

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Dalam perekonomian suatu negara bank merupakan salah satu lembaga keuangan yang dimana bank mempunyai peranan penting sebagai badan usaha, yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya dalam bentuk kredit atau lainnya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Kehadiran perbankan syariah di Indonesia diawali dengan berdirinya Bank Muamalat pada tahun 1998 dengan adanya krisis moneter yang melanda Indonesia.

Bank Muamalat didirikan di Indonesia atas inisiatif masyarakat muslim dengan menginginkan sistem tanpa bunga dalam perbankan. Sejak terhitung tanggal 1 Mei 1992 bank muamalat resmi beroperasi dan mulai diminati di masyarakat serta para investor terhadap sistem perbankan syariah. Sejak diberlakukannya UU No. 10 tahun 1998 tentang perubahan atas UU No. 7 tahun 1992 tentang perbankan syariah yang lebih kuat memberikan landasan hukum bagi pengembangan perbankan syariah di Indonesia.

Bank syariah adalah lembaga keuangan syariah yang dimana kegiatannya didasarkan dengan syariat-syariat Islam, adapun tujuannya untuk meningkatkan kualitas ekonomi dengan mengembangkan kemandirian umat sebagai kegiatan penghimpunan dan penyaluran serta dijalankan dengan etika dan prinsip-prinsip Islam sehingga bebas dari kata riba (bunga), kegiatan non produktif seperti *maysir*

(perjudian), *gharar* (meragukan) dan perkata yang tidak sah (*bathil*), dimana hanya membiayai usaha-usaha yang halal saja.

Berdasarkan data dari Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia (LPKSI) yang dipublikasikan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) per 31 Desember 2018 tentang pertumbuhan perbankan syariah yang cukup pesat diantaranya yaitu Bank Umum Syariah (BUS) telah mencapai 14 unit dibandingkan tahun sebelumnya sebanyak 13 BUS, Unit Usaha Syariah (UUS) telah mencapai sebanyak 20 unit dan Badan Pengkreditan Rakyat Syariah (BPRS) mencapai sebanyak 167 unit. Baik BUS, UUS dan BPRS menunjukkan pertumbuhan yang positif. Selain itu pertumbuhan yang positif masih menunjukkan pada aset perbankan syariah, dibanding dengan tahun sebelumnya meski mengalami perlambatan jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Dalam waktu tiga tahun terakhir, dapat dilihat pertumbuhan pada aset perbankan syariah masih tetap terjaga *double digit* dengan pangsa aset mencapai 5,96% terhadap perbankan syariah, yang dimana meningkat dibanding tahun sebelumnya yang sebesar 5,78% (OJK, 2018).

Dana pihak ketiga (DPK) merupakan salah satu penyumbang modal dari usaha perbankan syariah. Adapun dana pihak ketiga yang dimiliki oleh bank dan disalurkan dalam bentuk aset terbesar oleh bank. Adapun perkembangan dana pihak ketiga dilihat dari data LPKSI yang dipublikasikan oleh OJK per 31 Desember 2018.



Sumber: OJK, 2018

**Gambar 1.1**  
Perkembangan Dana Pihak Ketiga (DPK)

Berdasarkan Gambar 1.1 Perkembangan Dana Pihak Ketiga (DPK) perbankan syariah tumbuh melambat 11,14% dibandingkan tahun sebelumnya sebesar 19,89% perlambatan pertumbuhan DPK terjadi baik pada BUS, UUS maupun BPRS dengan laju masing-masing 8,06%, 18,37%, dan 16,42% dibandingkan dengan tahun sebelumnya yang sebesar 15,50%, 32,31% dan 19,97%. Secara teknis yang dimaksud dana pihak ketiga pada perbankan syariah yaitu giro *wadiah*, tabungan *wadiah*, dan deposito *mudharabah*. salah satu sumber dana yang digunakan dalam pembiayaan yaitu dana simpanan atau dana dari nasabah (DPK) sehingga semakin tinggi dana pihak ketiga yang tersedia maka bank syariah akan lebih banyak menawarkan pembiayaan *musyarakah* (Fitri, 2016). Adapun tren pertumbuhan pembiayaan dilihat dari data LPKSI yang dipublikasikan oleh OJK per 31 Desember 2018.



Sumber: OJK, 2018

**Gambar 1.2**  
Tren Pertumbuhan Pembiayaan

Berdasarkan Gambar 1.2 Tren Pertumbuhan Pembiayaan perbankan syariah pada tahun 2018 tumbuh 12,21% (yoy), melambat dibandingkan tahun sebelumnya yang tumbuh sebesar 1523% (yoy). Perlambatan ini disebabkan oleh masih terfokusnya industri perbankan melakukan konsolidasi untuk memperbaiki kualitas pembiayaan. Adapun pengertian sistem bagi hasil adalah salah satu praktik perbankan yang dimana pembagian keuntungannya dibagi secara adil antara *shahibul maal* dan *mudhari*.

Berdasarkan data dari Statistik Perbankan Syariah (SPS) tentang tingkat imbalan bagi hasil yang dipublikasikan oleh OJK per 31 Desember 2018.

**Tabel 1.1**  
Tingkat Imbalan Bagi Hasil

No	Pembiayaan Bagi Hasil	Tahun			
		2015	2016	2017	2018
1	BUS				
2	<i>Mudharabah</i>	11,75%	12,51%	11,81%	10,54%
3	<i>Musyarakah</i>	11,65%	11,75%	11,72%	10,22%

4	UUS				
5	<i>Mudharabah</i>	12,77%	12,06%	10,11%	9,43%
6	<i>Musyarakah</i>	10,34%	9,62%	9,02%	8,67%

Sumber: OJK, 2018

Berdasarkan Tabel 1.1 Tingkat Imbalan Bagi Hasil di tahun 2018 dari BUS tumbuh melambat 10,54% dan 10,22% dibandingkan tahun sebelumnya sebesar 11,81% dan 11,72%. Perlambatan tersebut di akibatkan oleh masyarakat yang masih belum berani untuk mengambil resiko menggunakan produk bank syariah dikarenakan pengetahuan masyarakat bahwa bank konvensional dan bank syariah tidak ada bedanya, sehingga mengakibatkan pertumbuhan bagi hasil masih naik turun disetiap tahun.

Berdasarkan data diatas maka OJK harus mampu mendorong agar kedepannya perbankan syariah bisa tumbuh signifikan dan mampu bersaing dengan bank konvensional. Mengingat bank konvensional yang sudah lama dikenal lebih lama dimasyarakat dibanding dengan perbankan syariah yang masih muda, hal tersebut kedepannya bisa menjadi tantangan yang berat untuk bank syariah. Tantangan yang akan dihadapi lembaga perbankan syariah adalah kemampuan bersaing dengan bank konvensional atau bank-bank komersial lainnya.

Berdasarkan hal tersebut, maka industri perbankan syariah harus mampu menghadapi ketatnya persaingan. Adapun untuk meningkatkan keinginan masyarakat dilakukannya strategi yang tepat. Ketika keinginan masyarakat meningkat maka jumlah nasabah yang tertarik dan memutuskan untuk menabung pada bank syariah juga akan meningkat. Agar membentuk kepercayaan untuk

memutuskan menabung perlu dilakukan pendekatan. Adapun pendekatan dapat dilakukan melalui tiga faktor, yaitu faktor produk, religiusitas, dan sistem bagi hasil.

Faktor produk bank syariah adalah salah satu cara untuk meningkatkan jumlah nasabah yang tertarik dan memutuskan menabung pada suatu bank. Bank dapat menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan nasabah, dengan cara produk yang dibuat laku dipasaran, maka penciptaan produk harus memperhatikan tingkat kualitas yang sesuai dengan keinginan anggota. Produk yang ditawarkan harus memiliki kualitas tinggi. Dimana produk yang lebih baik dan berkualitas baik akan memiliki nilai yang lebih tinggi dibanding dengan produk pesaing, sehingga dapat mempertahankan nasabah yang sudah ada dan dapat menarik minat calon nasabah yang baru. Adapun faktor lain yang dapat mempengaruhi calon nasabah yaitu faktor religiusitas.

Faktor Religiusitas juga merupakan faktor pengambilan keputusan menabung, dimana sisi kehidupannya harus diwujudkan oleh Agama seseorang, bukan hanya aktivitas beragama diwujudkan dalam ritual (beribadah) saja namun juga diwujudkan dalam pribadi dan sikap seseorang, religiusitas menjadi motivator penting dalam mendorong seseorang menggunakan jasa perbankan syariah. Semakin tinggi religiusitas seseorang maka akan semakin tinggi pula keinginan nasabah menabung di bank syariah. Adapun faktor yang terakhir yaitu faktor sistem bagi hasil.

Faktor bagi hasil adalah suatu sistem yang meliputi tata cara pengelolaan dana dalam perekonomian Islam yakni pembagian hasil usaha antara penyedia

dana dan pengelola. Dimana bagi hasil secara positif dapat mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan jasa perbankan syariah, karena nasabah yakin makin tinggi nisbah makin besar keuntungan yang didapat dan bank bisa meningkatkan bagi hasil.

Penelitian terdahulu dapat dilihat dalam penelitian yang dilakukan oleh (Abhimantra et al., 2013) yang mendukung tentang variabel produk berpengaruh terhadap keputusan memilih menabung di bank syariah. Namun penelitian (Arifin & Khotimah, 2014) variabel produk tidak berpengaruh terhadap keputusan masyarakat memilih bank syariah. Penelitian (Maisur et al., 2015) variabel religiusitas berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah. Namun penelitian (Maghfiroh, 2018) Religiusitas tidak memiliki pengaruh terhadap minat menabung di bank syariah. Penelitian (Khoirul, 2019) variabel pemahaman bagi hasil berpengaruh terhadap keputusan menabung di bank syariah. Namun penelitian (Alfiah, 2017) variabel faktor bagi hasil tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan anggota dalam menggunakan simpanan *mudharabah*.

Berdasarkan hal tersebut, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Produk, Religiusitas, dan Sistem Bagi Hasil Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Bank Syariah (Studi Pada Perbankan Syariah di Kota Palopo)”.

## **1.2 Alasan Memilih Judul**

Dalam penulisan skripsi ini peneliti perlu memberikan alasan memilih judul, adapun alasan peneliti memilih judul ini adalah sebagai berikut:

a. Alasan Objektif

Dengan semakin banyaknya perbankan syariah khususnya di Kota Palopo membuat masyarakat atau nasabah lebih aman karena terhindar dari sistem bunga (riba). Dimana masyarakat di Kota Palopo masih kurang pengetahuannya tentang bagaimana sistem perbankan syariah. Perbankan syariah itu sendiri merupakan salah satu kegiatannya yang berdasarkan dengan syariat-syariat Islam, yang tujuannya untuk meningkatkan kualitas ekonomi umat dengan bebas dari bunga, perjudian, dan hanya membiayai usaha-usaha yang halal. Adapun masyarakat yang sudah mengetahui bagaimana sistem perbankan syariah itu sendiri, akan semakin berkeinginan mengambil keputusan untuk memilih menabung di bank syariah. Dalam hal ini peneliti ingin mengetahui faktor apa yang membuat nasabah sehingga memilih bank syariah sebagai tempat menyimpan dananya. Faktor-faktor tersebut diantaranya yaitu faktor produk tabungan bank syariah, religiusitas, dan sistem bagi hasil. Maka dari itu peneliti tertarik meneliti permasalahan ini dikarenakan untuk mengetahui faktor apa yang membuat nasabah ingin menabung.

b. Alasan subjektif

Untuk mendapatkan data sebagai bahan utama penyusunan skripsi guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S1) dibidang FEBI (Fakultas Ekonomi dan Bisnis). Kemudian agar menambah pengetahuan mengenai tiga faktor yaitu, pengaruh produk, religiusitas, dan bagi hasil terhadap keputusan nasabah menabung pada bank syariah di Kota Palopo.



### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian adalah:

- a. Apakah Produk Berpengaruh Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Bank Syariah di Kota Palopo
- b. Apakah Religiusitas Berpengaruh Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Bank Syariah di Kota Palopo
- c. Apakah Sistem Bagi Hasil Berpengaruh Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Bank Syariah di Kota Palopo
- d. Apakah Produk, Religiusitas, dan Sistem Bagi Hasil Berpengaruh Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Bank Syariah di Kota Palopo

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang diuraikan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk Mengetahui Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Bank Syariah di Kota Palopo
- b. Untuk Mengetahui Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Bank Syariah di Kota Palopo
- c. Untuk Mengetahui Pengaruh Sistem Bagi Hasil Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Bank Syariah di Kota Palopo
- d. Untuk Mengetahui Pengaruh Produk, Religiusitas, dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Bank Syariah di Kota Palopo

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan harapan akan dapat memberikan manfaat, baik manfaat teoritis, praktis maupun manfaat kebijakan:

a. Manfaat Teoritis

Bagi penulis dengan adanya penelitian ini berharap semoga dapat meningkatkan pengetahuan dalam bidang hukum Islam dan menjadi bahan referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang tentu lebih mendalam, mengenai permasalahan dalam hal perbankan syariah.

b. Manfaat Praktis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi wacana baru sekaligus memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai perbankan syariah.

c. Manfaat Kebijakan

Dengan adanya penelitian ini diharapkan hasil penelitian ini bisa dijadikan informasi dan masukan sumbangan pemikiran bagi dunia perbankan syariah.

### **1.6 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian**

Pembatasan masalah dilakukan agar penelitian bisa terfokus pada pokok permasalahan yang ada beserta pembahasannya, diharapkan penelitian ini tidak akan menyimpang dari tujuan yang ditetapkan. Oleh karena itu, peneliti membatasi penelitian ini pada:

1. Penelitian ini hanya berhubungan dengan nasabah pada bank syariah.
2. Penelitian ini hanya dilakukan pada perbankan syariah di Kota Palopo.

## **1.7 Sistematika Penulisan**

Penulisan skripsi dibagi dalam lima bab dengan gambaran sebagai berikut :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup, batasan penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi tentang teori umum yang relevan dengan permasalahan penelitian.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi tentang penjelasan mengenai desain penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, metode analisis data dan definisi operasional.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi gambaran umum penelitian yang dilakukan dan pembahasan dari data yang diperoleh.

### **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan dari penelitian, keterbatasan penelitian dan saran untuk penelitian selanjutnya.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Teori Perilaku Konsumen**

Pengertian perilaku konsumen menurut Ujang Sumarwan (2002) adalah semua kegiatan tindakan-tindakan, serta proses psikologi yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk/jasa setelah melakukan hal-hal diatas atau kegiatan mengevaluasi. Schiffman dan Kanuk (1994) yang berpendapat bahwa perilaku konsumen adalah mengemukakan bahwa studi perilaku konsumen adalah suatu studi mengenai bagaimana seorang individu membuat keputusan untuk mengalokasikan sumber daya yang tersedia seperti (waktu, usaha, uang dan energi). Menurut Engel, Blackwell dan Miniard (1993) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk/jasa termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan. Berdasarkan beberapa pengertian dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen berkaitan dengan proses pengambilan keputusan untuk menggunakan barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhannya.

Pada dasarnya perilaku konsumen secara umum dibagi menjadi 2 yaitu perilaku konsumen yang bersifat rasional dan irasional, yang dimaksud dengan perilaku konsumen yang bersifat rasional adalah tindakan perilaku konsumen dalam pembelian suatu barang dan jasa yang mengedepankan aspek-aspek konsumen secara umum, yaitu seperti tindakan kebutuhan mendesak, kebutuhan utama serta daya guna produk itu sendiri terhadap konsumen pembelian.

Sedangkan perilaku konsumen yang bersifat irasional adalah perilaku konsumen yang mudah terbujuk oleh iming-iming diskon atau marketing dari suatu produk tanpa mengedepankan aspek kebutuhan atau kepentingan.

### **2.1.1 Keputusan Konsumen**

Menurut Schiffman dan Kanuk (1994) Keputusan pembelian adalah pilihan alternatif harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan. Keputusan pembelian mempengaruhi pengenalan konsumen terhadap kebutuhan atas produk yang didapat dari sumber informasi. Proses pengambilan keputusan konsumen dapat dipandang sebagai tiga yang berbeda namun berhubungan satu sama lain.

Tiga tahap tersebut adalah tahap masukan, tahap proses dan tahap keluaran. Tahap masukan mempengaruhi pengenalan konsumen dalam suatu produk (Kualitas produk, harga, dan citra merek). Tahap proses adalah ketika konsumen fokus dalam pengambilan keputusan pembelian yang dipengaruhi oleh faktor-faktor psikologi (motivasi, persepsi, pengetahuan, kepribadian, sikap, dan pengalaman). Tahap keluaran adalah ketika konsumen telah melakukan proses pengambilan keputusan yaitu pembelian dan evaluasi setelah melakukan pembelian suatu produk.

### **2.1.2 Proses Pembentukan Perilaku Konsumen**

Perilaku konsumen dilakukan berdasarkan suatu proses sebelum dan sesudah seorang konsumen melakukan proses pembelian suatu barang maupun jasa. Dalam perilaku konsumen tersebut seorang pembeli akan melakukan penilaian yang kemudian pada akhirnya akan mempengaruhi proses pengambilan keputusan

seorang konsumen. Berikut beberapa tahapan pengambilan keputusan seorang konsumen:

a. Pengenalan Masalah

Biasanya seorang konsumen melakukan pembelian atas dasar kebutuhan atau untuk menyelesaikan keperluan, masalah dan kepentingan yang dihadapi. Jika tidak ada pengenalan masalah terlebih dahulu, maka konsumen juga tidak akan tahu produk mana yang harus dibeli.

b. Pencarian Informasi

Setelah mengetahui permasalahan yang dialami, maka pada saat itu seorang konsumen akan aktif mencari tahu tentang bagaimana cara penyelesaian masalahnya tersebut. Dalam mencari sumber atau informasi, seseorang dapat melakukannya dari diri sendiri maupun dari orang lain.

c. Mengevaluasi Alternatif

Setelah konsumen mendapat berbagai macam informasi yang dibutuhkan dalam pengambilan keputusan, maka hal selanjutnya yang dilakukan oleh konsumen tersebut adalah mengevaluasi segala alternatif keputusan maupun informasi yang diperoleh.

d. Keputusan Pembelian

Proses selanjutnya setelah melakukan evaluasi pada alternatif keputusan yang ada adalah konsumen tersebut akan melalui proses yang disebut dengan keputusan pembelian.

## 2.2 Konsep Bank

### 2.2.1 Pengertian Bank Syariah

Bank dari kata *banque* dalam bahasa Prancis, dan dari *banco* dalam bahasa Italia, yang berarti peti/lemari atau bangku. Untuk menyimpan benda-benda berharga yaitu tempat peti atau lemari seperti uang dan peti emas dan sebagainya. Dalam Al-Quran *eksplisit* tidak disebutkan dalam istilah bank. Tetapi yang disebutkan jelas yaitu memiliki unsur seperti manajemen, struktur dan fungsi hak dan kewajiban disebutkan dengan jelas, seperti *bai* (jual beli), *ghanimah* (rampasan), *zakat*, dan *dyan* (utang) dan sebagainya (Nuhung, (2014).

Menurut UU Nomor 10 Tahun 1998 bank syariah merupakan bank yang kegiatan usahanya berdasarkan dengan prinsip syariah dan dalam kegiatannya memberikan jasa lalu lintas pembayaran (Lestari, 2015). Selanjutnya bank syariah yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan dengan sistem syariah atau hukum syariah yang telah diatur oleh Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) seperti dengan prinsip keadilan serta keseimbangan (*'adl wa tawazun*), *universalisme*, *masalahah*, dan tidak mengandung *riba*, *zalim*, *gharar*. Kegiatan usahanya hanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) menurut pasal 1 ayat (7) UU No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah.

Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) melalui Fatwa No 1 tahun 2004 menjelaskan tentang bunga yang dimana bunga bank konvensional salah satu hukumnya haram yaitu *riba*. Pada fatwa tersebut dijelaskan bahwa umat muslim tidak diperbolehkan bertransaksi dengan berdasarkan bunga apabila LKS tersebut

dapat dijangkau dan diperbolehkan diwilayah apapun atau kota manapun tidak sulit menjangkau lembaga yang sesuai dengan syariah (Khoirul, 2019).

### 2.2.2 Perbedaan Sistem Bunga dan Bagi Hasil

**Tabel 2.1**  
Perbedaan Sistem Bunga dan Bagi Hasil

<b>Hal</b>	<b>Sistem bunga</b>	<b>Bagi hasil</b>
Penentuan imbalan besar	Sebelum	Sesudah usaha, ketika mempunyai keuntungan
Sistem imbalan	Bunga, besarnya nilai rupiah	Proporsi pembagian keuntungan misal, 60:40, 70:30
Kerugian	Ditanggung nasabah	Ditanggung dua pihak, nasabah dan lembaga
Perhitungan imbalan	Dari jumlah pembiyaan	Dari hasil keuntungan
Titik perhatian usaha/proyek	Pasti menguntungkan pihak bank	Keberhasilan dan kerugian secara bersama
Kondisi imbalan	Pasti dari (%) jumlah pinjaman	Proporsi (%) dari jumlah untung yang usaha yang tidak pasti
Status hukum	Berlawanan dengan Q.S lukman 34	Sesuai prinsip islam Q.S lukman 34

Sumber : M. Syafe'I Antonio (2001)

### 2.2.3 Prinsip-Prinsip Bank Syariah

Menurut Wirdyaningsi et al. (2005) beberapa prinsip atau hukum yang dianut oleh sistem perbankan syariah, antara lain:

1. Menjauhkan diri dari adanya unsur riba
  - a. Menghindari penggunaan hasil usaha, seperti bunga pinjaman yang dilkauan oleh bank konvensional dan penetapan bunga simpanan.
  - b. Menghindari penggunaan sistem persentase yang mengandung unsur melipatgandakan terhadap imbalan atau biaya utang secara otomatis karena berjalannya waktu.



- c. Menghindari penggunaan sistem yang memperoleh kelebihan baik secara kuantitas maupun kualitas yaitu sistem perdagangan barang ribawi seperti barang yang sejenisnya sama seperti uang rupiah.
  - d. Menghindari penggunaan sistem yang dimana sistem tersebut menetapkan utang dimuka yang secara sukarela seperti bank konvensional pada penetapan bunga.
2. Menerapkan prinsip sistem bagi hasil dan jual beli
- a. Investasi bagi penyimpanan dana yang berarti untuk memperoleh hak bagi hasil pada bank tersebut agar nasabah yang menyimpan dananya seperti (tabungan *mudharabah* atau simpanan *mudharabah*) yang dianggap sebagai penyedia dana (*rabbul mal*) yang tidak pasti besar kecilnya hasil usaha.
  - b. Pembiayaan investasi yaitu pembiayaan yang suatu usahanya tidak berbentuk saham seperti (*al-mudharabah*) atau (*al-musyarakah*). Untuk memperoleh bagi hasil dari usaha itu harus sesuai dengan kesepakatan penuh jadi ketika kontraknya habis bank masih tetap mendapat bagi hasil.

### **2.3 Produk**

Menurut Almosawi (1998) produk merupakan kebutuhan dan keinginan yang dapat memuaskan semua orang yang ditawarkan ke pasar untuk menarik perhatian, pengguna, atau akuisi. Agar produk yang dibuat laku dipasaran, bank harus memperhatikan tingkat kualitasnya maka produk harus sesuai dengan kebutuhan nasabah. Artinya produk yang berkualitas tinggi pasti memiliki nilai

yang baik dibanding dengan produk pesaing, sehingga dapat mempertahankan nasabah yang sudah ada dan menarik minat nasabah yang baru.

Menurut Wirdyaningsi et al. (2005) diantara produk yang ditawarkan oleh bank syariah kepada masyarakat pengguna jasa perbankan syariah adalah:

- a. Produk *funding* (penghimpunan dana) yang meliputi:
  1. *Al-wadi'ah* (simpanan) atau yang dikenal dengan nama penitipan barang/uang dengan pihak yang diberi tujuan untuk menjaga dengan diberi kepercayaan agar keutuhan barang/uang aman.
  2. *Al-mudharabah* yaitu untuk memperoleh keuntungan atau pendapatan dengan akad antara pihak pemilik modal dengan pengelola. Pendapatan atau keuntungan tersebut dibagi berdasarkan nisbah yang telah disepakati di awal akad.

