



Produk dan Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Nasabah dalam Menabung di Bank Sumut Syariah

Arwin

Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal

arwin@stain-madina.ac.id

Abstract

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh produk dan pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam memilih untuk menabung di Bank Sumut syariah Panyabungan. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Teknik penentuan sampel menggunakan *simple random sampling*. Sedangkan Instrumen pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner langsung ke 100 responden. Metode statistik bahwa t hitung koefisien produk (X1) adalah 2.846. Sedangkan t tabel bisa dihitung pada tabel t-test, dengan $\alpha = 0,05$ dan $df = 98$ di dapat t tabel adalah 1.661. Variabel produk memiliki p-value 0,005 lebih kecil $< 0,05$ artinya signifikan, sedangkan t hitung lebih besar $> t$ tabel (2.846 lebih besar > 1.661), maka dapat disimpulkan bahwa variabel produk (X1) berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan nasabah menabung (Y) secara parsial. Variabel Pelayanan (X2) terlihat bahwa t hitung koefisien pelayanan adalah 1.155. Sedangkan t tabel bisa dihitung pada tabel t-test, dengan $\alpha = 0,05$ dan $df = 98$ didapat t tabel adalah 1.661. Variabel pelayanan memiliki p-value 0,008 lebih kecil $< 0,05$ artinya signifikan, sedangkan t hitung lebih besar $> t$ tabel (2.155 lebih besar > 1.661). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan nasabah menabung (Y) secara parsial. Hasil yang di dapat dalam uji F produk (X1) dan pelayanan (X2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menabung di Bank Sumut syariah.

Kata kunci: Produk, Pelayanan, Nasabah, Menabung, Bank Syariah

Introduction

Perkembangan industri perbankan syariah di Indonesia menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam dua dekade terakhir seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap prinsip-prinsip ekonomi Islam (Rachman¹ et al., 2022) Bank-bank syariah hadir sebagai alternatif lembaga keuangan yang beroperasi berdasarkan prinsip keadilan, bagi hasil, dan larangan riba (Alwi et al., 2022). Salah satu lembaga keuangan syariah yang memiliki peran penting di tingkat daerah adalah Bank Sumut Syariah, yang berupaya memberikan layanan perbankan sesuai nilai-nilai syariah untuk mendorong inklusi keuangan di Sumatera Utara. Namun demikian, tingkat partisipasi masyarakat dalam produk tabungan syariah masih menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam hal persepsi terhadap daya saing produk dan kualitas pelayanan yang diberikan (Abdul Ghofur Anshori, 2018).

Produk perbankan syariah memiliki karakteristik tersendiri dibandingkan dengan produk bank konvensional. Skema akad seperti *mudharabah* dan *wadiah* menjadi landasan utama dalam penghimpunan dana nasabah (Fauzan Adhim, 2011). Kejelasan manfaat, kemudahan akses, serta inovasi dalam produk tabungan menjadi faktor penting dalam menarik minat masyarakat. Dalam konteks *Bank Sumut Syariah*, keberhasilan produk tidak hanya ditentukan oleh kesesuaiannya dengan prinsip syariah, tetapi juga oleh sejauh mana produk tersebut mampu memenuhi kebutuhan finansial nasabah secara praktis dan kompetitif. Kurangnya variasi produk

atau pemahaman masyarakat tentang sistem syariah sering kali menjadi hambatan dalam memperluas pangsa pasar (Bank Syariah Indonesia, 2024)

Selain faktor produk, kualitas pelayanan (*service quality*) menjadi elemen krusial yang memengaruhi keputusan nasabah untuk menabung. Pelayanan yang cepat, ramah, transparan, serta konsisten dengan nilai-nilai etika Islam dapat menciptakan kepercayaan dan loyalitas nasabah. Dalam dunia perbankan yang semakin kompetitif, pelayanan menjadi pembeda utama antara satu lembaga dengan lembaga lainnya. Bank Sumut Syariah diharapkan mampu memberikan pelayanan yang tidak hanya efisien secara teknis, tetapi juga bernuansa spiritual dan emosional, mencerminkan citra lembaga keuangan syariah yang berintegritas tinggi (Fauzan Adhim, 2011).

