



Contents list available at: <https://ejournal.iainpalopo.ac.id/index>
Journal of Institution and Sharia Finance
Journal homepage: https://ejournal.iainpalopo.ac.id/index.php/sharia_finance



Analysis of Factors Affecting Customer Decision to Saving at Bank Sharia Indonesia, Palopo City

Puspa Indah Mulfi

Institut Agama Islam Negeri Palopo, Palopo, Indonesia

Article Info	Abstract
<p>Keywords: Knowledge, Service, Promotion and Customer Decisions</p> <p>Paper type: Research Paper</p> <p>*Corresponding author: Puspaindahmulfi@gmail.com</p>	<p>The results of the study show that: (1) knowledge (X1) has a positive and significant effect on customers' decisions to save at BSI because the tcount is $2.562 > t$table 1.664 and sig. $0.012 < 0.05$ or in other words H_0 is rejected H_1 is accepted. (2) Service (X2) has a positive and significant effect on customers' decisions to save at BSI because the tcount is $2.150 > t$table 1.664 and sig. $0.035 < 0.05$ or in other words H_0 is rejected H_1 is accepted. (3) Promotion (X3) has a positive and significant effect on customers' decisions to save at BSI because the tcount is $2.105 > t$table 1.664 and sig. $0.038 < 0.05$ or in other words H_0 is rejected H_1 is accepted. There is an influence between the variables X1, X2 and X3 on Y which can be seen from the results of the coefficient of determination test which shows an Adjusted Square value of 0.178 equivalent to 17.8%. This means that 17.8% of customers' decisions to save at BSI are influenced by knowledge, service and promotion. Then 82.2% was influenced by other factors not explained in the study.</p>

Cite this document:

Mulfi, P.I. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah Indonesia Kota Palopo. *Journal of Institution and Sharia Finance*, 5 (1). 42-50. <https://doi.org/10.24256/joins.v5i1.3359>

Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah Indonesia Kota Palopo

Abstrak

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) pengetahuan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di BSI dikarenakan nilai thitung 2,562 > ttabel 1,664 dan sig. 0,012 < 0,05 atau dengan kata lain H0 ditolak H1 diterima. (2) Pelayanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di BSI dikarenakan nilai thitung 2,150 > ttabel 1,664 dan sig. 0,035 < 0,05 atau dengan kata lain H0 ditolak H1 diterima. (3) Promosi (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di BSI dikarenakan nilai thitung 2,105 > ttabel 1,664 dan sig. 0,038 < 0,05 atau dengan kata lain H0 ditolak H1 diterima. Terdapat pengaruh antara variabel X1, X2 dan X3 terhadap Y dapat dilihat dari hasil uji koefisien determinasi yang menunjukkan nilai Adjusted Square sebesar 0,178 setara dengan 17,8%. Hal ini berarti bahwa sebesar 17,8% keputusan nasabah menabung di BSI yang di pengaruhi oleh pengetahuan, pelayanan dan promosi. Kemudian sebesar 82,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian.

Kata Kunci: Pengetahuan, Pelayanan, Promosi dan Keputusan Nasabah

PENDAHULUAN

Berkembangnya perekonomian nasional tidak lepas dari peran lembaga keuangan sebagai penunjang dari sisi permodalan, dimana lembaga keuangan utama sebagai penggerak perekonomian nasional. Perkembangan yang cukup melonjak dalam pasar keuangan syariah yang berdampak besar terhadap ekonomi masyarakat adalah industri perbankan syariah. Di Indonesia bank syariah sudah terhitung banyak tetapi masih sedikit masyarakat yang mengoptimalkan layanan dan jasa perbankan syariah. Dua fungsi pokok bank yaitu penghimpunan dana masyarakat dan penyaluran dana kepada masyarakat yang disebut financial intermediary (perantara keuangan).

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menabung di bank syariah seperti pengetahuan, pelayanan dan promosi. Pengetahuan menurut Schiffman dan Kanuk mendefinisikan bahwa, pengetahuan dapat diartikan sebagai informasi yang teringat dalam ingatan.(Kanuk dkk, 2004) Pelayanan menurut Rusyidi adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen.(Rusyidi, 2017) Menurut Rangkuti promosi adalah kegiatan penjualan dan pemasaran dalam rangka menginformasikan dan mendorong permintaan terhadap produk, jasa dan ide dari perusahaan dengan cara mempengaruhi konsumen agar mau membeli produk dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan. (Rangkuti,2010).