Jenis-jenis *mudharabah*

- a) *Mudharabah muhlaqah* merupakan kerja sama antara pihak pertama dan pihak lain yang cakupannya lebih luas.
  - b) *Mudharabah muqayyadah* merupakan kebalikan dari *mudharabah muhlaqah* dimana usaha dan daerah bisnis dibatasi oleh pihak lain dengan waktu spesifikasi
3. *Deposito mudharabah* yaitu nasabah yang menyimpan dananya di bank dalam kurun waktu yang ditentukan. Keuntungan dari penanaman modal terhadap dana nasabah yang dilakukan oleh bank akan dibagikan antara bank dan nasabah dengan nisbah bagi hasil tertentu.

b. Produk *financing* (penyaluran dana/pembiayaan) yang meliputi:

1. *Murabahah* yaitu untuk membeli suatu barang dengan berkewajiban mengembalikan talangan dana tersebut, yang dimana seluruhnya ditambah margin keuntungan pada jatuh tempo. Bank dapat memperoleh margin keuntungan berupa pemasok dengan harga jual beli dari bank kepada nasabah.
2. *Baiu bithaman ajil* adalah kebutuhan nasabah yang berupa talangan dana untuk membeli suatu barang yang berkewajiban mengembalikan talangan tersebut secara mencicil ditambah margin keuntungan bank dengan kesepakatan sampai lunas dengan jangka waktu tertentu. Bank dapat memperoleh margin keuntungannya dengan harga jual bank kepada nasabah berupa selisih harga beli.
3. *Salam* adalah kebutuhan nasabah yang berupa talangan dana untuk membeli barang sebelum barang/jasa diantarkan dengan pembayaran dimuka. Nasabah harus berkewajiban mengembalikan talangan dana tersebut dengan mencicil sampai lunas sesuai dengan kesepakatan ditambah margin keuntungan bank.
4. *Bai Istishna* adalah kebutuhan nasabah yang berupa talangan dana untuk membeli barang sebelum barang/jasa yang pembayarannya dimuka dengan tangguh bayar atau dicicil. Sesuai dengan kesepakatan nasabah wajib kembalikan talangan dana dalam jangka waktu tertentu secara mencicil dengan margin keuntungan bank

c. Produk pelengkap yang meliputi:

1. *Al-wakalah* artinya pemberian mandat dari pihak lain kepada satu pihak. Mandat tersebut dilakukan dengan yang disepakati harus dilakukan oleh sipemberi mandat.
2. *Al-kafalah* artinya untuk memenuhi kewajiban pihak kedua yang ditanggung akan diberikan jaminan kepada pihak ketiga.
3. *Al-hiwalah* artinya pengalihan utang dari orang yang berutang kepada orang lain yang wajib menanggungnya. Atau dengan kata pemidahan beban utang dari satu pihak ke pihak yang lain.

## **2.4 Religiusitas**

### **2.4.1 Pengertian Religiusitas**

Menurut Almosawi (2001) yang mengemukakan bahwa keputusan nasabah dalam memilih bank syariah lebih didorong oleh faktor keagamaan. Agama merupakan adanya keyakinan, nilai, dan perilaku, yang disimpulkan bahwa religiusitas merupakan perenungan, pengalaman, kepercayaan, dan keyakinan terhadap suatu Agama dalam kehidupan sehari-hari dengan kekuatan tertinggi yang ada didunia dan akhirat.

### **2.4.2 Dimensi-dimensi Religiusitas**

Dimensi religiusitas terdiri dari lima macam, yaitu:

a. Dimensi ideologis/keyakinan:

Keyakinan orang dengan religius akan berpegang teguh dan mengakui kebenarannya. Setiap Agama menerapkan seperangkat kepercayaan. Diharapkan akan taat sebagai para penganut. Demikian walaupun ruang lingkup keyakinan

bervariasi diantara Agama, akan tetapi sering kali juga ditradisi-tradisi Agama yang sama.

b. Dimensi ritualistik/praktik:

Dimensi ini mencakup ketaatan, perilaku pemujaan, dan hal lain yang orang lakukan untuk menunjukkan komitmen terhadap Agama yang dianutnya

Praktik-praktik keagamaan ini terdiri atas dua kelas penting, yaitu:

- 1) Ritual: Mengacu seperangkat ritual, para pemeluk yang melaksanakan tindakan keagamaan dan praktek yang diharapkan. contoh: yang beragama Islam, apakah membayar *zakat*, puasa dan sholat. sedangkan yang beragama kristen, apakah hari minggu datang kegereja.
- 2) Ketaatan: Ikan dan air bagaikan ritual yang meskipun ada perbedaannya. Perangkat tindakan dikenal juga oleh semua Agama, seperti persembahan yang relative spontan, khas pribadi dan informal.

c. Dimensi eksperensial/pengalaman:

Dimensi ini berkaitan dengan pengalaman keagamaan, perasaan-perasaan, persepsi-persepsi, dan sensasi-sensasi yang dialami seseorang atau didefinisikan untuk suatu kelompok keagamaan atau suatu masyarakat yang melihat komunitas walaupun kecil, dalam suatu esensi ketuhanan yaitu dengan Tuhan, kenyataan terakhir, dengan otoritas *transcendental*.

d. Dimensi intelektual/pengetahuan:

Dimensi ini mengacu pada kitab suci, tradisi-tradisi, religiusitas, dan dasar-dasar keyakinan orang yang Agamanya paling tidak memiliki minimal sejumlah pengetahuan. Lebih jauh, seseorang dapat memahami Agama-Nya, berkeyakinan

bahwa kuat tanpa benar dan kepercayaan bisa kuat atas dasar pengetahuan yang amat sedikit.

e. Dimensi konsekuensi:

Dimensi ini mengacu kepada identifikasi akibat keyakinan beragama, praktik, pengalaman dan pengetahuan seseorang dari hari ke hari. Terkait dengan tabungan, dalam menjalankan praktek bisnis pengusaha yang memiliki keagamaan yang tinggi tentang ajaran-ajaran Agamanya tentu akan cenderung berpaling dengan hal baik. Namun yang dihadapkan yaitu ketentuan ajaran Agama yang melarang riba, maka pengusaha yang religiusitasnya tinggi akan memperkuat sikap positif terhadap tabungan lembaga keuangan syariah.

## 2.5 Sistem Bagi Hasil

### 2.5.1 Pengertian Bagi Hasil

Menurut Antonio (2001), bagi hasil merupakan sistem pengolahan dana yakni pembagaian hasil usaha dalam perekonomian Islam antara pemilik modal (*shahibul maal*) dan pengelola (*mudharib*). Sistem bagi hasil yaitu salah satu praktik perbankan syariah, yang dimana keuntungan yang dibagikan harus dibagi secara proporsional antara pemilik modal dan pengelola. Sebagaimana firman Allah SWT dalam:

Ayat Q.S : An-Nisaa : 29

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا ءَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ اِلَّا اَنْ  
تَكُوْنَ بَجْرَةً عَنْ تَرَاحٍ بَيْنَكُمْ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ  
رَءِيْمًا ﴿٢٩﴾

*Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (An-Nisaa : 29)*

Hal – hal yang menjadi indikator bagi hasil sebagai berikut:

a. Persentase

Nisbah keuntungannya didasarkan dalam bentuk persentase yaitu kedua belah pihak, tidak dinyatakan dalam bentuk nominal rupiah. Nisbah keuntungannya ialah 50:50%, 55:45%, 60:40% dan 70:30%. Jadi bukan berdasarkan porsi setoran modal tetapi berdasarkan kesepakatan.

b. Bagi Untung dan Bagi Rugi

Dalam kontrak ini, kinerja rillnya tergantung kepada *return* dan *timing cash flow*. Bila laba bisnisnya itu besar, maka keduanya mendapat bagian yang besar. Bila mendapat bagian yng kecil maka laba bisnisnya juga kecil. Penjelasan ini hanya bisa berjalan apa bila nisbah labanya ditentukan dalam bentuk persentase, bukan bentuk nominal rupiah.

c. Jaminan

Ketentuan kerugian yang terjadi hanya murni dilakukan oleh resiko bisnis (*business risk*), bukan karena karakter resiko yang buruk. Akan tetapi bila kerugian karena karakter yang buruk, misalnya karena pengelola lalai dan persyaratan-persyaratan kontrak dilanggar, maka pemilik modal tidak lagi menanggung kerugian tersebut. Sedangkan untuk karakter resiko, pengelola akan menjadi wakil dari pemilik modal, sehingga wajib berlaku *amanah*.

#### d. Menentukan Besarnya Nisbah Keuntungan

Besarnya nisbah ditentukan oleh masing-masing pihak yang berkontrak berdasarkan kesepakatan. Antara pemilik modal dan pengelola dengan angka yang besaran nisbah ini muncul sebagai hasil tawar menawar. Dengan demikian angka nisbah ini yaitu, 50:50, 60:40, 70:30, 80:20 bahkan 99:1. Namun ahli fiqih sepakat nisbah 100:0 tidak diberlakukan. Diperbankan modern dalam praktiknya, tawar menawar nisbah dengan jumlah besar memiliki daya tawar yang relatif tinggi. Sedangkan deposan kecil tidak terjadi tawar menawar. Setelah itu deposan boleh setuju atau tidaknya bank syariah mencantumkan nisbah yang ditawarkan. Bila ada yang tidak setuju maka dipersilahkan mencari bank syariaah yang menawarkan nisbah yang lebih menarik lagi.

#### 2.5.2 Faktor- faktor yang mempengaruhi bagi hasil

Kontrak bagi hasil mudharabah sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor langsung maupun tidak langsung. Hal ini perlu dipahami lagi bahwa semua pihak diharapkan tidak mengecewakan dari hasil investasi.. Menurut Ridwan (2004) faktor-faktor yang mempengaruhi bagi hasil ada dua yaitu:

##### a. Faktor Langsung

Faktor langsung yang dapat mempengaruhi bagi hasil adalah:

1. *Investmen rate* (tingkat investasi), merupakan persentase aktual yang dapat diinvestasikan oelh total dana yang dihimpun.
2. Jumlah dana yang tersedia untuk diinvestasikan
3. Nisbah (*profit sharing rate*) merupakan proporsi pembagian hasil usaha.
  - a. Nisbah ditetapkan diawal perjanjian atau akad.



- b. Nisbah satu bank syariah dengan bank syariah yang lain dapat berbeda, begitu juga antara debitur yang satu dengan yang lain.
- c. Nisbah juga dapat berbeda dari satu produk dengan produk lain.
- d. Nisbah juga dapat berbeda antara deposito dalam jangka waktu yang berbeda.

b. Faktor Tidak Langsung

Faktor tidak langsung yaitu dapat mempengaruhi tingkat bagi hasil meliputi penentuan butir pendapatan dan biaya serta kebijakan akuntansi.

1. Penentuan biaya dan pendapatan

*Shahibul maal* dan *mudharib* akan melakukan *share* baik dalam pendapatan maupun biaya. Jika semua biaya ditanggung bank maka hal ini disebut *revenue sharing*.

2. Kebijakan akuntansi

Bagi hasil akan dibagikan sesuai dengan kebijakan akuntansinya. Karena pengakuan pendapatan dan biaya sesuai dengan periode akuntansi.

## 2.6 Keputusan Nasabah Menabung

Keputusan adalah pemilihan diantara alternatif-alternatif yang mengandung tiga pengertian yaitu: ada pilihan atas dasar logika atau pertimbangan, ada tujuan yang ingin dicapai dan keputusan yang diambil semakin mendekati tujuan tersebut, yang menjadi alasan masyarakat untuk mau berhubungan dan menjadi nasabah bank syariah adalah alasan keagamaan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menabung dibank syariah yaitu dengan cara strategi pemasarann produk yang inovatif, promosi, harga,

pelayanan pegawai, tempat dan bentuk kantor bank syariah itu sendiri. Strategi pemasaran dapat mempengaruhi masyarakat untuk mau berhubungan dengan bank syariah.

Proses pengambilan keputusan kedalam tiga jenis yaitu:

- a. Proses pengambilan keputusan yang lengkap merupakan jenis pengambilan yang luas, pembelian beberapa produk adalah pengalaman masalah konsumen yang dapat dipecahkan.
- b. Proses pengambilan keputusan terbatas terjadi apabila konsumen mengenal masalahnya, kemudian konsumen mengevaluasi beberapa alternatif merek produk yang berdasarkan pengetahuan yang dimiliki serta berusaha melakukan sedikit usaha untuk mencari informasi produk tersebut. Ini biasanya hanya berlaku pada pembelian produk yang kurang penting atau yang bersifat rutin.
- c. Proses pengambilan keputusan yang bersifat kebiasaan merupakan proses yang paling sederhana, yaitu konsumen harus lebih mengutamakan mengenal masalahnya lebih dulu kemudian langsung mengambil keputusan untuk membeli merek kegemarannya tanpa menilai terlebih dahulu.

