

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN, DAN RELIGIUSITAS
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM MENABUNG DI BANK SYARIAH
PADA MASYARAKAT KOTA SURABAYA**

ARTIKEL ILMIAH

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Program Studi Ekonomi Syariah



Oleh :
FANNY ZAHROTUL JANNAH
NIM : 2017710771

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2021**

PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Fanny Zahrotul Jannah
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 29 Juni 1999
NIM : 2017710771
Progam Studi : Ekonomi Syariah
Progam Pendidikan : Sarjana
Konsentrasi : Pemasaran
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah Pada Masyarakat Kota Surabaya

Disetujui dan diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing,
Tanggal :

(Dr. Drs. Ec. Herizon, M.Si)
NIDN : 0712126203

Ketua Progam Studi Sarjana Manajemen,
Tanggal :

(Dr. Dra. Ec. Wiwik Lestari, M.Si)
NIDN : 0705056502

***EFFECT OF SERVICE QUALITY, TRUST, AND RELIGIUSITY TOWARDS
CUSTOMER'S DECISION IN SAVING IN A SYARIAH IN SURABAYA CITY
COMMUNITIES***

Fanny Zahrotul Jannah
STIE Perbanas Surabaya
Email: 2017710771@students.perbanas.ac.id
Jl. Kolonel Sugiono Ngingas Utara No.14 Waru Sidoarjo

ABSTRACT

The reason for the low decision of customers to save at Islamic banks is revenue sharing and uncertainty for customers. If the income generated from disbursed financing is getting smaller, then the profit sharing received by the customer will also decrease. The low number of customers can also be caused by the quality of service provided by Islamic banks to customers is not good enough so that customers will evaluate the decision making to save in Islamic banks. The decrease in the number of customers could also be because transactions carried out by Islamic banks with customers are not based on trust. The decrease in the number of customers in Islamic Banks is also due to the lack of religiosity level possessed by customers, because people in Indonesia prefer to use conventional banks. Based on the results of this study, this research can be used by Islamic Banking to make better strategies in the future and planned in terms of service quality, trust, and religiosity in order to operate optimally.

Key Word: Service Quality, Trust, Religiosity, Customer Decision.

1. PENDAHULUAN

Di Indonesia mayoritas masyarakatnya adalah muslim, sehingga memiliki potensi yang besar untuk mengembangkan kegiatan ekonomi berbasis syariah. Banyaknya industri yang berkembang membuat persaingan semakin ketat, terutama dalam dunia perbankan.

Bank Syariah merupakan suatu lembaga yang menyediakan jasa keuangan bagi masyarakat yang seluruh aktivitasnya beroperasi sesuai dengan etika dan prinsip-prinsip Islam sehingga bebas dari riba (bunga), bebas dari kegiatan spekulasi atau perjudian (maysir), bebas dari kegiatan

yang tidak jelas (gharar), bebas dari kegiatan yang perbuatannya buruk (bathil), dan tentunya kegiatan yang usahanya sesuai dengan Al-qur'an dan Al-Hadits (Nurul, 2018).

Bank Syariah dalam menjalankan operasionalnya harus mengikuti prinsip-prinsip syariah yang berdasarkan dua alasan utama, yaitu aspek dari sistem bunga yang ada di bank konvensional dalam perspektif Islam hukumnya adalah haram karena termasuk dalam kategori riba dan tentunya dilarang oleh syariat Islam dan jika dilihat dari

aspek ekonomi yaitu penyerahan risiko usaha dalam perbankan konvensional dianggap bertentangan dengan norma keadilan (Rika Yulianti, Marijati Sangen, Ahmad Rifani, 2016).

Bank Syariah dapat diartikan sebagai lembaga keuangan atau perbankan yang dalam operasional serta produk dan jasanya dikembangkan berlandaskan Al-qur'an dan Al-hadist. Dalam Al-Qur'an surat Ali-Imran ayat 130 telah dijelaskan bahwa riba (bunga) itu haram dan dosanya sangat besar.

Bank Syariah dapat diartikan sebagai lembaga keuangan atau perbankan yang dalam operasional serta produk dan jasanya dikembangkan berlandaskan Al-qur'an dan Al-hadist. Dalam Al-Qur'an surat Ali-Imran ayat 130 telah dijelaskan bahwa riba (bunga) itu haram dan dosanya sangat besar. Berikut adalah Q.S Ali-Imran ayat 130 yang berbunyi :
Artinya : Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kepada Allah agar kamu beruntung.

Pasal 1 ayat (1) UU No. 21 tahun 2008, Perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.

Peran bank Syariah sangat penting karena bank Syariah harus seimbang antara menghimpun dana dan menyalurkan dana. Sebagai bank yang berbasis Syariah maka operasionalnya harus sesuai dengan prinsip Syariah, dimana bukan hanya mendapatkan keuntungan di dunia saja yang diperhitungkan melainkan harus bertanggung jawab kepada Allah SWT sebagai perhitungan utama.

Jika dibandingkan dengan bank konvensional seharusnya bank Syariah lebih unggul, karena setiap transaksinya sesuai dengan prinsip Syariah. Tetapi masyarakat justru berpandangan bank Syariah sama saja dengan bank konvensional, padahal bank Syariah memiliki banyak keunggulan.