Oleh karena itu, penting untuk meneliti pengaruh produk dan pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam menabung di Bank Sumut Syariah. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran empiris mengenai faktor-faktor yang mendorong atau menghambat masyarakat untuk memilih layanan tabungan syariah, serta memberikan masukan strategis bagi manajemen bank dalam meningkatkan daya saingnya. Hasil penelitian juga diharapkan dapat berkontribusi dalam memperkuat literasi keuangan syariah dan memperluas basis nasabah bank syariah di daerah, sejalan dengan tujuan pembangunan ekonomi berbasis nilai-nilai Islam di Indonesia.

Metode Penelitian

A. Jenis Penelitian

Dilihat dari jenis data yang digunakan, maka jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan menggunakan metode kuantitatif. Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang di dalamnya menggunakan banyak angka. Mulai dari proses pengumpulan data hingga penafsirannya (sugiyono, 2013).

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian berdasarkan pengertian populasi tersebut maka yang menjadi populasi penelitian ini adalah nasabah (Penerbitan et al., 2023). Jadi peneliti mengambil populasi 3 tahun terakhir sejak tahun 2020 - 2022. Jumlah populasi untuk nasabah produk *wadiah* sebanyak 3.245 nasabah dan produk *Mudharabah* sebanyak 4.443 nasabah. Jadi, populasi dalam penelitian ini berjumlah sebanyak 7.688 nasabah dari tahun 2020 sampai 2022 yang terdiri dari *wadiah* dan *mudharabah* di Bank Sumut KCP Panyabungan.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian anggota populasi yang menjadi subjek penelitian, sampel yang baik adalah sampel yang memiliki populasi atau yang represantatif, artinya yang menggambarkan keadaan populasi atau mencerminkan populasi secara maksimal walaupun mewakili sampel bukan merupakan duplikat dari populasi (Abigail Soesana, 2023).

Adapun rumus Slovin sebagai berikut:

$$s = \frac{n}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Persen Toleransi Kesalahan

Adapun ukuran sampel akan diambil dari populasi yang telah ditentukan dengan rumus slovin, dengan rincian sebagai berikut:

Diketahui N: 7.688, e: 10%

$$n = \frac{n}{1 + n e^2}$$

$$n = \frac{7.688}{1 + 7.688 (10\%)^2}$$

$$n = \frac{7.688}{7.689 (0,01)}$$

$$n = \frac{7.688}{26,89}$$

$$n = 99,98 \text{ (dibulatkan menjadi 100 responden).}$$

Jadi, jumlah sampel yang diteliti adalah sebanyak 100 responden.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan menggunakan cara penyebaran angket (kuesioner). Kuesioner akan disebar oleh peneliti kepada nasabah Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungon sebagai sampel untuk dijawab selama beberapa waktu tertentu yang kemudian dikumpulkan dan diperiksa kelengkapannya untuk diukur dengan skala likert (Sihotang et al., 2023)

Tabel 3.1
Skala Likert

No.	Interpretasi	Bobot
1.	Sangat Setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Kurang Setuju	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

D. Teknik Analisa Data

Dalam metode penelitian kuantitatif yang menggunakan teknik analisis data kuantitatif merupakan suatu kegiatan sesudah data dari seluruh responden atau sumber data-data lain semua terkumpul (Sugiyono, 2019). Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Imam Machadi, 2021)

Setelah data penelitian berupa jawaban responden atas angka yang dibagikan kemudian dikumpulkan, selanjutnya dilakukan analisis data dengan dibantu alat analisis berupa aplikasi Software SPSS for Window. Berdasarkan tujuan dari penelitian ini, maka teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari beberapa bagian, yaitu antara lain:

1. Uji Validitas dan Reliabilitas.

Uji validitas adalah alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data yang valid dan dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Uji validitas bertujuan untuk menguji apakah tiap item atau instrumen (bisa pertanyaan maupun pernyataan) benar-benar mampu mengungkap faktor yang akan diukur atau konsistensi internal tiap item alat ukur dalam mengukur suatu faktor. Validitas dapat diukur dengan cara bila korelasi (corrected item total) setiap faktor positif dan besarnya 0,3 ke atas maka faktor tersebut merupakan construct yang kuat.