Pengambilan keputusan tidak hanya berakhir pada sebuah proses terjadinya transaksi pembelian. Akan tetapi pembelian keputusan yang luas diikuti dengan tahap perilaku. Dalam tahap ini tingkat kepuasan dan ketidakpuasan konsumen akan merasakan perilaku akan mempengaruhi berikutnya. Kalau konsumen tersebut merasa puas maka akan diperlihatkan peluang yang besar dengan

melakukan pembelian ulang dan membeli produk lain di perusahaan yang akan datang.

## 2.7 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah upaya peneliti untuk mencari perbandingan dan selanjutnya untuk menemukan inspirasi baru untuk penelitian selanjutnya.

Terdapat penelitian terdahulu yaitu sebagai berikut.

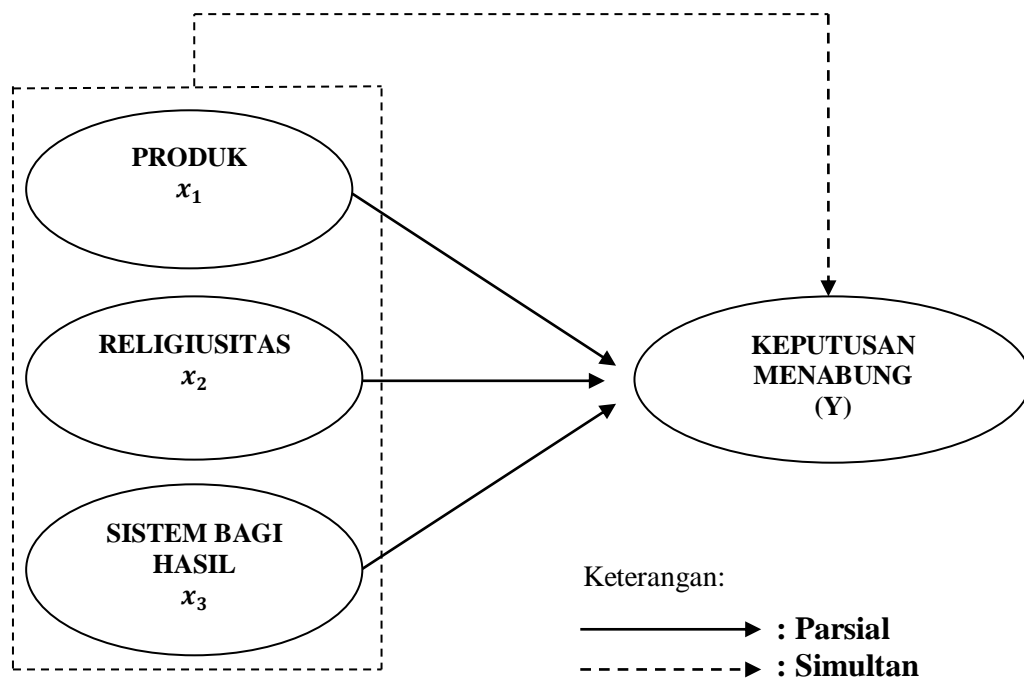
**Tabel 2.2**  
Penelitian terdahulu

No	Nama, Judul dan Tahun Penelitian	Variabel dan metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	<i>The Influence of Marketing Mix (Product, Price, Place, and Promotion) and Service on Customer's Decision of Using BSM Saving Products</i> (Yusuffia Nur Azizah Istiqomah, 2015)	Independen: <i>Product, Price, Place, Promotion and Service</i>  Dependen: <i>Customer's Decision of Using BSM Saving Products</i> ( Regresi Linear Berganda)	<i>Promotion variables are variables that influence the decision to use BSM Savings Bank Syariah Mandiri branch office Kaliurang. Meanwhile, four other independent variables (product, price, place, and service) do not affect the decision to use BSM Savings Bank Syariah Mandiri branch office Kaliurang</i>
2.	<i>The Influence Of Marketing Mix On Decisions To Be A Islamic Banking Customer In Cianjur Regency</i> (Husaeni, 2018)	Independen: <i>product, price, place, and promotion</i>  Dependen: <i>decision to become a customer of Islamic banking</i> ( Regresi Linear Berganda)	<i>The result of the research, simultan eously shows that product, price, place, and promotion have significant effect to the decision to become Islamic banking customer, while the rest is explained by other factors not included in this research</i>
3.	Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Citra Perusahaan dan Sistem	Independen: religiusitas, kepercayaan, citra	Variabel religiusitas, kepercayaan , citra perusahaan dan sistem bagi

	Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah Menabung dan Loyalitas di Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Gresik) (Khotimah, 2018)	perusahaan dan sistem bagi hasil  Dependen: Minat Nasabah Menabung dan Loyalitas di Bank Syariah Mandiri ( Regresi Linear Berganda)	hasil berpengaruh terhadap minat nasabah menabung dan religiusitas, kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas sedangkan citra dan sistem bagi hasil tidak berpengaruh di Bank Syariah Mandiri.
4.	Pengaruh Prinsip Bagi Hasil, Tingkat Pendapatan, Religiusitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Syariah di Banda Aceh (Maisur et al., 2015)	Independen: prinsip bagi hasil, tingkat pendapatan, religiusitas dan kualitas pelayanan  Dependen: keputusan menabung pada bank syariah ( Regresi Linear Berganda)	Variabel prinsip bagi hasil, religiusitas, tingkat pendapatan berpengaruh terhadap keputusan menabung nasabah sedangkan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan menabung nasabah pada bank syariah,
5.	Penerapan Prinsip Bagi Hasil dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Nasabah Menabung pada Bank Muamalat Kantor Cabang Madiun (Novita Erliana Sari, Nik Amah, 2017)	Independen: prinsip bagi hasil  Dependen: keputusan menabung pada bank Muamalat (Regresi Linear Berganda)	Variabel prinsip bagi hasil berpengaruh terhadap keputusan menabung pada Bank Muamalat Cabang Madiun.

## 2.8 Kerangka Konseptual

Dalam konteks penelitian ini, aspek-aspek yang diukur dari keputusan nasabah menabung di Bank Syariah di Kota Palopo ini meliputi: produk (X1), religiusitas (X2) dan bagi hasil (X3) terhadap keputusan nasabah menabung pada bank syariah.



**Gambar 2.1**  
Kerangka Konseptual

## 2.9 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara dari permasalahan yang menjadi objek penelitian dimana kebenarannya perlu diuji. Berdasarkan perumusan masalah diatas maka hipotesis yang dibuat penulis pada penelitian adalah:

- a. Pengaruh Produk Bank Syariah Terhadap Keputusan Nasabah Menabung

Produk bank syariah merupakan penggabungan penghimpunan dan penyaluran dana yang dilakukan oleh bank syariah. Adapun produk bank syariah dapat

meningkatkan jumlah nasabah dan memutuskan untuk menabung. Maka bank harus memperhatikan penciptaan produknya dan tingkat kualitas dengan keinginan nasabah agar produk yang dibuat laku dipasaran. Produk yang dapat menarik minat calon nasabah dan mempertahankan nasabah yang sudah ada berarti produk tersebut memiliki nilai yang baik dimata orang, serta memiliki nilai yang tinggi dibanding dengan produk pesaing.

(Abhimantra, et al., 2013), (Bagja Sumantri, 2014), dan (Lestari, 2015), menyimpulkan hasil bahwa produk bank syariah berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung. Dari uraian diatas menghasilkan hipotesis sebagai berikut:

1. Diduga Bahwa Produk Bank Syariah Berpengaruh Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Bank Syariah di Kota Palopo

b. Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Menabung

Religiusitas merupakan integrasi secara kompleks antara pengetahuan Agama, perasaan serta tindakan keagamaan dalam diri seseorang. Religiusitas menjadi motivator penting karena semakin tinggi religiusitas seseorang maka akan mendorong seseorang tersebut untuk menggunakan jasa perbankan syariah dan nasabah berkeinginan untuk menabung.

(Maisur et al., 2015), (Zuhirsyan & Nurlinda, 2018), dan (Wahyu Utami, Marijati Sangen, 2015) menyimpulkan hasil bahwa religiusitas berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung. Dari uraian diatas menghasilkan hipotesis sebagai berikut:

2. Diduga Bahwa Religiusitas Berpengaruh Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Bank Syariah di Kota Palopo

### c. Pengaruh Sistem Bagi Hasil Terhadap Keputusan Nasabah Menabung

Sistem bagi hasil merupakan salah satu praktik perbankan syariah yang di dalam usaha tersebut diperjanjikan adanya pembagian hasil atas keuntungan yang akan di dapat antara kedua belah pihak atau lebih. Keuntungannya dibagikan secara proporsional antara *shahibul maal* dan *mudharib*. Adapun bagi hasil yang secara positif dapat mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan jasa perbankan syariah, karena nasabah yakin makin tinggi nisbah bank bisa mengoptimalkan agar tidak merugikan nasabah serta makin besar keuntungannya.

(Khoirul, 2019), (Wirdayani Wahab, 2016), dan (Angriani & Hariadi, 2018) menyimpulkan bahwa sistem bagi hasil memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah menabung. Dari uraian diatas menghasilkan hipotesis sebagai berikut:

3. Diduga Bahwa Sistem Bagi Hasil Berpengaruh Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Bank Syariah di Kota Palopo

### d. Pengaruh Produk, Religiusitas, dan Sistem Bagi Hasil Terhadap Keputusan Nasabah Menabung

Produk bank syariah dapat menarik minat calon nasabah dan mempertahankan nasabah yang sudah ada dengan cara agar produk tersebut memiliki kualitas yang lebih baik serta memiliki nilai yang lebih tinggi dibanding produk pesaing. Adapun religiusitas, yaitu semakin tinggi pemahaman Agama seseorang akan semakin niat untuk menabung dibank syariah. Hal penting lainnya yaitu sistem bagi hasil yang dimana bank yang bisa menawarkan nisbah lebih tinggi akan lebih

diminati oleh nasabah. Nasabah akan lebih tertarik untuk menginvestasikan dananya di bank dengan bagi hasil tinggi dengan harapan *return* yang tinggi.

4. Diduga Bahwa Produk Bank Syariah, Religiusitas, dan Sistem Bagi Hasil Berpengaruh Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Bank Syariah di Kota Palopo.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Desain Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, yaitu menekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variabel-variabel dalam bentuk angka dan melakukan analisis dengan menggunakan alat statistik. Sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Instrumen yang berupa angket adalah teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan memberi seperangkat pernyataan yang berkaitan dengan penelitian secara tertulis untuk dijawab. Adapun skala likert merupakan skala untuk mengukur pendapat, sikap, dan persepsi seseorang. Dengan skala likert variabel diukur dan dijabarkan menjadi indikator. Kemudian indikator tersebut dijadikan titik tolak untuk menyusun item instrumen seperti pernyataan atau pertanyaan.

#### **3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di beberapa perbankan syariah di Kota Palopo, yaitu Bank BRI Syariah, Bank BNI Syariah, Bank Mandiri Syariah dan Bank Muamalat di Kota Palopo. Dengan waktu penelitian  $\pm 3$  (tiga) bulan setelah proposal disetujui dalam seminar.

### 3.3 Populasi dan Sampel

Populasi adalah seluruh kumpulan elemen yang dapat digunakan untuk membuat beberapa kesimpulan. Kesimpulan elemen tersebut pada hakekatnya merupakan objek dimana pengamatan akan dilakukan oleh peneliti, (Nuhung, 2014). Populasi dalam penelitian ini yaitu semua nasabah Bank Syariah Kota Palopo.

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2014). Responden dalam penelitian ini adalah nasabah bank syariah Kota Palopo. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *Accidental Sampling*. Menurut Sugiyono (2014) yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu nasabah yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

**Tabel 3.1**  
Pengumpulan Data Primer Penelitian

No	Keterangan	Jumlah Kuesioner	Presentase
1.	Distribusi kuesioner	120	120%
2.	Kuesioner cacat	20	20%
3.	Kuesioner yang dapat diolah	100	100%

Berdasarkan tabel 3.1 dapat dilihat bahwa distribusi kuesioner sebanyak 120 responden dan kuesioner yang cacat tau tidak dapat diolah sebanyak 20 responden dikarenakan 20 kuesioner tersebut banyak item-item pernyataan yang tidak diisi oleh responden, sehingga kuesioner yang dapat diolah dengan SPSS versi 24 yaitu sebanyak 100 responden.

### **3.4 Jenis dan Sumber Data**

#### 3.3.1 Jenis penelitian

Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian lapangan (*field research*). Dalam penelitian ini, peneliti langsung terjun langsung kelapangan untuk memperoleh data dari nasabah di Kota Palopo mengenai pengaruh produk, religiusitas, dan sistem bagi hasil terhadap keputusan nasabah menabung pada bank syariah. Penelitian lapangan atau dapat pula disebut sebagai penelitian *empiris*, yaitu penelitian yang data dan informasinya diperoleh dari kegiatan di kancah lapangan kerja penelitian.