Berdasarkan bertambahnya jumlah bank Syariah di Indonesia setiap tahunnya, semakin jelas bahwa bank Syariah mengalami perkembangan yang sangat pesat sehingga terjadi persaingan antara bank Syariah satu dengan bank Syariah yang lainnya seperti yang dijelaskan pada pada Tabel 1.1

Gambar 1.1
DATA STATISTIK KANTOR INDIVIDUAL PERBANKAN SYARIAH BULAN JUNI
2020

Tabel 3. Jaringan Kantor Individual Perbankan Syariah - SPS Juli 2020
(Individual Sharia Banking Network - July 2020)

Kelompok Bank	KPO/KC	KCP/UPS	KK	Group of Banks
	HOO/BO	SBO/SSU	CO	
Bank Umum Syariah	491	1.252	197	Sharia Commercial Bank
1 PT. Bank Aceh Syariah	26	89	27	1 PT. Bank Aceh Syariah
2 PT BPD Nusa Tenggara Barat Syariah	14	31	6	2 PT BPD Nusa Tenggara Barat Syariah
3 PT. Bank Muamalat Indonesia	82	152	57	3 PT. Bank Muamalat Indonesia
4 PT. Bank Victoria Syariah	7	4	-	4 PT. Bank Victoria Syariah
5 PT. Bank BRISyariah	67	227	12	5 PT. Bank BRISyariah
6 PT. Bank Jabar Banten Syariah	9	54	2	6 PT. Bank Jabar Banten Syariah
7 PT. Bank BNI Syariah	68	215	15	7 PT. Bank BNI Syariah
8 PT. Bank Syariah Mandiri	127	421	51	8 PT. Bank Syariah Mandiri
9 PT. Bank Mega Syariah	27	30	5	9 PT. Bank Mega Syariah
10 PT. Bank Parah Dubai Syariah	12	2	-	10 PT. Bank Parah Dubai Syariah
11 PT. Bank Syariah Bukopin	12	7	4	11 PT. Bank Syariah Bukopin
12 PT. BCA Syariah	15	13	18	12 PT. BCA Syariah
13 PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah	24	2	-	13 PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah
14 PT. Maybank Syariah Indonesia	1	-	-	14 PT. Maybank Syariah Indonesia
Unit Usaha Syariah	161	166	62	Sharia Business Unit
15 PT Bank Danamon Indonesia, Tbk	9	1	-	15 PT Bank Danamon Indonesia, Tbk
16 PT Bank Permata, Tbk	14	3	1	16 PT Bank Permata, Tbk
17 PT Bank Maybank Indonesia, Tbk	14	2	-	17 PT Bank Maybank Indonesia, Tbk
18 PT Bank CIMB Niaga, Tbk	14	1	3	18 PT Bank CIMB Niaga, Tbk
19 PT Bank OCBC NISP, Tbk	10	-	-	19 PT Bank OCBC NISP, Tbk
20 PT Bank Sinarmas	35	1	12	20 PT Bank Sinarmas
21 PT Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk	24	55	7	21 PT Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk
22 PT BPD DKI	2	14	5	22 PT BPD DKI
23 PT BPD Daerah Istimewa Yogyakarta	1	5	3	23 PT BPD Daerah Istimewa Yogyakarta
24 PT BPD Jawa Tengah	5	14	9	24 PT BPD Jawa Tengah
25 PT BPD Jawa Timur, Tbk	7	10	-	25 PT BPD Jawa Timur, Tbk
26 PT BPD Sumatera Utara	1	2	-	26 PT BPD Sumatera Utara
27 PT BPD Jambi	5	17	-	27 PT BPD Jambi
28 PT BPD Sumatera Barat	5	4	-	28 PT BPD Sumatera Barat
29 PT BPD Riau dan Kepulauan Riau	2	4	7	29 PT BPD Riau dan Kepulauan Riau
30 PT BPD -Sumatera Selatan dan Bangka Belitung	3	2	4	30 PT BPD -Sumatera Selatan dan Bangka Belitung
31 PT BPD Kalimantan Selatan	2	9	1	31 PT BPD Kalimantan Selatan
32 PT BPD Kalimantan Barat	2	3	6	32 PT BPD Kalimantan Barat
33 PD BPD Kalimantan Timur	2	19	3	33 PD BPD Kalimantan Timur
34 PT BPD Sulawesi Selatan dan Sulawesi Barat	4	-	1	34 PT BPD Sulawesi Selatan dan Sulawesi Barat
Bank Pembiayaan Rakyat Syariah	173	-	291	Sharia Rural Bank
TOTAL	825	1.418	550	TOTAL

Keterangan:
- KP = Kantor Pusat
- UUS = Unit Usaha Syariah
- KPO = Kantor Pusat Operasional
- KC = Kantor Cabang

Note:
- HO = Head Office
- IBU = Islamic Banking Unit
- HOO = Head Operational Office
- BO = Branch Office

Sumber : www.ojk.go.id

Gambar 1.1 menunjukkan bahwa Kantor Pusat Operasional atau Kantor Cabang Bank Umum Syariah pada bulan Juli 2020 berjumlah 491 sedangkan Kantor Cabang Pembantu atau Unit Pelayanan Syariah Bank Umum Syariah pada bulan Juli 2020 berjumlah 1.252 dan Kantor Kas Bank Umum Syariah pada bulan Juli 2020 berjumlah 197. Untuk Kantor Pusat Operasional atau Kantor Cabang Unit Usaha Syariah pada bulan Juli 2020 berjumlah 161 sedangkan Kantor Cabang Pembantu atau Unit Pelayanan Syariah Unit Usaha Syariah pada bulan Juli 2020 berjumlah 166 dan Kantor Kas Unit Usaha Syariah pada bulan Juli 2020 berjumlah 62.