Sedangkan reliabilitas adalah kemampuan kuesioner memberikan hasil pengukuran yang konsisten. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan untuk lebih dari satu variabel, namun sebaiknya uji reliabilitas sebaliknya dilakukan pada masing-masing variabel pada lembar kerja yang berbeda sehingga dapat diketahui konstruk variabel mana yang tidak reliable (Sihotang et al., 2023)

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Residual

Uji normalitas residual adalah hal yang lazim dilakukan sebelum sebuah metode statistik diterapkan. Uji normalitas digunakan untuk mengukur apakah residual yang diperoleh memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik. Kriteria pengambilan keputusan yaitu jika signifikansi $> 0,05$ maka residual berdistribusi normal dan jika signifikansi $< 0,05$ maka residual berdistribusi tidak normal (Amruddin, 2022)

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Kemiripan antar variabel independen akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Selain itu untuk uji ini juga untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika VIF yang dihasilkan di antara 1-10 maka tidak terjadi multikolinearitas (Fadilla et al., 2022)

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas berguna untuk menguji terjadinya perbedaan varian residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar Scatterplot, regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas jika:

- 1) Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0.
- 2) Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.
- 3) Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
- 4) Penyebaran titik-titik data tidak berpola (V. Wiratna Sujarweni, 2014).

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi adalah teknik statistika yang berguna untuk memeriksa dan memodelkan hubungan di antara variabel-variabel. Analisis Regresi linier berganda seringkali digunakan untuk mengatasi permasalahan analisis regresi yang melibatkan hubungan antara dua variabel atau lebih variabel bebas. Setelah melakukan serangkaian uji asumsi klasik di atas, maka data yang sudah dikumpulkan tersebut dianalisis dengan menggunakan metode regresi linier berganda (Amruddin, 2022)

Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

Keterangan:

Y = Profitabilitas

a = Nilai Konstanta

b = Koefisien Regresi

X = Variabel Bebas

e = Nilai Error

4. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (uji t)

Uji t merupakan pengujian terhadap variabel independen secara parsial (individu) dilakukan untuk melihat signifikansi dari pengaruh variabel secara individual terhadap variabel dependen, dimana apabila nilai t hitung lebih besar dari t tabel menunjukkan diterimanya hipotesis yang diajukan.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F merupakan uji asumsi mengenai tepatnya regresi untuk diterapkan terhadap data empiris atau hasil observasi. Uji F digunakan pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam

	Sig. (2-tailed)	.040	.034	.620	.664	.732	.796	.000	.111		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.10	Pearson Correlation	.205*	-.012	-.094	-.095	-.146	.087	.162	.099	.441*	1	.404**
	Sig. (2-tailed)	.041	.908	.352	.346	.147	.390	.108	.328	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TO TA L	Pearson Correlation	.500*	.592*	.490*	.298*	.268*	.309*	.589*	.322*	.600*	.404**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.003	.007	.002	.000	.001	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
 * . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber: Data Primer yang telah diolah menggunakan SPSS, 2023

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan (X2)

		Correlations										
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	.334**	.172	.007	.013	-.215*	.080	-.014	-.020	.022	.357**
	Sig. (2-tailed)		.001	.087	.946	.896	.032	.429	.893	.843	.831	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.334*	1	.361*	.288*	-.027	-.054	.144	-.048	-.035	-.025	.505**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.004	.787	.594	.153	.633	.733	.804	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.172	.361**	1	.196	.202*	-.086	-.059	-.208*	-.180	-.199*	.297**
	Sig. (2-tailed)	.087	.000		.051	.044	.395	.561	.038	.073	.047	.003
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.007	.288**	.196	1	.099	.043	-.083	-.046	.036	-.037	.346**
	Sig. (2-tailed)	.946	.004	.051		.328	.672	.414	.649	.724	.718	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.013	-.027	.202*	.099	1	.122	-.159	.138	.008	-.186	.277**
	Sig. (2-tailed)	.896	.787	.044	.328		.228	.113	.170	.938	.064	.005
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	-.215*	-.054	-.086	.043	.122	1	.177	.024	.054	.304**	.360**
	Sig. (2-tailed)	.032	.594	.395	.672	.228		.079	.812	.595	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.7	Pearson Correlation	.080	.144	-.059	-.083	-.159	.177	1	.315*	.374*	.225*	.543**
	Sig. (2-tailed)	.429	.153	.561	.414	.113	.079		.001	.000	.025	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.8	Pearson Correlation	-.014	-.048	-.208*	-.046	.138	.024	.315*	1	.367*	.093	.420**
	Sig. (2-tailed)	.893	.633	.038	.649	.170	.812	.001		.000	.357	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.9	Pearson Correlation	-.020	-.035	-.180	.036	.008	.054	.374*	.367*	1	.316**	.467**
	Sig. (2-tailed)	.843	.733	.073	.724	.938	.595	.000	.000		.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.10	Pearson Correlation	.022	-.025	-.199*	-.037	-.186	.304*	.225*	.093	.316*	1	.378**
	Sig. (2-tailed)	.831	.804	.047	.718	.064	.002	.025	.357	.001		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TO TA L	Pearson Correlation	.357*	.505**	.297*	.346*	.277*	.360*	.543*	.420*	.467*	.378**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.003	.000	.005	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
 * . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber: Data Primer yang telah diolah menggunakan SPSS, 2023

