4,698 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 (probabilitas < 0,05), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,268; maka hipotesis pertama dalam penelitian ini yaitu “Faktor pelayanan Bank Syariah mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih menabung di Bank Syariah” terbukti.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian dari Dauly (2010) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank Mandiri Syariah di kota Medan” yang salah satu hasilnya mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung di Bank Mandiri Syariah kota Medan.

Hasil penelitian ini berarti bahwa semakin baik/tinggi kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank Syariah, maka keputusan menabung dari nasabah cenderung semakin tinggi, sebaliknya jika kualitas pelayanan semakin jelek/rendah, maka keputusan menabung di Bank Syariah juga akan semakin rendah.



## **2. Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Nasabah Memilih Menabung di Bank Syariah**

Hasil uji regresi gandang telah dilakukan menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan dari lokasi terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah. Hal ini diperoleh dari hasil uji t dengan nilai t hitung sebesar 2,150 dengan nilai signifikansi sebesar 0,034 lebih kecil dari 0,05 (probabilitas  $<0,05$ ), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,209; maka hipotesis kedua dalam penelitian ini yaitu “Faktor lokasi Bank Syariah mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih menabung di Bank Syariah” terbukti.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian dari Tyas dan Ari (2012) dengan judul “Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang” menyimpulkan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang. Artinya jika lokasi BMT Sumber Mulia Tuntang semakin strategis, maka keputusan nasabah menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang juga cenderung semakin tinggi, sebaliknya jika lokasi semakin tidak strategis, maka keputusan nasabah menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang juga cenderung semakin rendah.

### **3. Pengaruh Pengetahuan terhadap Keputusan Nasabah Memilih Menabung di Bank Syariah**

Hasil uji regresi gandayang telah dilakukan menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan dari pengetahuan terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah. Hal ini diperoleh dari hasil uji t dengan nilai t hitung sebesar 3,209 dengan nilai signifikansi sebesar 0,002 lebih kecil dari 0,05 (probabilitas <0,05), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,431; maka hipotesis ketiga dalam penelitian ini yaitu “Faktor pengetahuan masyarakat terhadap Perbank Syariah mempengaruhi keputusan nasabah memilih menabung di Bank Syariah” terbukti.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian dari Yuliawan (2011) dengan judul “Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah terhadap Keputusan Menjadi Nasabah pada PT. Bank Syariah Cabang Bandung” menyimpulkan bahwa pengetahuan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT. Bank Syariah cabang Bandung. Artinya jika pengetahuan konsumen mengenai perbankan syariah semakin baik, maka keputusan konsumen untuk menjadi nasabah PT. Bank Syariah cabang Bandung juga cenderung semakin tinggi, sebaliknya jika pengetahuan konsumen tentang perbankan syariah semakin kurang, maka keputusan konsumen untuk menjadi nasabah PT. Bank Syariah cabang Bandung juga cenderung semakin rendah.

#### **4. Pengaruh Produk terhadap Keputusan Nasabah Memilih Menabung di Bank Syariah**

Hasil uji regresi ganda yang telah dilakukan menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan dari pengetahuan terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah. Hal ini diperoleh dari hasil uji t dengan nilai t hitung sebesar 3,209 dengan nilai signifikansi sebesar 0,002 lebih kecil dari 0,05 (probabilitas <0,05), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,431; maka hipotesis keempat dalam penelitian ini yaitu “Faktor pengetahuan masyarakat terhadap Perbank Syariah mempengaruhi keputusan nasabah memilih menabung di Bank Syariah” terbukti.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian dari Nopitasari (2017) dengan judul “Pengaruh Lokasi, Produk, Reputasi, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Mahasiswa IAIN Surakarta Menggunakan Bank Syariah” menyimpulkan salah satu hasilnya ialah produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa IAIN Surakarta menggunakan bank syariah. Hal ini berarti semakin beragam dan menarik produk bank syariah yang ditawarkan kepada mahasiswa, maka keputusan mahasiswa untuk menggunakan bank syariah juga semakin tinggi, sebaliknya semakin tidak menarik dan tidak beraneka ragam produk bank syariah yang ditawarkan kepada mahasiswa, maka keputusan mahasiswa untuk menggunakan bank syariah juga semakin rendah.

## **PENUTUP**

### **A. Simpulan**

Berdasarkan dari hasil analisis yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan disimpulkan bahwa :

1. Hasil uji regresi berganda yang telah dilakukan menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan dari kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah.
2. Hasil uji regresi ganda yang telah dilakukan menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan dari lokasi terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah.
3. Hasil uji regresi ganda yang telah dilakukan menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan dari pengetahuan terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah.
4. Hasil uji regresi berganda menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan dari produk terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah.

### **B. SARAN**

Berdasarkan hasil dari kesimpulan dan keterbatasan diatas, maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut ;

1. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menjelaskan secara langsung pernyataan kuesioner kepada para responden agar jawaban yang diberikan

bersifat objektif dan bisa menggunakan metode lainnya seperti wawancara langsung agar bisa mendapatkan informasi dan jawaban yang lebih relevan.

2. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat untuk memilih objek lain dipenelitian selanjutnya

## DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, L.H. 2016. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Muslim Tidak Menabung di Bank Syariah di Kota Yogyakarta. *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Alimul, A. 2003. Penelitian Metode Kebidanan dan Teknik Analisa Data. Jakarta: Salemba Medika.
- Alma, B. 2003. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa Edisi 2. Bandung: Alfabeta
- Amri, S. 2012. Pengembangan dan Model Pembelajaran dalam Kurikulum 2013. Jakarta: Prestasi Pustakaraya.
- Antonio, M.S. 2001. Bank Syariah dari Teori ke Praktik. Jakarta: Gema Insani Press dan Tazkia Cendikia.
- Arifin, Z. 2000. Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, S. 2000. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, S. 2004. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Rajawali Press.
- Aziz. 1992. Mengembangkan Bank Islam di Indonesia Buku Acuan untuk Da'i dan Mubaligh. Jakarta: Penerbit Bangkit.
- Daulay, R. 2010. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil terhadap Keputusan Menabung Nasabah pada Bank Mandiri Syariah di Kota Medan. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*. Vol. 12 No. 1.
- Djarwanto. 1998. Statistik Sosial Ekonomi. Bagian Pertama Edisi Kedua Cetakan Ketiga. Yogyakarta: BPF.
- Frisch, Ragnar. 1934. *Statistical Confluence Analysis by Means of Complete Regression Sytem*. Institute of Economics. Oslo University, publ. no.5.

- Ghozali, I. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Idris, A.R. 2011. Religious Value as the Main Influencing Factor to Customers Patronizing Islamic Bank. *World Applied Sciences Journal*. pp. 08-13.
- Indrianto, N. dan Supomo, B. 2011. Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen. Yogyakarta: BPFE.
- Ismail. 2011. Manajemen Perbankan. Jakarta: Kencana.
- Istiqomah, R. 2015. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Menabung di Perbankan Syariah Stain Salatiga Untuk Menjadi Nasabah di Perbankan Syariah. *Skripsi*. IAIN Salatiga.
- Jogiyanto. 2014. Metode Penelitian Bisnis. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kasmir. 2002. Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- \_\_\_\_\_. 2012. Dasar-dasar perbankan. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kishada, Z.M. 2013. Factor Affecting Customer Loyalty in Islamic Banking: Evidence from Malaysian Banks. *International Journal of Business and Social Science*. Vol. 4 No. 7.
- Kotler, P. 2000. Marketing Manajemen. Jakarta: Penhallindo.
- \_\_\_\_\_. (2002). Dasar-dasar Pemasaran Edisi kesembilan Jilid 1. Jakarta: Indeks.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. 2003. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Prenhallindo.
- Lupiyoadi, R. 2001. Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek. Jakarta: PT. Salemba.
- Miah, M.D. 2017. Efficiency and Stability: A Comparative Study Between Islamic and Conventional Bank in GCC Countries. *Future Business Journal*. Vol. 3. pp. 172-185.
- Mubyarto dan Suratno. 1976. Metodologi Penelitian Ekonomi. Yogyakarta: FE UGM.
- Nasution, M. 2004. Manajemen Jasa Terpadu. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nazir. 1988. Metode Penelitian. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nopitasari, E. 2017. Pengaruh Lokasi, Produk, Reputasi, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Mahasiswa IAIN Surakarta Menggunakan Bank Syariah. *Skripsi*. IAIN Surakarta.

- Perreault, Jr. dan McCarthy. 2004. Pemasaran Dasar: Pendekatan Manajerial Global. Jakarta: Salemba Empat.
- Pertiwi dan Ritonga. 2012. Analisis Minat Menabung Masyarakat pada Bank Muamalat di Kota Kisaran. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*. Vol. 1 No. 1.
- Prasetyo, B. dan Jannah, L.M. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif. Jakarta: Rajawali Press.
- Rae. 2008. Manajemen Pinjaman Luar Negeri Swasta Indonesia. Jakarta: Elexmedia.
- Selvanathan, M. 2018. An Exploratory Study on Customers' Selection in Choosing Islamic Bank. *International Business Research*. Vol. 11 No. 5.
- Sevilla, C. 1993. *Pengantar Metode Penelitian*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Siagan, S.P. 2010. *Riset Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Simamora, B. 2003. Riset Pemasaran. Jakarta: Gramedia Utama.
- Sudarsono, H. 2003. Bank dan Lembaga Keuangan Syariah. Yogyakarta: Ekonisia.
- \_\_\_\_\_. 2008. Bank dan Lembaga Keuangan Syariah. Yogyakarta: Ekonisia cetakan ke 2.
- Sugiyono. 2005. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta.
- Supriyanto. 2009. Metode Penelitian Sosial. Jakarta: Bumi Aksara.
- Swastha, B. 2009. Manajemen Penjualan. Yogyakarta: BPFE.
- Tho'in, M. 2011. Pengaruh Faktor-faktor Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah di Baitul Mal wat Tamwil (BMT). Karanggede Boyolali: Muqtasid *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah STAIN Salatiga vol 2 juli 73-89*.
- Tjiptono, F. 2000. Manajemen Jasa Edisi kedua. Yogyakarta: Andy Offset.
- \_\_\_\_\_. 2007. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tyas, R. R. dan Setiawan, Ari. (2012). Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang. *Jurnal Muqtasid volume 3 (hlm. 283-284)*
- Walgito, Bimo. 2010. Pengantar Psikologi Umum. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

- Wardani. 2015. Pengaruh Motivasi, Pengetahuan, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Strategis Terhadap Minat Menabung di Perbankan Syariah (Studi Masyarakat di Pulau Lombok). *Skripsi*. IAIN Surakarta.
- Yuliawan, Eko. 2011. Pengaruh Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT Bank Syariah Cabang Bandung. *Jurnal JWEM STIE MIKROSKILL Volume 1 (hlm. 22)*.
- Zakiah, F. 2016. Behavioral Determinant and their Impact on Consumers' Saving Deposit in Islamic Bank. *International Journal of Economics and Financial Issues*. Vol. 6.