2. RERANGKA TEOROTIS DAN HIPOTESIS

Keputusan Nasabah

Keputusan nasabah adalah suatu proses nasabah untuk memilih beberapa alternatif dan masukan-masukan dari orang lain atau nasabah yang lainnya kemudian disimpulkan apa yang menjadi penyebab suatu masalah tersebut sehingga menjadi suatu keputusan nasabah (Mulyadi, 2015). Keputusan nasabah yaitu berupa pemilihan satu diantara beberapa alternatif yang dapat digunakan untuk memecahkan masalah yang berdasarkan logika, pemilihan alternatif yang terbaik, dan adanya tujuan yang ingin dicapai dan tentunya keputusan tersebut mendekati tujuan nasabah (Usman, 2019). Indikator Keputusan Nasabah

1. Pengenalan Produk, yaitu proses memilih produk dan jasa yang ada di bank Syariah dan nasabah menyadari banyaknya produk dan jasa agar sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan atau diharapkan.
2. Pencarian Informasi, yaitu mencari informasi sebanyak mungkin yang diperlukan sesuai dengan kebutuhan produk dan jasa yang diinginkan atau diharapkan. Ada dua tingkatan dalam pencarian informasi ini yaitu, tingkat pertama adalah memberikan perhatian

secara berkala kepada produk dan jasa yang akan dipilih dan tingkat kedua adalah pencarian informasi secara aktif yang didapatkan dari beberapa sumber.

3. Penilaian alternatif, yaitu nasabah memproses informasi yang didapat dari beberapa sumber untuk membuat keputusan akhir. Selanjutnya nasabah akan mencari manfaat dari produk dan jasa yang akan dipilih.
4. Keputusan Membeli, yaitu nasabah menyusun produk dan jasa mana yang akan dipilih sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan dan diharapkan dan membentuk niatan untuk melakukan pembelian dengan produk dan jasa yang dipilih.
5. Perilaku Pasca Pembelian, yaitu nasabah akan mengalami dua hal yaitu nasabah memiliki rasa kepuasan terhadap produk dan jasa yang digunakan atau memiliki rasa ketidakpuasan terhadap produk dan jasa yang digunakan.

Kualitas Pelayanan

Menentukan kualitas pelayanan harus ditentukan oleh nasabah itu sendiri karena pandangan terhadap suatu kualitas pelayanan setiap nasabah akan berbeda. Pandangan tersebut bisa seperti bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank Syariah dapat memenuhi harapan konsumen, dan dilanjutkan dengan bagaimana seharusnya para petugas bank Syariah menampilkan performanya dalam memberikan kualitas pelayanan kepada nasabah (Muhammad, 2015). Indikator Kualitas Pelayanan (Rachmad Hidayat, Sabarudin Akhmad, Machmud, 2015)

1. Keandalan (*Reliability*) adalah kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan secara tepat dan terpercaya. Dimensi ini menunjukkan kemampuan industri perbankan untuk memberikan pelayanan secara akurat, handal, dan bertanggung jawab sesuai aktivitas yang dilakukan atau dijanjikan dan tentunya terpercaya.

2. Ketanggapan (*Responsiveness*) adalah keinginan untuk membantu pelanggan atau nasabah dengan memberikan pelayanan yang tepat dan cepat. Ketanggapan bisa juga diartikan tingkat kepekaan yang tinggi terhadap nasabah dan perlu diikuti dengan tindakan yang tepat sesuai kebutuhan nasabah tersebut.
3. Berwujud (*Tangible*) adalah kemampuan suatu bank Syariah dalam mewujudkan eksistensinya atau bukti nyata kepada pihak eksternal yaitu masyarakat. Penampilan dan kemampuan merupakan sarana dan prasarana fisik bank Syariah agar dapat diandalkan oleh keadaan lingkungan sekitarnya dan merupakan bukti nyata pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.
4. Jaminan (*Assurance*) adalah pengetahuan dan kesopanan karyawan untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan. Jaminan ini dapat ditunjukkan melalui pengetahuan, kesopanan santun, rasa aman, rasa percaya, bebas dari bahaya dan resiko yang dapat diberikan karyawan kepada pelanggan.
5. Empati (*Empathy*) adalah memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para nasabah dengan berupaya memahami keinginan nasabah. Empati sendiri dapat diartikan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang nasabah secara spesifik serta memiliki waktu pengoperasian kepada nasabah.

Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah, karena kualitas pelayanan dikatakan baik apabila kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank Syariah dapat memenuhi harapan konsumen, dan dilanjutkan dengan bagaimana seharusnya para petugas bank Syariah menampilkan performanya dalam memberikan kualitas pelayanan kepada nasabah. Berdasarkan hipotesis kesatu, kualitas pelayanan berpengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan

nasabah dalam menabung di Bank Syariah pada masyarakat Kota Surabaya

Hipotesis 1 : Kualitas pelayanan berpengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menabung di Bank Syariah pada masyarakat Kota Surabaya.

Kepercayaan

Kepercayaan nasabah dapat diartikan sebagai pengalaman nasabah dalam menggunakan produk dan jasa di bank Syariah dan menerima informasi yang menguntungkan dari bank syariah. Oleh karena itu, pengalaman dan informasi yang menguntungkan bagi nasabah akan menumbuhkan kepercayaan nasabah pada suatu produk dan jasa yang digunakan. Hal ini karena pengalaman yang tersimpan di memori nasabah atas produk dan jasa yang digunakan mampu membangun kepercayaan nasabah jika pengalaman tersebut menyenangkan dan memuaskan nasabah (Rachmad Hidayat, Sabarudin Akhmad, Machmud, 2015). Indikator Kepercayaan (Dianing, 2017)

1. Jumlah anggota Dewan Pengawas Syariah (DPS), yaitu mempunyai peran penting terhadap implementasi bank Syariah yang sesuai dengan ketentuan syariah, karena semakin banyak anggota DPS yang melakukan pengawasan maka semakin sempurna implementasi bank Syariah tersebut yang sesuai dengan ketentuan syariah. Hal ini tidak hanya menguntungkan pihak bank Syariah saja, melainkan dapat membuat nasabah atau masyarakat menaruh kepercayaan dan menabung di bank Syariah tersebut juga semakin tinggi.
2. Banyaknya nasabah Dana Pihak Ketiga (DPK), yaitu dapat dijadikan indikasi untuk mengukur tingkat kepercayaan nasabah pada bank Syariah yang bersangkutan. Karena semakin banyak nasabah dana pihak ketiga maka akan mempengaruhi kepercayaan nasabah lain terhadap bank Syariah yang

bersangkutan dan sebaliknya. Hal ini tidak hanya menguntungkan pihak bank Syariah saja, melainkan dapat membuat nasabah atau masyarakat menaruh kepercayaan dan menabung di bank Syariah tersebut juga semakin tinggi.

Kepercayaan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah, karena kepercayaan nasabah diperoleh dari pengalaman nasabah dalam menggunakan produk dan jasa di bank Syariah dan menerima informasi yang menguntungkan dari bank syariah sehingga membangun kepercayaan nasabah jika pengalaman tersebut menyenangkan dan memuaskan nasabah.

Hipotesis 2 : Berdasarkan hipotesis kedua, kepercayaan berpengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menabung di Bank Syariah pada masyarakat Kota Surabaya.

Religiusitas

Religiusitas merupakan salah satu bentuk dari aspek religi yang telah dihayati oleh setiap individu di dalam hati masing-masing (Nurul, 2018). Religiusitas dibagi dalam beberapa aspek-aspek yang harus dijalankan sebagai petunjuk agar dapat mengetahui cara menjalankan hidup dengan benar dan mencapai kebahagiaan, baik di dunia maupun di akhirat. Aspek-aspek tersebut adalah cara hidup yang dapat memimbing kehidupan manusia yang meliputi: aqidah, Syariah, dan akhlaq (Nurul, 2018).

Indikator Religiusitas (Wahyu Utami, Marijati Sengen, M. Rudy Rachman, 2015)

1. Dimensi Keyakinan (*Ideological Involvement*), yaitu dimensi yang berisi tentang tingkatan sejauh mana seseorang menerima hal-hal yang didalamnya berkaitan dengan ajaran agama Islam. Misalnya : kepercayaan tentang adanya Tuhan, malaikat, kitab-kitab, Nabi dan Rasul, hari kiamat, surga, neraka, dan sebagainya.
2. Dimensi Praktik Agama (*Ritualistic*

Involvement), yaitu dimensi yang berisi tentang tingkatan sejauh mana seseorang mengerjakan kewajiban-kewajiban yang sesuai dengan ajaran-ajaran agama Islam. Misalnya : menjalankan ibadah seperti shalat, zakat, puasa, haji, dan sebagainya.

3. Dimensi Pengalaman (*Experimental Involvement*), yaitu dimensi yang berisi tentang pengalaman-pengalaman dan perasaan-perasaan dalam keagamaan yang pernah dialami dan dirasakan oleh seseorang. Misalnya : seseorang merasa dekat dengan Allah SWT, seseorang merasa takut berbuat dosa, seseorang merasa doanya dikabulkan, dan sebagainya.
4. Dimensi Pengetahuan Agama (*Intellectual Involvement*), yaitu dimensi yang berisi tentang seberapa jauh seseorang mengetahui tentang ajaran-ajaran Islam, terutama yang ada di dalam Al-qur'an maupun Al-hadits. Misalnya : dalam ajaran Islam seorang muslim harus menunjukkan tingkatan pengetahuan dan pemahaman sebagai seorang muslim terhadap ajaran-ajaran yang berada di agama Islam yang sudah ada di dalam Al-qur'an dan Al-hadits. Misalnya : mengikuti pengajian, seminar yang berkaitan dengan kegiatan islami, dan kultum.
5. Dimensi Konsekuensi (*Consequential Involvement*), yaitu dimensi yang berisi tentang sejauh mana perilaku seseorang yang diwujudkan melalui perbuatan yang baik dan sesuai dengan ajaran-ajaran agama Islam dalam kehidupan sosial. Misalnya : apakah seseorang tersebut mengunjungi tetangganya yang sakit, menolong orang yang terkena musibah, suka memberi kepada orang yang tidak mampu, dan sebagainya.