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Nasabah Menabung (Y)

		Correlations										
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	TOTAL
Y.1	Pearson Correlation	1	.448*	.369*	.166	-.064	-.095	-.154	-.055	-.189	.077	.443**
	Sig. (2 tailed)		.000	.000	.099	.529	.348	.127	.590	.060	.446	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	.448*	1	.393*	.075	.131	-.039	-.039	-.140	-.113	-.040	.466**
	Sig. (2 tailed)	.000		.000	.460	.193	.700	.700	.166	.263	.695	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	.369*	.393*	1	.255*	.082	-.146	-.151	-.071	.011	.041	.481**
	Sig. (2 tailed)	.000	.000		.011	.416	.148	.134	.484	.917	.686	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.4	Pearson Correlation	.166	.075	.255*	1	.136	.040	-.274**	-.123	-.149	.122	.327**
	Sig. (2 tailed)	.099	.460	.011		.178	.692	.006	.224	.140	.228	.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.5	Pearson Correlation	-.064	.131	.082	.136	1	.209*	.213*	-.034	-.021	-.127	.388**
	Sig. (2 tailed)	.529	.193	.416	.178		.037	.034	.736	.835	.207	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.6	Pearson Correlation	-.095	-.039	-.146	.040	.209*	1	.254*	.201*	.099	.082	.414**
	Sig. (2 tailed)	.348	.700	.148	.692	.037		.011	.045	.325	.415	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.7	Pearson Correlation	-.154	-.039	-.151	-.274**	.213*	.254*	1	.323*	.159	-.084	.282**
	Sig. (2 tailed)	.127	.700	.134	.006	.034	.011		.001	.115	.407	.004
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.8	Pearson Correlation	-.055	-.140	-.071	-.123	-.034	.201*	.323**	1	.195	.068	.322**
	Sig. (2 tailed)	.590	.166	.484	.224	.736	.045	.001		.052	.501	.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.9	Pearson Correlation	-.189	-.113	.011	-.149	-.021	.099	.159	.195	1	.366**	.326**
	Sig. (2 tailed)	.060	.263	.917	.140	.835	.325	.115	.052		.000	.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.10	Pearson Correlation	.077	-.040	.041	.122	-.127	.082	-.084	.068	.366**	1	.392**
	Sig. (2 tailed)	.446	.695	.686	.228	.207	.415	.407	.501	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.443*	.466*	.481*	.327**	.388*	.414*	.282**	.322*	.326**	.392**	1
	Sig. (2 tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.004	.001	.001	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber: Data Primer yang telah diolah menggunakan SPSS, 2023

a. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk melihat apakah kuesioner memiliki konsistensi jika pengukuran dilakukan dengan kuesioner tersebut secara berulang. Uji reliabilitas dilakukan setelah item kuesioner dinyatakan valid. Uji reliabilitas yaitu menunjukkan konsisten suatu alat pengukur di dalam pengukur gejala yang sama dengan teknik Cronback Alpha dimana suatu instrumen dinyatakan reliabel apabila Cronback Alpha > 0,6 maka dinyatakan reliabel, di uji dengan menggunakan aplikasi olah data. Berikut ini hasil dari uji reliabilitas pada setiap variabel:

Tabel 4.9
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Produk (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.544	10

Sumber: Data Primer yang telah diolah menggunakan SPSS, 2023

Tabel 4.10
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pelayanan (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.407	10

Sumber: Data Primer yang telah diolah menggunakan SPSS, 2023

Tabel 4.11
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Nasabah Menabung (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.368	10

Sumber: Data Primer yang telah diolah menggunakan SPSS, 2023

Dari tabel uji reliabilitas dengan menggunakan SPSS dapat dilihat bahwa nilai Alpha > 0,60. Hal ini dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan dalam penelitian ini reliabel.