Berdasarkan pra reset yang dilakukan peneliti mendapatkan data yang ada pada Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2021 mencatat bahwa jumlah bank syariah yang ada di Indonesia sebanyak 195 dan 3.046 kantor. Tetapi kenyataannya masih banyak

masyarakat yang belum menjadi nasabah bank syariah. Kurangnya sosialisasi yang dilakukan oleh pihak perbankan syariah menjadi faktor penyebab sedikitnya masyarakat menggunakan bank syariah. Kebanyakan masyarakat mengakses melalui jasa keuangan konvensional dan menganggap bank syariah belum memiliki banyak produk untuk bisa menjadi pilihan. Jika dilihat dari kehidupan sehari-hari, masyarakat di Kota Palopo mayoritas beragama Islam. Hal ini selain tercermin dari pakaian yang dikenakan, juga pada tingkah laku atau sikap kesehariannya. Persaingan di antara bank konvensional dan bank syariah yang begitu ketat, telah dilakukan dengan berbagai cara untuk meningkatkan pengetahuan, pelayanan, promosi dan lainnya yang berhubungan terhadap keputusan masyarakat dalam menabung, sehingga peneliti ingin melakukan penelitian dengan cara mengetahui keputusan para nasabah menabung dengan mengetahui apa saja faktor yang mempengaruhi nasabah dalam menabung.

Penelitian ini memilih objek di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo karena berbagai alasan diantaranya adalah selain lokasi mudah dijangkau oleh peneliti, BSI telah bekerjasama dengan IAIN Palopo dan mahasiswanya terbuka terhadap data yang dibutuhkan. Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk membahas **“Pengaruh Pengetahuan, Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah Indonesia Kota Palopo”**

LITERATUR REVIEW

Penelitian Bagus Widiapraja, Haryono, Abdul Fatah tahun 2021 dengan judul **“Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah untuk Menabung pada Bank BRI Syariah di Jombang”** Hasil dari penelitian ini menunjukkan produk, religiusitas dan kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan secara parsial maupun simultan terhadap minat menabung. (Fatah,dkk, 2021).

Penelitian Indah Qurmalasari tahun 2021 dengan judul **“Pengaruh Persepsi dan Pengetahuan Terhadap Minat Menabung di BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto dengan Pendekatan Partial Least Square (Pls)”** hasil kesimpulan, persepsi berpengaruh positif sebesar 52,6% terhadap minat menabung di BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto, pengetahuan berpengaruh positif 48% terhadap minat menabung di BRI Syariah Ponorogo. Sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi dan pengetahuan berpengaruh terhadap minat menabung di BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto sebesar 63,3% sedangkan sisanya 36,7% dipengaruhi faktor lain. Variabel yang paling dominan adalah variabel persepsi (X1) dengan besaran kontribusi terhadap Y adalah sebesar 34,0% sedangkan variabel pengetahuan (X2) memberikan kontribusi terhadap Y sebesar 29,3%. (Qumalasari,2021).

Penelitian Sarwinda Puspita Sari tahun 2021 dengan judul **“Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Religiusit Terhadap Keputusan Menabung Masyarakat Kecamatan Sungai Lilin pada Bank BSI KCP Sungai Lilin 1”** Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menabung yang dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar $0,003 < 0,05$ dan nilai t-hitung $> t$ -tabel yaitu $3,083 > 1,984$. (Sari,2021)

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuantitatif. Penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data-data yang diperoleh dalam bentuk angka yang dapat dihitung, dilakukan secara empiris dengan tujuan agar dapat memberikan gambaran tentang fenomena yang diteliti.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini ialah semua mahasiswa dari Fakultas Ekonomi Bisnis Islam, IAIN Palopo angkatan 2017. Jumlah populasi dalam penelitian ini yaitu 572 mahasiswa. Untuk membatasi subyek penelitian, peneliti memilih sampel menggunakan *probability sampling* dengan metode *simple random sampling*.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik kuesioner atau angket. Teknik ini dilakukan dengan memberikan pertanyaan kepada objek yang diteliti dengan cara menggunakan Google Form (secara online) yang disebar melalui aplikasi Whatsapp.

Uji Validitas

Uji ini dipergunakan untuk menguji valid atau tidaknya suatu pertanyaan yang diajukan. Untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu data dapat dilihat dengan membandingkan nilai *r*-hitung dan *r*-tabel. Apabila nilai *r*-hitung lebih besar dari *r*-tabel maka data tersebut dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji yang mengukur tingkat kepercayaan dari suatu pengukuran. Untuk mengetahui nilai reliabilitas suatu variabel dapat dilihat pada koefisien *Cronbach Alpha*. Apabila nilai koefisien *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6 maka variabel dapat dikatakan reliable. (Herlina,2019)

Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan teknik analisis data untuk mengetahui tingkat kenormalan suatu data. Uji ini dapat dilihat dari nilai Kolmogorov-Smirnov. Apabila nilai signifikan pada Kolmogorov-Smirnov lebih besar dari 0,05 maka data dinyatakan normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antar variabel independen (bebas). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel bebas (tidak terjadi multikolinearitas).

Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan teknik analisis data yang bertujuan untuk menguji adanya ketidaksamaan *variance residual* dari dua pengamatan yang berbeda. Jika *variance residual* ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. (Sari,2021)

Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mengukur seberapa besarnya pengaruh antara dua variabel atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen.(Priyastama,2017)

Uji Signifikansi parameter individual (Uji T)

Uji-t merupakan analisis data untuk menggambarkan hubungan antara pengaruh satu variabel independen (bebas) secara individual terhadap variabel dependen (terikat).

Uji Signifikansi simultan (Uji F)

Uji f bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen.

Koefisien Determinasi R²

Mengukur seberapa jauh kemampuan sebuah model menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen (bebas) dalam menjelaskan variabel dependen (terikat) sangat terbatas.

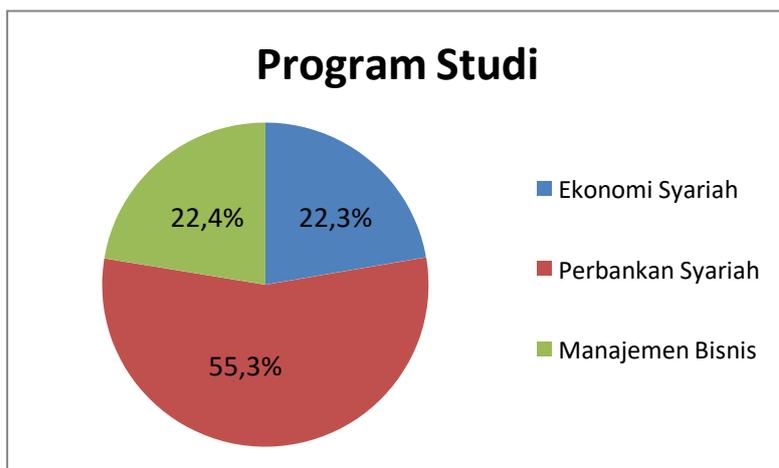
HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejarah Singkatan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Palopo

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo terbentuk pada tahun 2015. Melalui Surat Keputusan Nomor 11 Tahun 2015 tentang alih status STAIN ke IAIN, maka Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Palopo beralih menjadi Institut Agama Islam Negeri Palopo, pada 14 Oktober 2014. Diresmikan pada 23 Mei 2015 oleh Menteri Agama Republik Indonesia. Awal pelaksanaan akademik di FEBI IAIN Palopo pertama kali dilaksanakan pada bulan April 2014 berdasarkan Surat Keputusan Pendirian Nomor 11 Tahun 2014.

Karakteristik Responden

Responden pada penelitian ini ialah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2017 berjumlah 85 mahasiswa.



Gambar 4.1 Jumlah Responden berdasarkan prodi

Uji Normalitas

Dasar pengambilan keputusan pada uji normalitas yaitu: bila taraf signifikansi $> 0,05$ maka data itu terdistribusi normal. Sebaliknya bila nilai signifikansi $< 0,05$ data tersebut itu tidak terdistribusi normal.

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		85
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.36304035
Most Extreme Differences	Absolute	.075
	Positive	.075
	Negative	-.073
Test Statistic		.075
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Dari tabel 1 hasil uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov didapatkan hasil signifikansi dari Asymp. Sig.(2-tailed) senilai 0,200 dimana hasil tersebut lebih besar dari taraf signifikansi 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa uji test normalitas pada penelitian ini adalah terdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas

(X1)					multikolinearitas
Pelayanan (X2)	0,911	>0,1	1,098	< 10	Tidak ada gejala multikolinearitas
Promosi (X3)	0,996	> 0,1	1,004	< 10	Tidak ada gejala multikolinearitas

Sumber: Data Primer diolah IBM SPSS 25 for windows, November 2021

Berdasarkan tabel 4.26 di atas, diketahui nilai VIF variabel X1 (1,095), X2 (1,098) dan X3 (1,004) < 10 dan nilai tolerance value X1 (0,913), X2 (0,911) dan X3 (0,996) > 0,1 maka data tersebut tidak ada gejala multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas untuk menentukan apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Tidak terjadi heteroskedastisitas apabila tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y.

Uji Signifikansi parameter individual (Uji T)

Tabel 3. Hasil Uji T

Variabel	Thitung	Ttabel	Sig.	Keterangan
Pengetahuan	2,562	>1,664	0,012	Signifikan
Pelayanan	2,150	>1,664	0,035	Signifikan
Promosi	2,105	>1,664	0,038	Signifikan

Sumber: Data Primer diolah IBM SPSS 25 for windows, November 2021

Uji T pada variabel pengetahuan (X1) terhadap keputusan nasabah (Y), berdasarkan tabel di atas diketahui nilai t-hitung 2,562 > t-tabel 1,664 dan nilai signifikannya 0,012 < 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima, dengan kata lain variabel pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia Kota Palopo.