#### 3.3.2 Sumber data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data penelitian yang dikumpulkan melalui metode angket, yaitu menyebarkan daftar pertanyaan atau pernyataan (kuesioner) yang diambil dari kuesioner penelitian yang akan diisi oleh nasabah bank syariah. Sedangkan data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari buku dan jurnal.

### **3.5 Metode Pengumpulan data**

#### 3.5.1 Kuesioner (angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah lembar angket atau kuesioner yang dilakukan dengan jalan mengedarkan suatu

daftar pertanyaan berupa formulir-formulir yang diajukan secara tertulis kepada sejumlah subjek untuk mendapatkan jawaban atau respons tertulis seperlunya.

### 3.5.2 Studi pustaka

Studi pustaka yaitu usaha untuk mendapatkan informasi dengan cara menelaah referensi yang sesuai dengan penelitian, seperti mengumpulkan dan mempelajari data-data yang berasal dari dokumen yang berhubungan dengan perusahaan yang diteliti. Peneliti mencari data dari berbagai buku serta jurnal ilmiah yang sesuai dengan bahasan penelitian untuk melengkapi data yang telah diperoleh dari lapangan.

## 3.6 Metode Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis kuantitatif, yaitu analisis data dalam bentuk angka atau kuantitatif yang diangkakan atau *scoring*. Skala pengukurannya menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur pendapat, sikap, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert ini variabel akan diukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak ukur untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Adapun skala pengukuran yang dipakai adalah berdasarkan keterangan dan informasi yang diberikan responden melalui angket (kuesioner) yang telah disebar dengan metode skor dengan bobot nilai (1) sangat tidak setuju, (2) tidak setuju, (3) ragu ragu, (4) setuju dan (5) sangat setuju.

Analisis yang digunakan terhadap data antara lain: Uji Validitas, uji Reabilitas, Uji analisis regresi linear berganda dan Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ), Uji t dan Uji F.

### 3.6.1 Uji Validitas dan Uji Reabilitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali 2013: 52). Adapun kriteria penilaian uji validitas dengan taraf signifikan ( $\alpha$ ) = 0,05, jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka kuesioner sebagai alat pengukur dikatakan valid atau ada korelasi yang nyata antara kedua variabel tersebut. Perhitungan uji validitas ini akan menjadi sederhana jika menggunakan alat bantu komputer dengan program SPSS (Bawono 2006 : 69).

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan uji statistik *Croanbach Alpha* ( $\alpha$ ). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan taraf signifikan ( $\alpha$ ) = 0,05 (Ghozali 2013: 47)

### 3.6.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel Produk ( $x_1$ ), Religiusitas ( $x_2$ ), dan Bagi Hasil ( $x_3$ )

secara bersama-sama terhadap variabel keputusan nasabah menabung (Y).

Dibawah ini adalah langkah-langkah yang harus dilakukan sebagai berikut:

Persamaan Regresi Linear Berganda:

$$Y = \alpha + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Nasabah

$x_2$  = Religiusitas

a = Konstanta *Interception*

$x_3$  = Sistem Bagi Hasil

b = Koefisien Regresi

e = error

$x_1$  = Produk

Dalam penelitian ini, variabel independen adalah produk (X1), religiusitas (X2), Sistem Bagi Hasil (X3). Sedangkan variabel dependen adalah keputusan nasabah (Y).

### 3.6.3 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ), Uji t dan Uji F

#### a. Uji koefisien determinasi (*Adjusted R-Square*)

Uji ini dilakukan untuk menunjukkan sejauh mana tingkat hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen, atau sejauh mana kontribusi variabel mempengaruhi variabel dependen. Analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase (%) pengaruh keseluruhan variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan melihat ( $R^2$ ) pada hasil analisis persamaan regresi yang diperoleh. Apabila angka koefisien determinasi ( $R^2$ ) semakin mendekati 1 berarti model regresi yang digunakan sudah semakin tepat sebagai model penduga terhadap variabel dependen (Bawono 2006: 92-93).

b. Uji t (Pengujian secara parsial)

Uji  $t_{test}$  digunakan untuk melihat tingkat signifikansi variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara individu atau sendiri-sendiri. Pengujian ini dilakukan secara parsial atau individu, dengan menggunakan uji t statistic untuk masing-masing variabel bebas, dengan tingkat kepercayaan tertentu (Bawono 2006: 89).

Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen digunakan tingkat signifikan 5% atau 0.05. Jika *probability* t lebih besar dari 0.05 maka tidak ada pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen (koefisien regresi tidak signifikan), sedangkan jika nilai *probability* t lebih kecil dari 0.05 maka terdapat pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen (koefisien signifikan) (Sugiyono, 2014).

c. Uji F

Uji F dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa jauh semua variabel X (produk, religiusitas, dan bagi hail) secara bersama-sama dapat mempengaruhi variabel Y (keputusan nasabah menabung) dengan taraf signifikansi sebesar ( $\alpha$ ) = 5% atau 0,05 (Bawono, 2006:91).

### 3.7 Definisi Operasional

**Tabel 3.2**  
Definisi Operasional

No	Variabel	Definisi	Indiator	Skala
1	Keputusan nasabah	Keputusan nasabah yaitu salah satu bentuk berpikir dan pertimbangan dalam memilih bank syariah di Kota Palopo	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengambilan keputusan yang luas</li> <li>2. Pengambilan keputusan terbatas</li> <li>3. Pengambilan keputusan yang bersifat kebiasaan</li> </ol>	Likert
2	Produk	Produk bank syariah merupakan produk yang dijual belikan dalam segala bentuk barang dan jasa	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Harga sesuai dengan kualitas produk</li> <li>2. Perbandingan harga produk dengan produk pesaing</li> <li>3. Harga yang relatif murah</li> </ol>	Likert
3	Religiusitas	Religiusitas adalah nilai-nilai pengetahuan Agama yang ada dalam diri seseorang	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dimensi ideologis (keyakinan)</li> <li>2. Dimensi ritualistik (praktik)</li> <li>3. Dimensi eksperensial (pengalaman)</li> <li>4. Dimensi intelektual (pengetahuan)</li> <li>5. Dimensi konsekuensi</li> </ol>	Likert
4	Sistem Bagi Hasil	Sistem Bagi hasil merupakan salah satu praktik perbankan syariah, yang keuntungannya dibagi secara proporsional antara <i>shahibul maal</i> dan <i>mudharib</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Persentase</li> <li>2. Bagi untung dan bagi rugi</li> <li>3. Jaminan</li> <li>4. Menentukan besarnya nisbah keuntungan</li> </ol>	Likert



## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Hasil Penelitian**

##### **4.1.1 Gambaran Umum Penelitian**

###### **a. Gambaran Umum Bank BRI Syariah Kota Palopo**

Bank BRI Syariah cukup mengalami perkembangan. Hal ini terbukti dengan banyaknya cabang BRI Syariah di berbagai daerah di Indonesia termasuk di Kota Palopo. Bank BRI Syariah untuk cabang Kota Palopo terletak di Jl. Andi Djemma No. 15 B. Bank BRI Syariah Kota Palopo di buka sejak tahun 2014 dan mulai beroperasi pada tanggal 6 Januari 2014. Sejak dibuka pada tahun 2014 Bank Syariah Cabang Palopo telah 4 kali mengalami pergantian pimpinan cabang. Pimpinan cabang pertama bernama Syamsuar Malik. Untuk tahun 2018 pimpinan cabang BRI Syariah Kota Palopo bernama Ramadhyan Noer Eka P.

###### **1. Visi dan Misi Bank BRI Syariah**

###### **a) Visi**

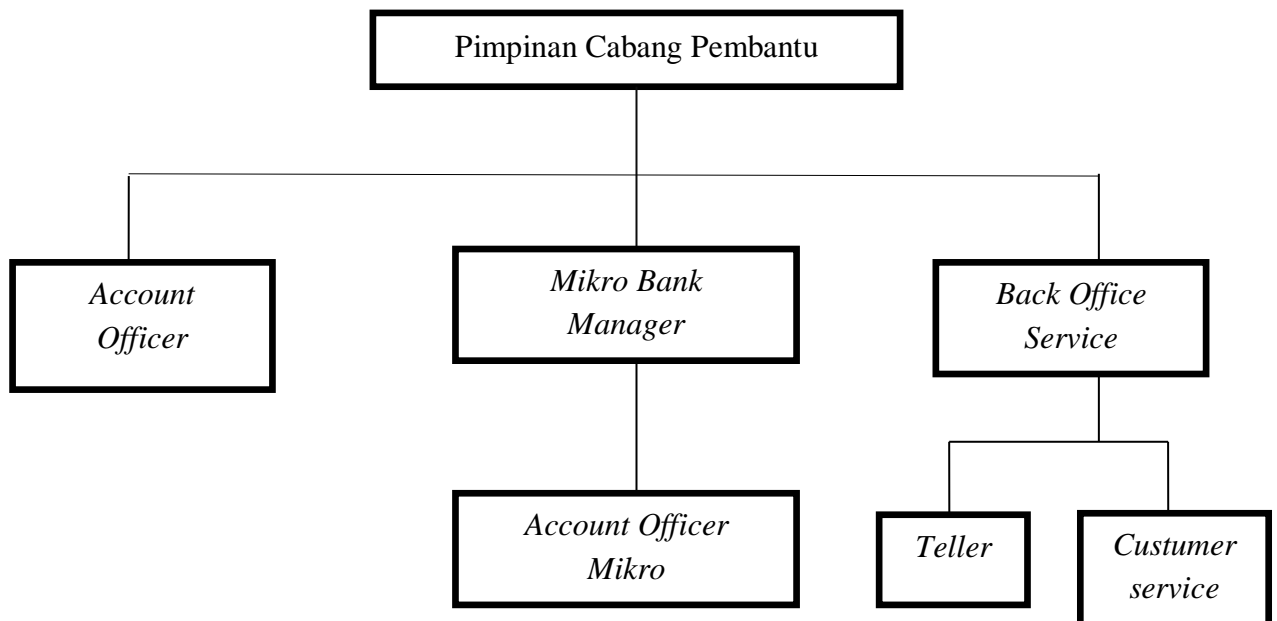
Menjadi bank ritel modern terkemuka dengan ragam layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna.

###### **b) Misi**

- 1) Memahami keragaman individu dan mengakomodasi beragam kebutuhan finansial nasabah.
- 2) Menyediakan produk dan layanan yang mengedepankan etika sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

- 3) Menyediakan akses ternyaman melalui berbagai sarana kapan pun dan dimana pun.
- 4) Memungkinkan setiap individu untuk meningkatkan kualitas hidup dan menghadirkan ketentraman pikiran.

## 2. Struktur Organisasi Bank BRI Syariah Cabang Palopo



**Gambar 4.1**  
Struktur Organisasi Bank BRI Syariah

### b. Gambaran Umum Bank BNI Syariah Kota Palopo

Perkembangan bank syariah mulai mengalami perkembangan yang sangat pesat, ditandai dengan munculnya berbagai bank syariah yang ada di Indonesia. Namun tidak semua bank tersebut berada di setiap kota, khususnya di Kota Palopo hanya ada beberapa bank syariah yang tersedia seperti PT. Bank BRI Syariah, PT. Bank BNI Syariah, PT. Bank Mandiri Syariah dan PT. Bank Muamalat. Bank BNI Syariah kantor cabang Kota Palopo berdiri sejak tanggal 14 Juli 2014. Di Kota

Palopo letak kantor cabang Kota Palopo di jalan Andi Djemma No. 150, Salekoe, Wara Timur Kota Palopo.