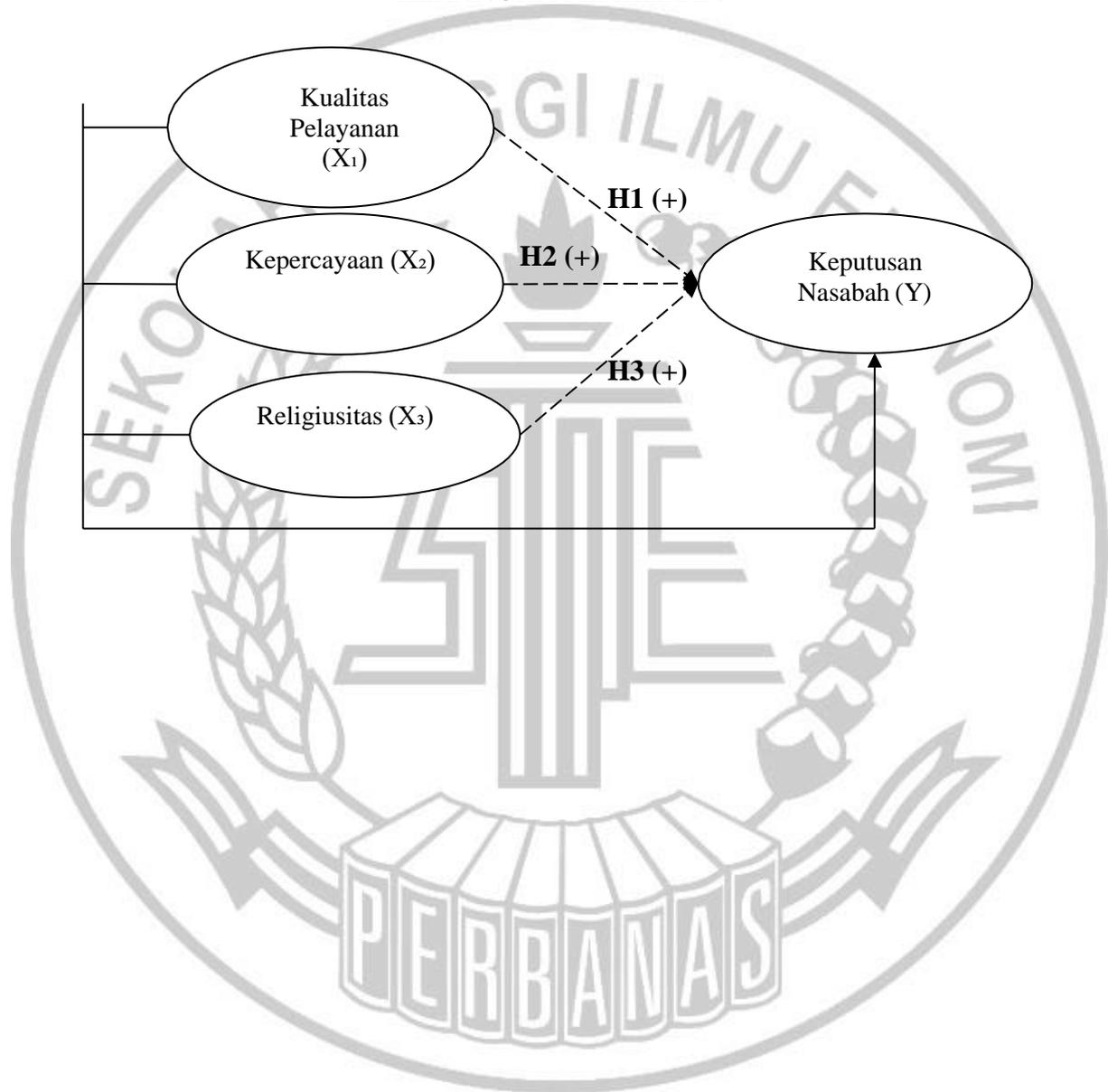
Religiusitas nasabah dapat diukur dalam beberapa aspek sebagai petunjuk agar mengetahui nasabah dalam menjalankan hidup dengan benar baik di dunia maupun di akhirat dengan cara hidup yang dapat memimbing kehidupan manusia yang

meliputi: aqidah, Syariah, dan akhlaq.

dalam menabung di Bank Syariah pada masyarakat Kota Surabaya.