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan bagian dari uji asumsi klasik. Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang berdistribusi normal (Imam Ghozali, 2015). Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov, dapat dilihat dari pada tabel berikut ini:

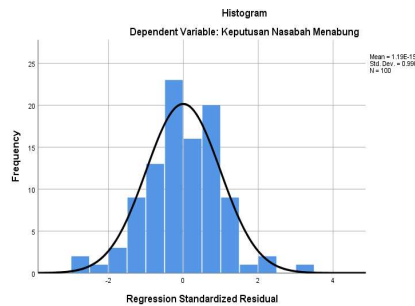
Tabel 4.12
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.56229156
Most Extreme Differences	Absolute	.065
	Positive	.065
	Negative	-.039
Test Statistic		.065
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.		

Sumber: Data Primer yang telah diolah menggunakan SPSS, 2023

Hasil uji normalitas yang sudah dilakukan menunjukkan bahwa jika nilai signifikansi > 0,05 maka nilai residual berdistribusi normal. Dan jika nilai signifikansi < 0,05 maka nilai residual tidak berdistribusi normal. Berdasarkan hasil uji normalitas nilai signifikansi yaitu 0,200 yang berarti > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

Gambar 4.3
Uji Normalitas Histogram



Sumber: Data Primer yang telah diolah menggunakan SPSS, 2023

Berdasarkan gambar 4.3 diatas histogram regression standardizes residual membentuk kurva seperti lonceng dan berbentuk simetris tidak miring ke kanan atau ke kiri, maka nilai residual tersebut normal atau data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah bagian dari uji asumsi klasik dalam analisis regresi linear berganda. Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi interkorelasi (hubungan yang kuat) antar variabel independen. Model regresi yang baik ditandai dengan tidak terjadi interkorelasi antar variabel independen (tidak terjadi gejala multikolinearitas). Salah satu cara yang paling akurat untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala multikolinearitas ini adalah dengan menggunakan metode Toleranse dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Adapun hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel berikut ini

Tabel 4.13
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Produk	.936	1.068
	Pelayanan	.936	1.068

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah Menabung

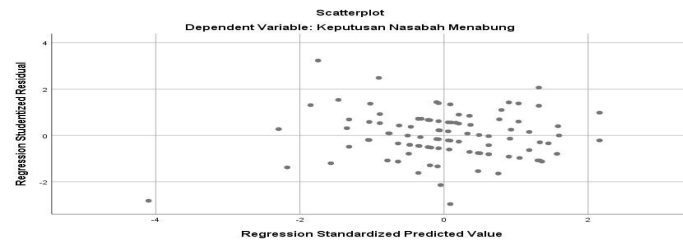
Sumber: Data Primer yang telah diolah menggunakan SPSS, 2023

Berdasarkan data diatas hasil uji multikolinearitas yang sudah dilakukan sehingga dapat disimpulkan bahwa dilihat dari nilai Tolerance, jika nilai Tolerance > 0,10 maka artinya tidak terjadi multikolinearitas. Dan jika dilihat dari nilai VIF, jika nilai VIF < 10,00 maka artinya tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Hasil uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

Gambar 4.4
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data Primer yang telah diolah menggunakan SPSS, 2023

Ciri-ciri tidak terjadi gejala heteroskedastisitas yaitu titik-titik data penyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0, titik tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja, penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali, penyebaran titik-titik data tidak berpola. Jadi dapat disimpulkan bahwa ciri-ciri ini terpenuhi sehingga dapat dikatakan bahwa dalam model regresi pengaruh profesionalisme dan multifasi terhadap kinerja tidak terjadi masalah heteroskedastisitas, sehingga uji asumsi klasik heteroskedastisitas ini terpenuhi.