## 1. Visi dan Misi Bank BNI Syariah

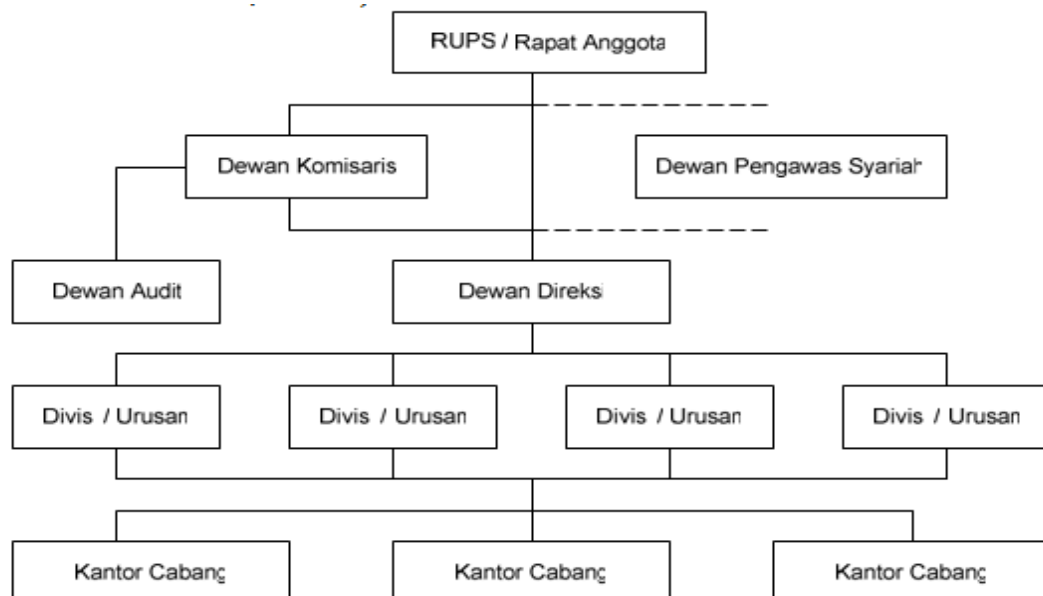
### a) Visi

“Menjadi bank syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja”

### b) Misi

- 1) Memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan peduli pada kelestarian lingkungan.
- 2) Memberikan solusi bagi masyarakat untuk kebutuhan jasa perbankan syariah.
- 3) Memberikan nilai investasi yang optimal bagi investor.
- 4) Menjadi acuan tata kelola perusahaan yang amanah.

## 2. Struktur Organisasi Bank BNI Syariah Cabang Palopo



**Gambar 4.2**  
Struktur Organisasi Bank BNI Syariah

### c. Gambaran Umum Bank Syariah Mandiri Kota Palopo

Nilai-nilai perusahaan yang menjunjung tinggi kemanusiaan dan integritas telah tertanam kuat pada segenap insan Bank Syariah Mandiri (BSM) sejak tahun 1999. Bank Mandiri Syariah tampil tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani, yang melandasi kegiatan operasionalnya. Harmoni antara idealisme usaha dan nilai-nilai rohani inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Mandiri dalam kiprahnya di perbankan Indonesia. PT Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Palopo berdiri sejak tanggal 5 Juli 2015. Di Kota Palopo terletak Jl. Andi Djemma No. 4, palopo.

#### 1. Visi dan Misi

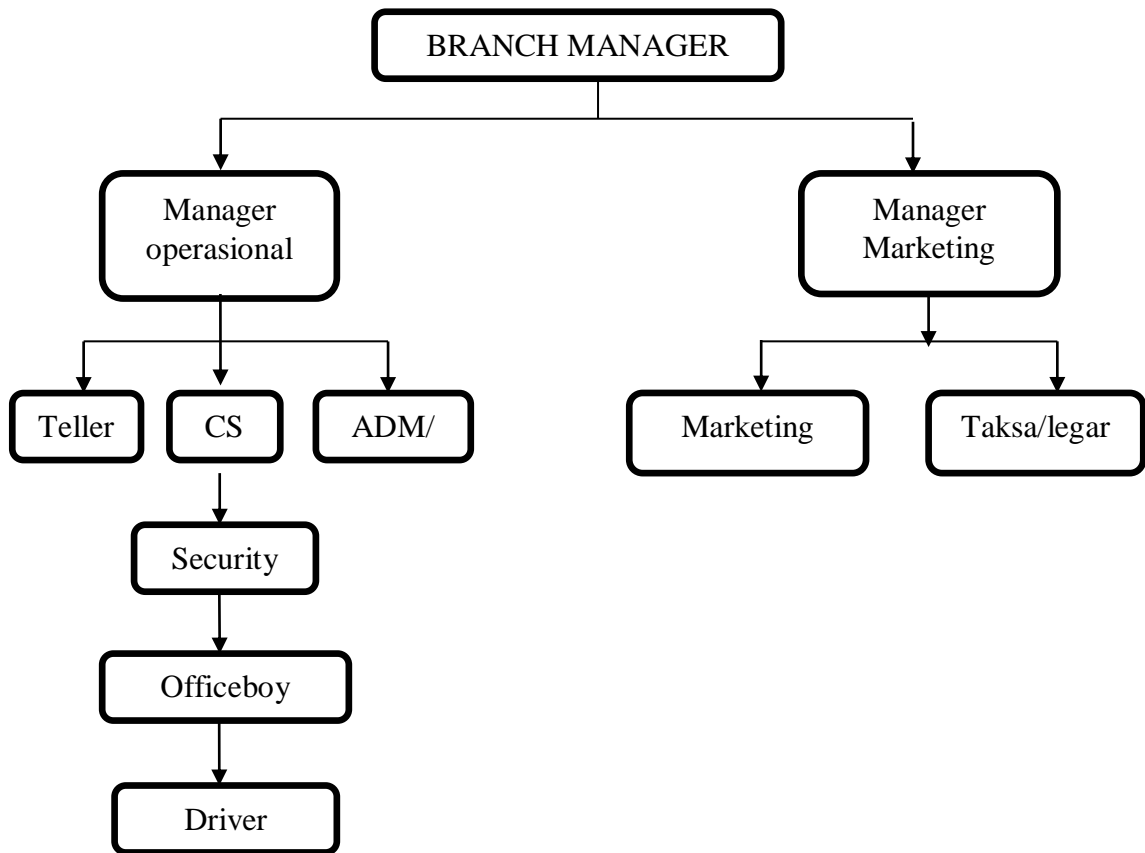
##### a) Visi

“Memimpin Pengembangan Peredaban Ekonomi yang Mulia”

##### b) Misi

- 1) Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan di atas rata-rata industri yang berkesinambungan.
- 2) Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen UMKM.
- 3) Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat.
- 4) Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.
- 5) Mengembangkan nilai-nilai syariah universal.

## 2. Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri Cabang Palopo



**Gambar 4.3**  
Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri

### d. Gambaran Umum Bank Muamalat Cabang Palopo

Bank Muamalat memulai perjalanannya sebagai bank syariah pertama di Indonesia pada 1 November 1991 atau 24 Rabi'us Tsani 1412. Bank Muamalat resmi beroperasi pada 1 Mei 1992 atau 27 Syawal 1412 H. Bank Muamalat Indonesia terus berinovasi dan mengeluarkan produk-produk keuangan seperti Asuransi Syariah (*Asuransi Takaful*), Dana Pensiun Lembaga Keuangan Muamalat (*DPLK Muamalat*) dan *Multifinance Syariah (Al-ijarah Indonesia Finance)* yang seluruhnya menjadi terobosan di Indonesia. Sejak tahun 2015 Bank Muamalat Indonesia bermetamorfosa untuk menjadi entitas yang semakin baik

dan meraih pertumbuhan jangka panjang. Dengan strategi bisnis yang terarah Bank Muamalat Indonesia akan terus melaju mewujudkan visi menjadi “*The Best Islamic Bank in Indonesia with Strong Regional Presence*”.

1. Visi dan Misi Bank Muamalat

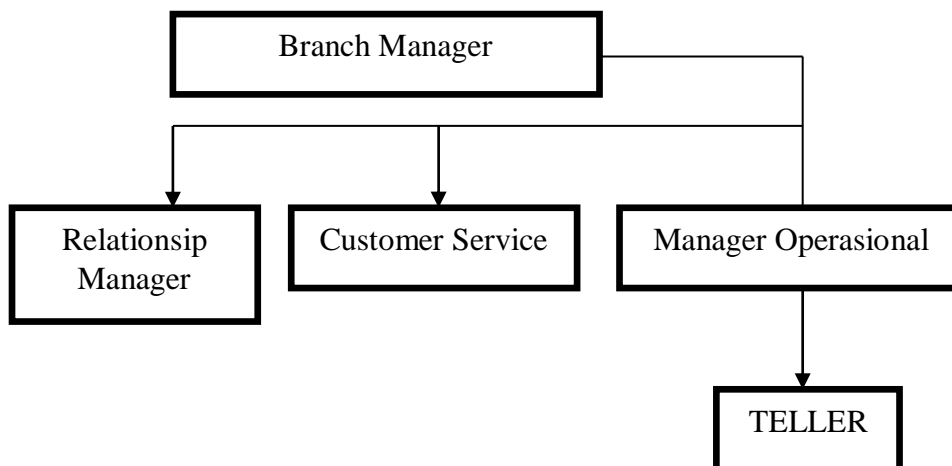
a) Visi

“Menjadi bank syariah terbaik dan termasuk dalam 10 besar bank di Indonesia dengan eksistensi yang diakui di tingkat regional”

b) Misi

Membangun lembaga keuangan syariah yang unggul dan berkesinambungan dengan penekanan pada semangat kewirausahaan berdasarkan prinsip kehati-hatian, keunggulan sumber daya manusia yang islami dan professional serta orientasi investasi yang inovatif.

2. Struktur Organisasi Bank Muamalat Cabang Palopo



**Gambar 4.4**  
Struktur Organisasi Bank Muamalat

#### 4.1.2 Analisis Karakteristik Responden

Setiap responden mempunyai karakteristik yang berbeda. Untuk itu perlu dilakukan pengelompokan dengan karakteristik tertentu. Adapun karakteristik yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir dan pekerjaan. Berikut ini hasil pengelompokan responden berdasarkan kuesioner yang telah disebar. Adapun data mengenai responden anggota Bank Syariah Cabang Palopo adalah sebagai berikut:

##### a. Karakteristik Jenis Kelamin Responden

**Tabel 4.1**  
Jenis Kelamin Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
laki-laki	39	39,0	39,0	39,0
Valid Perempuan	61	61,0	61,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data primer yang diolah SPSS versi 24, tahun 2020

Berdasarkan Tabel 4.1 dapat diketahui bahwa jumlah responden yang telah mengisi kuesioner berjumlah 100 orang, yang terdiri dari 39 orang berjenis kelamin laki-laki atau 39%, dan 61 orang berjenis kelamin perempuan atau 61%. Dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini di dominasi oleh perempuan.

b. Karakteristik Usia Responden

**Tabel 4.2**  
Usia Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<25 tahun	34	34,0	34,0	65,0
26-35 tahun	31	31,0	31,0	31,0
Valid 36-50 tahun	29	29,0	29,0	94,0
>50 tahun	6	6,0	6,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data primer yang diolah SPSS versi 24, tahun 2020

Berdasarkan Tabel 4.2 dapat diketahui bahwa dalam penelitian ini responden berusia <25 tahun sebanyak 34 orang atau 31%, selanjutnya responden yang berusia 26-35 tahun sebanyak 31 atau 34%, kemudian responden yang berusia 36-50 tahun sebanyak 29 orang atau 29%, dan responden yang berusia >50 tahun sebanyak 6 orang atau 6%. Dapat disimpulkan bahwa kebanyakan usia responden yang menabung dibank syariah yaitu usia < 25 tahun.

c. Karakteristik Pendidikan Terakhir Responden

**Tabel 4.3**  
Pendidikan Terakhir Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
SMA	43	43,0	43,0	43,0
D1/D2/D3	19	19,0	19,0	62,0
Valid S1	33	33,0	33,0	95,0
S2	5	5,0	5,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data primer yang diolah SPSS versi 24, tahun 2020

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat disimpulkan bahwa mayoritas pendidikan terakhir responden yaitu SMA sebanyak 43 orang atau 43%, selanjutnya



responden pendidikan terakhir yaitu S1 sebanyak 33 orang atau 33%, kemudian responden pendidikan terakhir yaitu D1/D2/D3 sebanyak 19 orang atau 19 %, dan responden yang terakhir yaitu S2 sebanyak 5 orang atau 5 %. Dapat disimpulkan bahwa pendidikan terakhir responden yg paling banyak yaitu SMA.

d. Karakteristik Pekerjaan Responden

**Tabel 4.4**  
Pekerjaan Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Mahasiswa	25	25,0	25,0	25,0
pegawai negeri	14	14,0	14,0	39,0
pegawai swasta	19	19,0	19,0	58,0
Wirausaha	18	18,0	18,0	76,0
Lainnya	24	24,0	24,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data primer yang diolah SPSS versi 24, tahun 2020

Berdasarkan Tabel 4.4 dapat diketahui bahwa dalam penelitian ini responden yang memiliki pekerjaan pegawai negeri sebanyak 14 orang atau 14%, selanjutnya pekerjaan responden yaitu pegawai swasta sebanyak 19 orang atau 19% serta pekerjaan responden yaitu wirausaha sebanyak 18 orang atau 18%, kemudian pekerjaan responden yaitu mahasiswa yang sebanyak 25 orang atau 25%. Dan pekerjaan responden yang terakhir yaitu pekerjaan lainnya sebanyak 24 orang atau 24%.