Uji T pada variabel pelayanan (X2) terhadap keputusan nasabah (Y), diketahui nilai t-hitung 2,150 > t-tabel 1,664 dan nilai signifikannya 0,035 < 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima, dimana variabel pelayanan berpengaruh positif dan

signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia Kota Palopo.

Uji T pada variabel promosi (X3) terhadap keputusan nasabah (Y), dapat diketahui nilai t-hitung $2,105 > t\text{-tabel } 1,664$ dan nilai signifikannya $0,038 < 0,05$

Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Tabel 4.29 Hasil Uji F

Model	Df	F	Nilai-P	Ket.
Regresi	3			
Residual	81			
Total	84	7,064	0,000 < 0,05	Signifikan

Berdasarkan tabel diatas, diketahui nilai f-hitung $7,064 > f\text{-tabel } 2,71$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan, pelayanan dan promosi berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel keputusan nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia Kota Palopo.

Uji Koefisien Determinasi (R Square)

Tabel 4.30 Hasil Uji R Square

R	R Square	Adjusted Square	Std. Error of the Estimate
0,455	0,207	0,178	1,388

Sumber: Data Primer diolah IBM SPSS 25 for windows, November 2021

Berdasarkan tabel di atas, diketahui nilai Adjusted Square sebesar 0,178. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh pengetahuan (X1), pelayanan (X2) dan promosi (X3) mempunyai kontribusi sebesar 17,8% terhadap keputusan nasabah (Y), sedangkan 82,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini. Standard Error of the Estimate (SEE) adalah suatu ukuran banyaknya kesalahan model regresi dalam memprediksikan nilai Y.

KESIMPULAN

Bank Syariah yang sebelumnya sekedar memperkenalkan praktik alternatif Perbankan Syariah, namun kini tumbuh berkembang dengan menempatkan posisinya sebagai pemain utama dalam percaturan ekonomi Indonesia. Peneliti ingin mengetahui pengaruh langsung dan tak langsung antara variabel pengetahuan, promosi, dan fasilitas terhadap keputusan menabung di Bank Syariah Indonesia dengan minat menabung sebagai variabel intervening

Berkembangnya perekonomian nasional tidak lepas dari peran lembaga keuangan sebagai penunjang dari sisi permodalan, dimana lembaga keuangan utama sebagai penggerak perekonomian nasional. Perkembangan yang cukup melonjak dalam pasar keuangan syariah yang berdampak besar terhadap ekonomi masyarakat adalah industri perbankan syariah. Di Indonesia bank syariah sudah terhitung banyak tetapi masih sedikit

masyarakat yang mengoptimalkan layanan dan jasa perbankan syariah. Dua fungsi pokok bank yaitu penghimpunan dana masyarakat dan penyaluran dana kepada masyarakat yang disebut financial intermediary (perantara keuangan).

DAFTAR PUSTAKA

- Herlina, Vivi. Panduan Praktis Mengelola Data Kuesioner Menggunakan SPSS. (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2019).
- Priyastama, Romie. Buku Sakti Kuasai SPSS Pengelolaan Data & Analisis Data. (Yogyakarta: Start Up, 2017).
- Rusyidi, Muhammad. Customer Excellence. (Jakarta: Gosyen Publishing Dessler, 2017).
- Schiffman, Leon, G and Leslie, Lazar, Kanuk. Consumer Behavior. (Edition 8: United State of America: Pearson Education International, 2004).
- Sugiyono. Metode Penelitian Kombinasi. (Cet III: Bandung: Alfabeta, 2012) Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif. (Bandung: Alfabeta, 2018)
- Sugiono. Metode penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D. (Bandung: Alfabeta, 2017)
- Sugiyono. Statistika Untuk Penelitian. (Bandung: Alfabeta, 2017)
- Wicaksono Adhi, "180 Juta Umat Muslim, Baru 30 Juta Jadi Nasabah Bank Syariah", 10 Februari 2021. https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/2021_0210164446-78604821/180-juta-umat-muslim-baru-30-juta-jadi-nasabah-bank-syariah. diakses pada 25 April 2021.
- Widiastuti, I. A. (2021). "Pengaruh Pengetahuan, Personal Selling Terhadap Pengajuan Pembiayaan dengan Kepercayaan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Nasabah Bsi Kcp Magelang)". (skripsi, IAIN Salatiga.