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Menurut V.Wiratna Sujarweni (2014) Model regresi linear berganda dapat disebut sebagai model yang baik (memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten) jika model tersebut memenuhi asumsi normalitas dan bebas dari asumsi klasik. Hasil pengolahan datanya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.14
Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	26.394	5.025	
	Produk	.267	.089	.293
	Pelayanan	.126	.099	.125

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah Menabung

Sumber: Data Primer yang telah diolah menggunakan SPSS, 2023

Berdasarkan data diatas diperoleh hasil persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + B1 X1 + B2 X2 + e$$

$$Y = 26.394 + 0,267 X1 + 0,126 X2 + e$$

Keterangan:

- a : Konstanta
- $X1$: Lokasi
- $B1$: Koefisien arah regresi variabel $X1$
- $X2$: Promosi
- $B2$: Koefisien arah regresi variabel $X2$
- Y : Minat Menabung
- e : Standar Error

Dari hasil pengujian regresi linear berganda pada tabel diatas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta (a) = 26.394 artinya apabila jika variabel produk ($X1$) dan variabel pelayanan ($X2$) memiliki nilai 0 maka keputusan nasabah menabung sebesar 26.394.
- b. $B1 = 0,267$ artinya jika variabel independen lainnya 0, maka keputusan nasabah akan mengalami peningkatan sebanyak 0,267. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara variabel produk dengan keputusan nasabah.

Semakin meningkat nilai produk, maka semakin naik keputusan nasabah menabung di Bank SUMUT Syariah KCP Panyabungan.

- c. $B_2 = 0,126$ artinya jika variabel independen lainnya 0, maka keputusan nasabah akan mengalami peningkatan sebanyak 0,126. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara variabel pelayanan dengan keputusan nasabah. Semakin meningkat nilai pemahaman pelayanan, maka semakin naik keputusan nasabah menabung di Bank SUMUT syariah KCP Panyabungan.

3. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh satu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen (Sujarweni, 2020). Jika nilai signifikan $< 0,05$, atau t hitung $> t$ tabel maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y. dan Jika nilai signifikan $> 0,05$, atau t hitung $< t$ tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Hasil pengolahan datanya adalah sebagai berikut:

Tabel 4.15
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a			
Model		T	Sig.
1	(Constant)	5.253	.000
	Produk	2.982	.004
	Pelayanan	1.274	.206
a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah Menabung			

Sumber: Data Primer yang telah diolah menggunakan SPSS, 2023

Dari hasil uji parsial (uji t) yang sudah dilakukan dan dikemukakan pada tabel diatas sehingga dapat diketahui:

1) Variabel Produk (X1)

Dapat dilihat bahwa t hitung koefisien produk adalah 2.982. Sedangkan t tabel bisa dihitung pada tabel t -test, dengan $\alpha = 0,05$ dan $df = 98$ di dapat t tabel adalah 1,661. Variabel produk memiliki p -value $0,004 < 0,05$ artinya signifikan, sedangkan t hitung $> t$ tabel ($2.982 > 1,661$), maka dapat disimpulkan bahwa variabel produk (X1) berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan nasabah menabung (Y) secara parsial.

2) Variabel Pelayanan (X2)

Dapat dilihat bahwa t hitung koefisien pelayanan adalah 1.274. Sedangkan t tabel bisa dihitung pada tabel t -test, dengan $\alpha = 0,05$ dan $df = 98$ didapat t tabel adalah 1,661. Variabel pelayanan memiliki p -value $0,206 > 0,05$ artinya tidak signifikan, sedangkan t hitung $> t$ tabel ($1.274 < 1,661$). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan nasabah menabung (Y) secara parsial.

b. Uji Simultan (UJI F)

Uji F bertujuan untuk mencari apakah variabel independen secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi variabel dependen. Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh dari seluruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Tingkatan yang digunakan adalah sebesar 0.05 atau 5%, jika nilai signifikansi $F < 0,05$ maka dapat diartikan bahwa variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen ataupun sebaliknya (Abigail Soesana, 2023)

Uji simultan (uji F) ini dilakukan untuk menguji pengaruh produk dan pelayanan terhadap keputusan nasabah menabung secara simultan. Jika nilai signifikan lebih kecil $< 0,05$, atau F hitung lebih besar $> F$ tabel maka terdapat pengaruh variabel (X) secara simultan terhadap variabel (Y). dan Jika nilai signifikan lebih besar $> 0,05$, atau F hitung

lebih besar < F tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel (X) secara simultan terhadap variabel (Y). Hasil pengolahan datanya adalah sebagai berikut:

Tabel 4.16
Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	89.022	2	44.511	6.643	.002 ^b
	Residual	649.968	97	6.701		
	Total	738.990	99			
a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah Menabung						
b. Predictors: (Constant), Pelayanan, Produk						