Hipotesis 3 : Berdasarkan hipotesis ketiga, religiusitas berpengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan nasabah

Gambar 1.2
KERANGKA PEMIKIRAN



3. METODE PENELITIAN

Dalam rencana penelitian ini, akan dijelaskan mengenai jenis penelitian yang akan dilakukan ditinjau dari dua aspek :

Jenis Penelitian Menurut Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini termasuk dalam penelitian kausal jika dilihat berdasarkan tujuannya. Jenis penelitian kausal yaitu penelitian yang menjelaskan sebab-akibat atau penelitian yang menjelaskan tentang hubungan antar variabel yaitu variabel bebas dengan variabel terikat yang digunakan dalam penelitian dengan cara mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2016). Jenis penelitian berdasarkan data

Jenis Penelitian Menurut Tujuannya

Penelitian ini termasuk dalam data primer. Jenis penelitiannya adalah penelitian kuantitatif. Data primer adalah sumber data yang diperoleh dari kuesioner, wawancara atau hasil pengamatan terhadap obyek tertentu (Sugiyono, 2016).

Identifikasi Variabel

Untuk identifikasi variabelnya yaitu sebagai berikut :

1. Variabel Bebas
Kualitas Pelayanan (X_1)
Kepercayaan (X_2)
Religiusitas (X_3)
2. Variabel Terikat
Keputusan Nasabah (Y)

Teknik Analisis Data Analisis Deskriptif

Analisis ini bertujuan untuk menganalisa data kuantitatif dan peneliti dapat mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Religiusitas terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah Pada Masyarakat Kota Surabaya.

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui secara parsial variabel bebas kualitas

pelayanan, kepercayaan, dan religiusitas berpengaruh positif yang signifikan terhadap variabel terikat keputusan nasabah (Sugiyono, 2016).

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui signifikan tidaknya pengaruh variabel bebas kualitas pelayanan, kepercayaan, dan religiusitas secara simultan mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat keputusan nasabah (Sugiyono, 2016).

c. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji signifikan tidaknya pengaruh variabel bebas kualitas pelayanan, kepercayaan, dan religiusitas secara parsial terhadap variabel terikat keputusan nasabah (Sugiyono, 2016)

4. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Gambar 1.3
HASIL ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA

Variabel Penelitian	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Konstanta)	0,039	1,425
X_1 = Kualitas Kepercayaan (KP)	0,143	0,046
X_2 = Kepercayaan (Ke)	0,396	0,087
X_3 = Religiusitas (Re)	0,277	0,077
R = 0,829	F Hitung = 77,844	
R Square = 0,688	Sig. = 0,000	

Penjelasan dari persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

1. $\alpha = 0,039$

Nilai konstanta sebesar 0,039 menunjukkan besarnya nilai variabel keputusan nasabah apabila kualitas pelayanan, kepercayaan, dan religiusitas memiliki nilai 0, maka variabel keputusan nasabah sebesar 0,039

2. $\beta_1 = 0,143$

Nilai koefisien variabel kualitas pelayanan sebesar 0,143, artinya jika kualitas

pelayanan mengalami peningkatan sebesar satu persen maka akan mengakibatkan peningkatan keputusan nasabah sebesar 0,143 persen dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan. Sebaliknya, apabila kualitas pelayanan mengalami penurunan sebesar satu persen maka akan terjadi penurunan keputusan nasabah sebesar 0,143 persen dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan.

Model Anova	Sum of Squares	Df	Mean Square	F Hitung	Sig.
Regression	845.902	3	281.967	77.844	.000 ^a
Residual	383.952	106	3.622		
Total	1229.855	109			

F Tabel = 2,69

Gambar 1.4
HASIL ANALISIS UJI F

3. $\beta_2 = 0,396$

Nilai koefisien variabel kualitas pelayanan sebesar 0,143, artinya jika kualitas pelayanan mengalami peningkatan sebesar satu persen maka akan mengakibatkan peningkatan keputusan nasabah sebesar 0,143 persen dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan. Sebaliknya, apabila kualitas pelayanan mengalami penurunan sebesar satu persen maka akan terjadi penurunan keputusan nasabah sebesar 0,143 persen dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan

4. $\beta_3 = 0,277$

Nilai koefisien variabel religiusitas sebesar 0,277, artinya jika religiusitas mengalami peningkatan sebesar satu persen maka akan mengakibatkan peningkatan keputusan nasabah sebesar 0,277 persen dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan. Sebaliknya, apabila religiusitas mengalami penurunan sebesar satu persen maka akan terjadi penurunan keputusan nasabah sebesar 0,277 persen dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan.

UJI F

Berdasarkan hasil tersebut, maka pengujian uji F sebagai berikut:

a. Berdasarkan hasil SPSS $F_{hitung} = 77,844$

Berdasarkan hasil uji F, diperoleh hasil $77,844 > F_{tabel} 2,69$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya variabel bebas kualitas pelayanan, kepercayaan, dan religiusitas secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat keputusan nasabah, dengan demikian hipotesis pertama penelitian yang menyatakan variabel kualitas pelayanan, kepercayaan, dan religiusitas secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menabung di Bank Syariah pada masyarakat Kota Surabaya.