#### 4.1.3 Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Hasil uji validitas data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara statistik yaitu menghitung korelasi antara masing-masing pernyataan dengan skor total

menggunakan metode *product moment pearson correlation*. Data dinyatakan valid jika nilai  $r_{hitung}$  yang merupakan nilai item dari *corrected item-Total correlation* > dari  $r_{tabel}$  pada signifikansi 0,05 (5%). Berikut ini disajikan validitas dari masing-masing variabel pada tabel berikut:

**Tabel 4.5**  
Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
PRODUK	X1.1	0,759	0,1966	Valid
	X1.2	0,717	0,1966	Valid
	X1.3	0,593	0,1966	Valid
	X1.4	0,687	0,1966	Valid
	X1.5	0,711	0,1966	Valid
RELIGIUSITAS	X2.1	0,246	0,1966	Valid
	X2.2	0,686	0,1966	Valid
	X2.3	0,605	0,1966	Valid
	X2.4	0,705	0,1966	Valid
	X2.5	0,710	0,1966	Valid
SISTEM BAGI HASIL	X3.1	0,600	0,1966	Valid
	X3.2	0,525	0,1966	Valid
	X3.3	0,280	0,1966	Valid
	X3.4	0,639	0,1966	Valid
	X3.5	0,650	0,1966	Valid
KEPUTUSAN MENABUNG	Y.1	0,586	0,1966	Valid
	Y.2	0,595	0,1966	Valid
	Y.3	0,533	0,1966	Valid
	Y.4	0,625	0,1966	Valid
	Y.5	0,728	0,1966	Valid

Berdasarkan Tabel 4.5 dapat dilihat bahwa semua butir pernyataan tentang produk (X1), religiusitas (X2), sistem bagi hasil (X3), dan keputusan menabung (Y) adalah valid karena nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan demikian butir pernyataan kuesioner dapat dinyatakan valid.

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban dari responden itu stabil dari waktu ke waktu. Nilai ketentuan untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika memiliki *Cronbach Alpha*  $> 0,60$ .

**Tabel 4.6**  
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i> ( $\alpha$ )	Batas Reliabilitas	Keterangan
Produk (X1)	0,772	0,60	Reliabel
Religiusitas (X2)	0,739	0,60	Reliabel
Sistem Bagi Hasil (X3)	0,695	0,60	Reliabel
Keputusan Menabung (Y)	0,741	0,60	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah SPSS versi 24, tahun 2020

Berdasarkan Tabel 4.6 diatas dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel yang digunakan pada penelitian ini telah reliabel karena secara keseluruhan variabel memiliki nilai *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) yang lebih besar dari 0,60 sehingga layak digunakan untuk menjadi alat ukur instrumen kuesioner dalam penelitian ini.

#### 4.1.4 Regresi Linear Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengukur dua variabel atau lebih dan juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dan variabel independen. Hasil analisis regresi linear berganda dapat dilihat seperti pada tabel 4.7 berikut ini.

**Tabel 4.7**  
Analisi Regresi Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,839	1,448		2,652	,009
	X1	-,123	,058	-,163	-2,115	,037
	X2	,365	,085	,378	4,284	,000
	X3	,522	,085	,499	6,134	,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer yang diolah SPSS versi 24, tahun 2020

Berdasarkan Tabel 4.7 diatas pada kolom B tercantum nilai konstanta dan nilai koefisien untuk variabel produk sebesar (-0,123), religiusitas sebesar (0,365) dan sistem bagi hasil sebesar (0,522). Dari nilai-nilai tersebut maka diperoleh regresi sebagai berikut:

$$Y = 3,839 + (-0,123)X1 + 0,365X2 + 0,522X3 + e$$

Maka persamaan regresi tersebut dapat diperoleh pengertian sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar 3,839 bernilai positif artinya apabila variabel produk, religiusitas, dan sistem bagi hasil dianggap konstan (bernilai nol), maka keputusan menabung nilainya akan sebesar 3,839.
- Koefisien regresi variabel produk (X1) mengalami penurunan sebesar -0,123, artinya jika variabel independen lainnya bernilai tetap dan mengalami

kenaikan 1%, maka variabel keputusan menabung (Y) akan mengalami penurunan sebesar -0,123 dengan asumsi bahwa X2 dan X3 konstan.

- c. Koefisien regresi variabel religiusitas (X2) sebesar 0,365, artinya jika variabel independen lainnya tetap dan mengalami kenaikan 1%, maka variabel keputusan menabung (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,365 dengan asumsi bahwa X1 dan X3 konstan.
- d. Koefisien regresi variabel sistem bagi hasil (X3) sebesar 0,522, artinya jika variabel independen lainnya tetap dan mengalami kenaikan 1%, maka variabel keputusan menabung (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,522 dengan asumsi bahwa X1 dan X2 konstan.

a. Uji Koefisien Determinasi

Hasil uji determinasi ( $R^2$ ) dapat dilihat dari nilai koefisien determinasi pada tabel 4.8 berikut ini:

**Tabel 4.8**  
Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,728 <sup>a</sup>	,530	,516	1,492
a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2				

Sumber: Data primer yang diolah SPSS versi 24, tahun 2020

Dari Tabel 4.8 koefisien determinasi yang dirunjukkan oleh Adj.  $R^2$  dari persamaan regresi menghasilkan nilai sebesar 0,516. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya pengaruh yang diberikan oleh variabel independen yang terdiri dari produk, religiusitas, dan sistem bagi hasil terhadap variabel dependen keputusan menabung adalah sebesar 0,516 atau 51,6% sedangkan sisanya sebesar 0,484 atau

48,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hal ini mengartikan bahwa masih ada faktor-faktor lain yang berpengaruh terhadap keputusan menabung.

b. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Uji t bertujuan untuk menguji pengaruh dari masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh tersebut dapat dilihat dengan membandingkan nilai *probabilitas (p-value)* dari masing-masing variabel dengan tingkat signifikan yang digunakan sebesar 0,05 dengan ketentuan jika  $p\text{-value} < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka hal ini menunjukkan bahwa variabel-variabel independen secara parsial mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Kriteria penilaian menggunakan *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n - k$  dimana  $n$  adalah jumlah sampel dan  $k$  adalah jumlah variabel. Pada penelitian ini besarnya  $df = 100 - 4 = 96$  dengan  $\alpha = 0,05$  sehingga menghasilkan  $t_{tabel} = 1,660$ .

Berdasarkan tabel 4.7 dapat dilihat dari hasil pengujian antara variabel independen terhadap variabel dependen secara individu (parsial) adalah sebagai berikut:

1. Hipotesis pertama menyatakan bahwa produk bank syariah berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung pada bank syariah di Kota Palopo. Dari tabel 4.9 dapat diketahui bahwa hasil pengujian untuk variabel produk mempunyai probabilitas signifikan sebesar  $0,03 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} - 2,115 < t_{tabel} 1,660$ . Hal ini menunjukkan bahwa produk negatif dan signifikan terhadap keputusan menabung. Dengan demikian hipotesis pertama

(H1) yang menyatakan bahwa produk berpengaruh terhadap keputusan menabung diterima.

2. Hipotesis kedua menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung pada bank syariah di Kota Palopo. Dari tabel 4.9 dapat diketahui bahwa hasil pengujian untuk variabel religiusitas mempunyai probabilitas signifikan  $0,00 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} 4,284 > t_{tabel} 1,660$ . Hal ini menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung. Dengan demikian hipotesis kedua (H2) yang menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh terhadap keputusan menabung dapat diterima.
3. Hipotesis ketiga menyatakan bahwa sistem bagi hasil berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung pada bank syariah di Kota Palopo. Dari tabel 4.9 dapat diketahui bahwa variabel sistem bagi hasil mempunyai probabilitas signifikan sebesar  $0,00 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} 6,134 > t_{tabel} 1,660$ . Hal ini menunjukkan bahwa sistem bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung. Dengan demikian hipotesis (H3) yang menyatakan bahwa sistem bagi hasil berpengaruh terhadap keputusan menabung dapat diterima.

c. Hasil Uji Simultan (Uji F)

Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen mempunyai pengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen dengan menggunakan uji F dengan taraf signifikan 0,05 atau 5 %. Jika nilai signifikan uji F lebih kecil dari 0,05 maka terdapat pengaruh antara semua

variabel independen terhadap variabel dependen. Kriteria penilaian menggunakan  $df1 = k-1$  dan  $df2 = n - k$  dimana  $n$  adalah jumlah sampel dan  $k$  adalah variabel. Pada penelitian ini besarnya  $df1 = 4-1 = 3$  dan  $df2 = 100-3= 97$  dengan  $\alpha = 0,05$  sehingga menghasilkan  $F_{tabel} = 2,70$ . Hasil pengujian uji F dapat dilihat pada tabel 4.10 berikut ini:

**Tabel 4.9**  
Hasil Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	241,303	3	80,434	36,127	,000 <sup>b</sup>
	Residual	213,737	96	2,226		
	Total	455,040	99			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2						

Sumber: Data primer yang diolah SPSS versi 24, tahun 2020

Berdasarkan Uji F pada tabel 4.9 diatas diperoleh hasil bahwa nilai  $F_{hitung} 36,127 > F_{tabel} 2,70$  dengan signifikan sebesar 0,00%. Dengan demikian disimpulkan bahwa semua variabel independen dalam penelitian ini secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel dependen. Hal ini berarti bahwa jika variabel produk (X1), religiusitas (X2), dan sistem bagi hasil (X3) secara bersama-sama meningkat, maka keputusan menabung (Y) juga meningkat. Begitu pun sebaliknya jika variabel produk (X1), religiusitas (X2) dan sistem bagi hasil (X3) secara bersama-sama menurun, maka keputusan menabung (Y) juga akan menurun.



## **4.2 Pembahasan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh produk, religiusitas dan sistem bagi hasil terhadap keputusan nasabah menabung pada bank syariah di Kota Palopo. Pembahasan masing-masing variabel disajikan sebagai berikut:

### **4.2.1 Pengaruh produk bank syariah terhadap keputusan nasabah menabung**

Produk tabungan bank syariah yang merupakan bentuk tabungan yang inovatif dan berkualitas baik, dimana bank harus menciptakan produk tabungan ini sesuai dengan kebutuhan nasabah dan bersyariat Islam. Produk yang berkualitas tinggi dan inovatif artinya memiliki nilai yang baik dibanding dengan produk pesaing. Sehingga dapat menarik calon nasabah agar mengambil keputusan untuk menabung. Akan tetapi masih ada beberapa nasabah bank syariah yang masih kurang memahami bagaimana produk tabungan yang ditawarkan oleh bank syariah. Berdasarkan permasalahan tersebut agar sekiranya bank syariah cabang Kota Palopo menjelaskan dengan teliti bagaimana produk tabungan itu sendiri, sehingga nasabah lebih memahami secara utuh mengenai produk tabungan bank syariah.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori perilaku konsumen yang dimana perilaku konsumen berkaitan dengan proses pengambilan keputusan. Pengambilan keputusan dikarenakan oleh faktor kebutuhan yang menyatakan bahwa ketika produk berkualitas baik dan inovatif maka konsumen tidak terlalu lama membutuhkan waktu untuk mengambil keputusan. Adapun pendapat Almosawi (1998) tentang produk bank, yang mengatakan alasan utama yang sangat mempengaruhi nasabah beralih ke bank lain adalah pelayanan yang baik dan

produk yang inovatif sehingga dapat menarik nasabah dan bank akan mendapat keuntungan yang lebih tinggi. Produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah menjadi pendorong dalam memilih bank syariah sebagai tempat menyimpan dana. Semakin beragam produk yang ditawarkan semakin menarik minat untuk menggunakan perbankan syariah.

Hasil Penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Bagja Sumantri, 2014) yang meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan dan produk pembiayaan terhadap minat dan keputusan menjadi nasabah pada bank syariah. Dengan hasil bahwa produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah pada bank syariah. Kemudian penelitian oleh (Desiana et al., 2018) yang meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan jasa perbankan syariah di Kota Tasikmalaya. Dengan hasil bahwa faktor produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa perbankan syariah. Adapun penelitian yang dilakukan oleh (Husaeni, 2018) yang menyatakan bahwa variabel produk tidak berpengaruh terhadap keputusan menabung, hasil penelitian tersebut di karenakan banyak nasabah masih kurang mengetahui produk tabungan bank syariah.