Sumber: Data Primer yang telah diolah menggunakan SPSS, 2023

Dapat dilihat pada tabel diatas yang menunjukkan bahwa F hitung sebesar 6.643 dengan nilai signifikan 0.002 karena probabilitas signifikan jauh < dari 0,05, hal ini menunjukkan bahwa variabel produk dan pelayanan berpengaruh secara sendiri-sendiri terhadap keputusan nasabah menabung di Bank SUMUT syariah KCP Panyabungan.

c. Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur besar pengaruh kemampuan variabel bebas yaitu produk (X1) dan pelayanan (X2) terhadap keputusan nasabah menabung (Y).

Nilai koefisien korelasi terletak antara 0 sampai 1, menurut (Sarwono, 2015) untuk memudahkan melakukan interpretasi mengenai kekuatan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat kriterianya sebagai berikut:

- 1) 0 artinya tidak ada korelasi antara variabel bebas dan terikat.
- 2) > 0 – 0,25 artinya korelasi sangat lemah.
- 3) > 0,25 – 0,5 artinya korelasi cukup kuat.
- 4) > 0,5 – 0,75 artinya korelasi kuat.
- 5) > 0,75 – 0,99 artinya korelasi sangat kuat.
- 6) 1 artinya korelasi sempurna

Selanjutnya merupakan hasil pengolahan datanya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.17
Hasil Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.347 ^a	.120	.102	2.58857
a. Predictors: (Constant), Pelayanan, Produk				
b. Dependent Variable: Keputusan Nasabah Menabung				

Sumber: Data Primer yang telah diolah menggunakan SPSS, 2023

Berdasarkan tabel diatas nilai koefisien korelasi yang didapatkan adalah sebesar 0,347 yang berarti masuk dalam kategori korelasi cukup kuat antara variabel bebas dengan variabel terikat. Besarnya angka koefisien determinasi (R²) adalah 0,120 sama dengan 12,0% angka tersebut mengandung arti bahwa bahwa variabel bebas dan variabel terikat sebesar 12,0% sedangkan sisanya 88,0% dipengaruhi oleh variabel lain dari luar model regresi ini.

Pembahasan

Teknik analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda, karena menggunakan 2 variabel independen dan variabel dependen. Analisa yang digunakan untuk memperkirakan atau menghitung nilai X1, X2 (produk, pelayanan) dengan menggunakan analisa regresi linear berganda. Diketahui bahwa produk (X1)

berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di Bank SUMUT syariah KCP Panyabungan, hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan $0,005 < 0,05$ dan juga dapat dilihat pada nilai t hitung $> t$ tabel ($2.846 > 1,661$), berarti H_1 diterima, H_0 ditolak. Jadi dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa produk (X1) berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung (Y), maka produk akan mempengaruhi keputusan nasabah menabung, faktor produk perbankan syariah yang baik dan strategis akan meningkatkan keputusan nasabah menabung. Artinya semakin baik produk suatu perbankan syariah maka keputusan nasabah menabung di Bank SUMUT syariah KCP Panyabungan akan semakin meningkat.

Pada variabel pelayanan (X2) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di Bank SUMUT syariah KCP panyabungan, hal ini dibuktikan dengan nilai $0,206 > 0,05$ dan dapat juga dilihat pada nilai t hitung $< t$ tabel ($1.274 < 1,661$), berarti H_2 ditolak, H_0 diterima. Jadi dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pelayanan (X2) tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung (Y). Jadi, dapat disimpulkan pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di Bank SUMUT syariah KCP panyabungan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan melalui tahapan pembagian kuesioner atau pengumpulan data, pengolahan data dan analisis data dengan menggunakan analisis regresi linear berganda, guna untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Maka dapat ditarik kesimpulan berikut: Pertama. Produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Sumut syariah KCP Panyabungan, hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan $0,005 < 0,05$ dan juga dapat dilihat pada nilai t hitung $>$ dari t tabel ($2.846 > 1,661$), berarti H_1 diterima, H_0 ditolak. Jadi dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa produk berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung. Artinya semakin baik produk suatu perbankan syariah maka keputusan nasabah menabung juga akan semakin meningkat. Kedua. Pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di Bank SUMUT syariah KCP Panyabungan, hal ini dibuktikan dengan nilai $0,206 > 0,05$ dan dapat juga dilihat pada nilai t hitung $< t$ tabel ($1.274 < 1,661$), berarti H_2 ditolak, H_0 diterima. Jadi dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung di Bank SUMUT syariah KCP Panyabungan. Ketiga. Hasil uji F menunjukkan bahwa variabel independen (produk dan pelayanan) berpengaruh secara sendiri-sendiri terhadap variabel dependen (keputusan nasabah menabung) hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar 6.643 dengan nilai signifikan 0.002 karena probabilitas signifikan jauh $< 0,05$, hal ini menunjukkan bahwa variabel produk dan pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung di Bank SUMUT syariah KCP Panyabungan. Keempat. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) dipengaruhi oleh variabel lain, hal ini dibuktikan dengan besaran nilai (R^2) 0,120 atau 12,0 % dan sisanya 88,0 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