UJI t

Menentukan signifikansi

Uji satu sisi : α sebesar = 0,05 dengan derajat bebas (df) = 106, sehingga $t_{tabel} = 1,659$

Kriteria Pengujian untuk Hipotesis

Uji t sisi kanan

H_0 diterima : $t_{hitung} \leq t_{tabel}$

H_0 ditolak : $t_{hitung} > t_{tabel}$

Tabel 1.5
HASIL ANALISIS UJI PARSIAL (Uji t)

Variabel	t _{hitung}	t _{tabel}	Kesimpulan		r parsial	r ²
			H0	H1		
X ₁ = Kualitas Pelayanan (KP)	3,114	1,659	Ditolak	Diterima	0,289	0,083
X ₂ = Kepercayaan (Ke)	4,545	1,659	Ditolak	Diterima	0,404	0,163
X ₃ = Religiusitas (Re)	3,610	1,659	Ditolak	Diterima	0,331	0,109

Pengaruh kualitas pelayanan (X₁) terhadap keputusan nasabah (Y)

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 1.4 yang diperoleh dari t_{hitung} sebesar 3,114 dan t_{tabel} (0,05;106) sebesar 1,659 sehingga dapat diartikan bahwa t_{hitung} 3,114 > t_{tabel} 1,659 maka H₀ ditolak dan H₁ diterima. Hasil uji ini membuktikan bahwa variabel bebas kualitas pelayanan (X₁) secara parsial memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap variabel terikat keputusan nasabah (Y). Hal ini berarti semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank Syariah kepada nasabah maka semakin tinggi pula keputusan nasabah untuk menabung di bank Syariah dan begitu pula sebaliknya.

Pengaruh kepercayaan (X₂) terhadap keputusan nasabah (Y)

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 1.4 menunjukkan hasil yang diperoleh dari t_{hitung} sebesar 4,545 dan t_{tabel} (0,05;106) sebesar 1,659 sehingga dapat diartikan bahwa t_{hitung} 4,545 > t_{tabel} 1,659 maka H₀ ditolak dan H₁ diterima. Hasil uji ini membuktikan bahwa variabel bebas kepercayaan (X₂) secara parsial memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap variabel terikat keputusan nasabah (Y). Hal ini berarti semakin tinggi tingkat kepercayaan yang diberikan oleh bank Syariah kepada nasabah maka semakin tinggi pula keputusan nasabah untuk menabung di bank Syariah dan begitu pula sebaliknya.

Pengaruh Religiusitas (X₃) terhadap keputusan nasabah (Y)

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 1.4 sebesar 3,610 dan t_{tabel} (0,05;106) sebesar 1,659 sehingga dapat diartikan bahwa t_{hitung} 3,610 > t_{tabel} 1,659 maka H₀ ditolak dan H₁ diterima. Hasil uji ini membuktikan bahwa variabel bebas religiusitas (X₃) secara parsial memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap variabel terikat keputusan nasabah (Y). Hal ini berarti semakin tinggi tingkat religiusitas yang dimiliki oleh nasabah maka semakin tinggi pula keputusan nasabah untuk menabung di bank Syariah dan begitu pula sebaliknya.

Pengaruh Dominan

Pengaruh dominan variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) dapat diketahui melalui besarnya kontribusi antar masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan memiliki kontribusi sebesar 8,3 persen
2. Kepercayaan memiliki kontribusi sebesar 16,3 persen
3. Religiusitas memiliki kontribusi sebesar 10,9 persen

Dengan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel bebas yang paling dominan pada penelitian ini yaitu Kepercayaan sebesar 16,3 persen.

4. KESIMPULAN, IMPLIKASI, SARAN, DAN KETERBATASAN PENELITIAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan secara parsial memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menabung di bank Syariah pada masyarakat Kota Surabaya. Kualitas pelayanan memberikan kontribusi sebesar 0,083 atau sebesar 8,3 persen terhadap keputusan nasabah. Dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menabung di bank Syariah pada masyarakat Kota Surabaya adalah diterima.
2. Kepercayaan secara parsial memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menabung di bank Syariah pada masyarakat Kota Surabaya. Kepercayaan memberikan kontribusi sebesar 0,163 atau 16,3 persen terhadap keputusan nasabah. Dengan demikian hipotesis kedua yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menabung di bank Syariah pada masyarakat Kota Surabaya adalah diterima.
3. Religiusitas secara parsial memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menabung di bank Syariah pada masyarakat Kota Surabaya. Religiusitas memberikan kontribusi sebesar 0,109 atau 10,9 persen terhadap keputusan nasabah. Dengan demikian hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menabung di bank Syariah pada

masyarakat Kota Surabaya adalah diterima.

4. Variabel kualitas pelayanan, kepercayaan, dan religiusitas secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menabung di bank Syariah pada masyarakat Kota Surabaya. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan, dan religiusitas sebesar 0,688 persen atau 68,8 persen sedangkan sisanya 31,2 persen dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel penelitian. Dengan demikian hipotesis keempat penelitian yang menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan, kepercayaan, dan religiusitas secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menabung di bank Syariah pada masyarakat Kota Surabaya yaitu diterima.

Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka penelitian ini dapat digunakan oleh pihak Perbankan Syariah untuk membuat strategi yang lebih baik dimasa yang akan datang dan terencana dalam aspek kualitas pelayanan, kepercayaan, dan religiusitas agar dapat beroperasi secara optimal.

Saran

Bagi Perbankan Syariah

- a. Berdasarkan pada hasil penelitian ini dapat diketahui pengaruh variabel yang paling dominan pertama adalah variabel kepercayaan terhadap keputusan nasabah dalam menabung di bank Syariah. Bagi Peneliti selanjutnya yang akan mengambil judul atau dengan tema sejenis, maka sebaiknya menambahkan variabel selain variabel kualitas pelayanan, kepercayaan, dan religiusitas serta mempertimbangkan subyek penelitian yang akan digunakan dengan melihat bagaimana perkembangan bank Syariah dengan harapan mendapatkan hasil yang lebih baik serta lebih signifikan terhadap variabel terikat.

b. Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya mengambil sampel yang lebih banyak dan mengambil populasi yang lebih luas sehingga mampu mendapatkan hasil yang lebih baik dan bervariasi dibandingkan peneliti sebelumnya.

Bagi Peneliti Selanjutnya

a. Berdasarkan pada hasil penelitian ini dapat diketahui pengaruh variabel yang paling dominan kedua adalah variabel religiusitas terhadap keputusan nasabah dalam menabung di bank Syariah. Oleh karena itu, sebaiknya setiap nasabah harus berpegang teguh pada ajaran Islam dengan menjalankan perintah-Nya dan menjauhi larangan-Nya dalam keadaan apapun, dimana pun, dan kapan pun.

Berdasarkan pada hasil penelitian ini dapat diketahui pengaruh variabel yang paling dominan ketiga adalah variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam menabung di bank Syariah. Oleh karena itu, sebaiknya bank Syariah memberikan kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan nasabah sehingga memberikan kepuasan kepada nasabah dan tentunya memberikan keuntungan untuk masing-masing pihak.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian yang dilakukan masih terdapat banyak keterbatasan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Jumlah variabel bebas yang digunakan pada penelitian ini yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menabung di bank Syariah pada masyarakat Kota Surabaya hanya terdiri dari tiga variabel, yaitu variabel kualitas pelayanan, kepercayaan, dan religiusitas, sedangkan masih banyak variabel lain yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menabung di bank Syariah.
2. Penelitian ini memiliki jumlah responden yang hanya 110 orang, tentunya masih kurang untuk menggambarkan keadaan yang sesungguhnya.
3. Subyek pada penelitian ini hanya difokuskan pada seluruh masyarakat di

Kota Surabaya yang memiliki rekening tabungan atau menjadi nasabah tabungan di bank syariah yang mana hanya satu dari banyaknya subyek yang digunakan.

4. Adanya keterbatasan penelitian dengan menggunakan kuesioner yaitu terkadang jawaban yang diberikan oleh responden tidak menunjukkan keadaan yang sesungguhnya karena responden kurang memahami pernyataan yang diberikan oleh peneliti. Hal tersebut bisa diantisipasi oleh peneliti dengan cara memberikan arahan kepada responden sebelum mengisi kuesioner agar responden memahami pernyataan yang ada pada kuesioner dan bisa menjawab pernyataan yang ada.

Keterbatasan peneliti untuk mengumpulkan responden sampel kecil dan besar terhalang karena adanya Pandemi COVID-19 sehingga tidak dapat mengumpulkan kuesioner responden secara langsung (konvensional) sehingga digunakan media online.

DAFTAR RUJUKAN

- Dianing Ratna Wijayani. 2017 . Kepercayaan Masyarakat Menabung pada Bank Umum Syariah. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*.
- Muhammad Zuhirsyah dan Nurlinda. 2018. Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Nasabah terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah. *Jurnal Al-Amwal*.
- Mulyadi. 2015. *Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM)*. Bogor: In Media-Anggota IKAPI.
- Nurul Khotimah. 2018. Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Citra Perusahaan, Dan Sistem Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah Menabung Dan Loyalitas Di Bank Syariah Mandiri. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen*.
- Rika Yulianti, Marijati Sangen, Ahmad

- Rifani. 2016. Pengaruh Nilai-Nilai Agama, Kualitas Layanan, Promosi, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Di Banjarmasin. *Jurnal Wawasan Manajemen*.
- Rachmad Hidayat, Sabarudin Akhmad, Machmud. 2015. Effects Of Service Quality, Customer Trust, And Customer Religious Commitment On Customers Satisfaction And Loyalty Of Islamic Banks In East Java. *Journal Al-Iqtishad*.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : PT. Alfabet.
- Usman Effendi. 2019. *Asas Manajemen*. Depok: Rajawali Pers.
- Www.ojk.go.id
<https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Pages/Statistik-Perbankan-Syariah---Juli-2020.aspx> diakses pada tanggal 07 Agustus 2020 pukul 18.59 WIB
- Wahyu Utami, Marijati Sangen, M. Rudy Rachman. 2015. Analisis Pengaruh Religiusitas, Kelompok Referensi, Dan Motivasi Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah. *Jurnal Wawasan Manajemen*.