#### 4.2.2 Pengaruh religiusitas terhadap keputusan nasabah menabung

Religiusitas merupakan bentuk aspek religi yang telah dihayati oleh individu didalam hati. Makna religiusitas digambarkan dalam beberapa aspek yang harus dipenuhi sebagai petunjuk mengenai bagaimana cara menjalankan hidup dengan benar agar manusia dapat mencapai kebahagiaan. Religiusitas menjadi motivator penting dalam mendorong menggunakan jasa perbankan syariah, karena semakin

tinggi tingkat religiusitas seseorang maka semakin tinggi pula keinginan nasabah untuk menabung di bank syariah. Hal ini berarti nasabah yang semakin sering menjalankan perintah-perintah Agama-Nya maka semakin tinggi religiusitasnya

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori perilaku konsumen yang dimana perilaku konsumen berkaitan dengan pengambilan keputusan. Pengambilan keputusan terjadi ketika dipengaruhi oleh tingkat keimanan seseorang atau nasabah. Ketika keimanan seseorang ada pada tingkat yang cukup baik maka mereka akan lebih memilih bank syariah dibandingkan dengan bank konvensional yang berbasis bunga. Adapun pendapat Almosawi (2001) tentang keagamaan, yang mengemukakan bahwa keputusan nasabah dalam memilih bank syariah lebih didorong oleh faktor keagamaan melalui dukungan masyarakat pada ketaatan perbankan terhadap prinsip-prinsip Islam. Semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang maka akan semakin mengerti batasan-batasan halal haram akan riba dan akan semakin tunduk dan patuh terhadap aturan-aturan agamanya dan mendorong keputusannya untuk menggunakan perbankan syariah.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Lestari, 2015) yang meneliti tentang pengaruh religiusitas terhadap preferensi menabung pada perbankan syariah. Dengan hasil bahwa faktor religiusitas berpengaruh signifikan terhadap preferensi menabung pada bank syariah. Kemudian penelitian selanjutnya dilakukan oleh (Wahyu Utami, Marijati Sangen, 2015) pada penelitian ini variabel religiusitas juga berpengaruh terhadap keputusan menabung. Secara parsial faktor religiusitas merupakan faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi nasabah untuk mengambil keputusan

menabung. untuk itu dalam upaya menambahkan jumlah nasabah tabungan, bank syariah hendaknya masuk melalui pendekatan keagamaan.

#### 4.2.3 Pengaruh sistem bagi hasil terhadap keputusan nasabah menabung

Sistem bagi hasil merupakan salah satu praktik perbankan syariah yang didalam usaha tersebut dipejanjikan adanya pembagian hasil atas keuntungan yang akan didapat antara kedua belah pihak atau lebih. Sistem bagi hasil pada bank syariah adalah suatu bentuk pembagian keuntungan yang akan diperoleh nasabah sebagai pemilik modal dengan bank sebagai pengelola modal yang disimpan nasabah. Keuntungannya dibagikan secara proporsional antara *shahibul maal* dan *mudharib*. Faktor bagi hasil tidak hanya keuntungan tetapi terdapat unsur keadilan, dimana besar *benefit* yang diperoleh nasabah sangat tergantung kepada kemampuan bank dalam menginvestasikan dana-dana yang diamanahkan kepadanya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori perilaku konsumen yang dimana perilaku konsumen berkaitan dengan proses pengambilan keputusan. Pengambilan keputusan dipengaruhi oleh faktor keuntungan yang didapat dari sistem bagi hasil yang dimana semakin tinggi nisbah maka semakin tinggi keputusan nasabah untuk menabung di bank syariah. Adapun pendapat Antonio (2001) tentang sistem bagi hasil, dimana menabung adalah tindakan yang dianjurkan oleh umat Islam, karena menabung berarti seorang muslim mempersiapkan diri untuk pelaksanaan perencanaan masa yang akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan. Salah satu faktor yang mempengaruhi nasabah untuk menyimpan dananya dibank syariah karena faktor bagi hasil. Perusahaan yang

dapat mengola dengan baik dananya yang disimpan maka bagi hasil yang diperoleh nasabah akan lebih baik pula. Hal ini menunjukkan keuntungan yang diperoleh tidak hanya bagi nasabah juga, bank sebagai pengelola.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Daulay, 2014) yang meneliti tentang pengaruh bagi hasil terhadap keputusan nasabah menabung pada bank syariah di Kota Medan. Dengan hasil bahwa bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung pada bank syariah di Kota Medan. Kemudian penelitian selanjutnya dilakukan oleh (Angriani & Hariadi, 2018) yang meneliti tentang pengaruh persepsi bagi hasil terhadap minat menabung pada bank syariah di Kota Surabaya. Dengan hasil bahwa persepsi bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap minat menabung dibank syariah oleh mahasiswa Surabaya. Dari hasil tersebut dikarenakan persepsi bagi hasil akan berpengaruh ketika seseorang merasa bahwa sistem bagi hasil ini lebih sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dimana lebih menguntungkan dan telah memenuhi rasa keadilan bagi semua pihak.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan setelah melalui tahap pengumpulan data, pengolahan data, analisis data, dan terakhir interpretasi hasil mengenai Pengaruh Produk, Religiusitas, dan Sistem Bagi Hasil Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Bank Syariah (Studi Pada Perbankan Syariah di Kota Palopo), maka hasilnya disimpulkan sebagai berikut:

- a. Produk bank syariah berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan menabung pada bank syariah Kota Palopo.
- b. Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung pada bank syariah Kota Palopo.
- c. Sistem bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung pada bank syariah Kota Palopo.
- d. Produk, religiusitas, dan sistem bagi hasil berpengaruh simultan (bersama-sama) terhadap keputusan menabung pada bank syariah Kota Palopo.

#### **5.1 Saran**

- a. Saran bagi perusahaan

Untuk bank syariah Kantor Cabang Palopo, agar sekiranya lebih gencar dalam melakukan promosi baik itu kepada nasabah ataupun kepada masyarakat umum, sehingga nasabah lebih memahami secara utuh mengenai bank syariah. Kemudian perlunya edukasi kepada nasabah ataupun kepada masyarakat umum, bahwa menabung di bank syariah bukan saja karena

berlabel syariah tetapi melainkan juga karena sistem ini dipastikan akan membawa rahmat dan keadilan bagi ekonomi individu, masyarakat dan negara.

b. Saran untuk peneliti yang akan datang

- 1). Untuk peneliti yang akan datang diharapkan dapat mengembangkan variabel-variabel lain yang terkait dengan keputusan menabung.
- 2). Untuk peneliti yang akan datang lebih memperhatikan karakteristik responden untuk dapat memperoleh hasil yang maksimal dari pendistribusian kuesioner.

## DAFTAR RUJUKAN

- Alfiah. (2017). Pengaruh Faktor Bagi Hasil, Gaya Hidup, dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Anggota Dalam Menggunakan Simpanan *Mudharabah* (Studi Pada BTM BIMU Sukarame Bandar Lampung).
- Almossawi, M. (2001). *Bank selection criteria employed by college students in Bahrain: an empirical analysis. International journal of bank marketing.*
- Antonio, Muhammad Syafi'i. 2001. Bank Syariah, dari teori ke praktik. Jakarta:Gema Insani.
- Ananggadipa Abhimantra, Andisa Rahmi Maulina, E. A. (2013). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah (Mahasiswa) Dalam Memilih Menabung Pada Bank Syariah. *Proceeding PESAT*, 5(10), 170–177.
- Angriani, S., & Hariadi, S. (2018). Pengaruh Persepsi Keyakinan dan Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Ekonomi dan Bisnis*, 23(1), 1–10.
- Arifin, A., & Khotimah, H. (2014). Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Bank Syariah di Surakarta. *Nasional*, 163–184.
- Bagja Sumantri. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Pembiayaan Terhadap Minat Dan Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah. *Jurnal Economia*, 10(2), 141–147.
- Bawono, Anton. (2006). *Multivariate Analysis Dengan SPSS*. Salatiga: STAIN Salatiga Press.
- Daulay, R. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Mandiri Syariah di Kota Medan. *Jurnal Riset Akuntansi & Bisnis*, 12(1), 1–15.
- Desiana, D., Susilowati, D., & Putri, N. K. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Untuk Menggunakan Jasa Perbankan Syariah di Kota Tasikmalaya. *Akuntabilitas*, 11(1), 23–34.
- Engel, J.F., Blackwell, R. D., Miniard, P.W. 1993. *Consumer Behavior*. Edition. Orlando, Florida: The Dryden Press.
- Fitri, M. (2016). Peran Dana Pihak Ketiga Dalam Kinerja Lembaga Pembiayaan Syariah dan Faktor-Faktor Yang Memengaruhinya. *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 7(1), 73–95.



- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Progam SPSS*. Badan Penerbitan UDIP Semarang.
- Husaeni, U. A. (2018). the Influence of Marketing Mix on Decisions To Be a Islamic Banking Customer in Cianjur Regency. *Iqtishadia*, 10(2), 105.
- Keuangan, O. J. (2018). *Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia*. Jakarta: OJK.
- Khoirul, R. M. dan M. (2019). Pengaruh Pemahaman Tentang Riba dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menabung di Bni Syariah Surabaya Rifaatul. *Jurnal Ekonomi Islam*, 53(9), 1689–1699.
- Khotimah, N. (2018). pengaruh religiusitas, kepercayaan, citra perusahaan dan sistem bagi hasil terhadap minat nasabah menabung dan loyalitas di bank syariah mandiri (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Gresik). *Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen*, 05(01), 37–48.
- Lestari, A. M. (2015). Pengaruh Religiusitas, Produk Bank, Kepercayaan, Pengetahuan, dan Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Pada Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya*, 3(1), 1–18.
- Maghfiroh, S. (2018). Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Pada Santri Pesantren Mahasiswi Darush Shalihat. *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi*, 7(3), 213–222.
- Maisur, Arifin, M. arfan, & M.Shabri. (2015). Pengaruh Prinsip Bagi Hasil, Tingkat Pendapatan, Religiusitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Syariah di Banda Aceh. *Jurnal Magister Akuntansi Pascasarjana*, 4(2), 1–8.
- Metawa, S. A., & Almossawi, M. (1998). *Banking behavior of Islamic bank customers: perspectives and implications*. *International journal of bank marketing*.
- Novita Erliana Sari, Nik Amah, Y. R. W. (2017). Penerapan Prinsip Bagi Hasil dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Menabung pada Nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Madiun. *Jurnal Promosi Jurnal Pendidikan Ekonomi UM Metro Bank*, 5(2), 60–67.
- Nuhung, M. (2014). *Bank Syariah (studi kualitas jasa dan pemasaran relasional)*. Kassi Makassar: Fahmi Pustaka,

- Otoritas Jasa Keuangan. (2018). Statistik Perbankan Syariah (SPS). *Departemen Perizinan Dan Informasi Perbankan*.
- Ramadhani, N. Ik., Susyanti, J., & ABS, M. K. (2019). Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah Kota Malang. *E-Jurnal Riset Manajemen*, 3(1), 79–87.
- Ridwan, Muhammad. 2004. *Manajemen Baitul Maal Watamwil*. Yogyakarta: UII Press.
- Schiffman, L. G. & Kanuk, L.L. 1994. *Consumer Behavior*. New Jersey: Prentice Hall.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2014.
- Ujang Sumarwan. 2002. *Perilaku Konsumen. Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan.
- Wahyu Utami, Marijati Sangen, dan M. Y. R. (2015). Analisis Pengaruh Religiusitas, Kelompok Referensi dan Motivasi Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah (Studi Pada Nasabah Bank Syariah di Kota Banjarmasin). *Jurnal Wawasan Manajemen*, 3(1), 79–90.
- Wirdayani Wahab. (2016). Pengaruh tingkat bagi hasil terhadap minat menabung di bank syariah. *Jebi (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 1(2), 167–184.
- Yusuffia Nur Azizah Istiqomah. (2015). The Influence of Marketing Mix (Product, Price, Place, and Promotion) and Service on Customer's Decision of Using BSM Saving Products. *Global Review of Islamic Economics and Business*, 3(2), 73–98.
- Zuhirsyan, M., & Nurlinda, N. (2018). Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Nasabah terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah. *Al-Amwal : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, 10(1), 48.