References

- Abigail Soesana, dkk. (2023). *Anisa Buku Metodologi Penelitian Kuantitatif*.
- Alwi, M., Kara, M. H., Abdullah, M. W., Fachrurrazy, M., Ekonomi, F., & Islam, B. (2022). KONSEP MAQASID AS SYARIAH DALAM PERBANKAN SYARIAH. *Journal of Islamic Economic Law Des-2022*, 7(2), 56–80. <http://ejournal-iainpalopo.ac.id/alamwal>
- Amruddin, dkk. (2022). *BUKU METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF _ ANOVA*.

Bank Syariah Indonesia. (2024). *BSI Andalkan Digitalisasi untuk Perkuat Penetrasi Keuangan Syariah*.

Fadilla, Z., Ketut Ngurah Ardiawan, M., Eka Sari Karimuddin Abdullah, M., Jannah Ummul

Aiman, M., & Hasda, S. (2022). *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF*.
<http://penerbitzaini.com>

Fauzan Adhim. (2011). *Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Perbankan Syariah dengan Perbankan Konvensional*.

Imam Machadi. (2021). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*.

Departemen Agama RI. 2015. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: Kitab Suci Al-Qur'an DEPAG.

Dini, Wahyu, Aprilia. 2017. Analisis Preferensi Nasabah Bank Syariah di Kota Surakarta. *Skripsi pada Universitas Sebelas Maret Surakarta*. tidak dipublikasikan.

Durianto, Darmadi. 2014. *Brand Equity Ten Strategy Memimpin Pasar*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Ghozali, Imam. 2015. *Analisis Multifariate SPSS*. Semarang: Badan penerbit Universitas diponegoro.

Hasan, Ali. 2019. *Manajemen Bisnis Syariah Kaya di Dunia Terhormat di Akhirat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Iqbal, Zamir dan Mirakhor, Abbas. 2014. *Pengantar Keuangan Islam*. Jakarta: Prenada Media Group.

Karim, A. Adiwarmam. 2016. *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

KBBI. *Pengertian Nasabah*. diakses dari <https://kbbi.web.id/nasabah.html>. pada tanggal 15 Juni 2023.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2019. *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.

Khasanah, Wiwin. 2015. *Pengaruh Persepsi Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Mandiri*. *Skripsi pada Universitas Islam Sunan Kalijaga Yogyakarta*. 2015. tidak dipublikasikan.

Krismanto, Adi. 2019. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada PT Bank Rakyat Indonesia Cabang Semarang Pattimura)*. *Tesis pada Universitas Diponegoro Semarang*. tidak dipublikasikan.

Lestari, Anis, Dewi. 2013. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Banyumanik Semarang*. *Skripsi pada IAIN Walisongo Semarang*. tidak dipublikasikan.

Muhamad. 2014. *Manajemen Keuangan Syariah Analisis Fiqh dan Keuangan*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

Lupiyo, Rambat. 2019. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

Penerbitan, P., Buku, P., & Tinggi, P. (2023). *BUKU AJAR METODOLOGI PENELITIAN (Penelitian Kualitatif) Damera Sinaga UKI PRESS*.

Rachman1, A., Mandiri, D. P., Astuti, W., & Arkoyah, S. (2022). TANTANGAN PERKEMBANGAN PERBANKAN SYARIAH DI INDONESIA. *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance*, 5.

Sihotang, H., Pd, M., Penerbitan, P., Buku, P., & Tinggi, P. (2023). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*.

Sugiyono. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*.