

FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH UNTUK MENABUNG PADA PT. BANK ACEH SYARIAH CABANG BIREUEN

Hamdani

Email: hamdani@pnl.ac.id

Dosen Politeknik Negeri Lhokseumawe

Abstract: *This study aims to know the factors that influence the customers saving decisions partially and simultan cously on the dependent variable, namely the customer decision. This study uses the primary date sources, namely questionnaires purposive random sampling method. The questionnaire was distributed as many as 100 respondents at PT. Bank Aceh Syariah Branch Bireuen. To find out the factors that influence customer decisions among products (X_1), services (X_2), motivation (X_3) and customer decision (Y), the multiple linear regression analysis method is used. From the analysis show that the product, service and motivation partially have a positive and significant effect on the customer's decision in saving money at PT. Bank Aceh Syariah Branch Bireuen. In this study the most dominant variable in influencing the dependent variable is service (X_2) and motivation (X_3). PT. Bank Aceh Syariah Cabang Branch Bireuen must be able to maintain and improve product quality so that customers are interested in saving their money at PT. Bank Aceh Syariah Branch Bireuen.*

Keywords: *Products, Services, Motivations and Customer Decisions*

PENDAHULUAN

Perbankan syariah merupakan suatu lembaga yang menyediakan jasa keuangan bagi masyarakat dimana seluruh aktivitasnya dijalankan berdasarkan etika dan prinsip-prinsip Islam sehingga bebas dari riba (*bunga*), bebas dari kegiatan spekulasi non-produktif seperti perjudian (*maysir*), bebas dari kegiatan yang meragukan (*gharar*), bebas dari perkataan yang tidak sah (*bathil*), dan hanya membiayai usaha-usaha yang halal. Dalam operasinya, bank syariah memberikan dan mengenakan imbalan atas dasar prinsip syariah jual-beli dan bagi hasil sehingga bank ini sering juga dipersamakan dengan bank tanpa bunga (Dita Pertiwi dan Haroni Doli H. Ritonga, 2010).

Perbankan syariah sebagai alternatif dari sistem perbankan konvensional yang diharapkan dapat menggerakkan sektor riil, karena itu perbankan syariah memerlukan pengaturan khusus. Aturan tersebut harus dapat menampung berbagai kepentingan tidak saja umat Islam, tetapi umat non Muslim juga dapat menampung karena perbankan syariah bersifat universal. Layaknya sebuah produk barang, perbankan syariah mulai diminati oleh semua kalangan konsumen (baik muslim maupun non-muslim) di Indonesia. Nasabah mempunyai alasan tertentu atau faktor-faktor tertentu yang mempengaruhi mereka untuk mengambil keputusan dalam menetapkan pilihan pada bank syariah.

Berbagai produk bank dikeluarkan dengan berbagai fasilitas dan kemudahan bertujuan menarik minat masyarakat untuk menggunakan jasa bank tersebut. Nasabah dalam menentukan

jasa perbankan sesuai dengan kebutuhan dan produk jasa yang ada di bank tersebut, karena nasabah akan menabung tentu memilih bank yang dapat memberikan keuntungan dan kemudahan. Setiap nasabah akan memperhatikan dan mempertimbangkan faktor-faktor tertentu untuk memutuskan menabung. Selain itu nasabah juga memperhatikan kualitas pelayanan serta produk yang ditawarkan sehingga nasabah termotivasi untuk menggunakannya. Nasabah akan mempertimbangkan faktor-faktor tersebut untuk mencari kepuasan dan menyimpan dananya di bank, karena bagaimanapun nasabah dalam perilakunya akan mencari kepuasan yang maksimal dalam memenuhi kebutuhannya. Untuk itu dari sisi lain bank syariah harus dapat membaca peluang ini serta dapat mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan nasabah.

Perilaku nasabah merupakan suatu tindakan nyata nasabah yang dipengaruhi oleh faktor-faktor kejiwaan dan faktor luar lainnya yang mengarahkan mereka untuk memilih dan mempergunakan barang/jasa yang diinginkan. Perilaku nasabah suatu produk dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain keyakinan nasabah terhadap produk yang bersangkutan, keyakinan terhadap referen serta pengalaman masa lalu nasabah. Keputusan nasabah untuk menabung di bank syariah dapat ditingkatkan dengan memperhatikan beberapa faktor, antara lain faktor psikis yang merupakan faktor pendorong yang berasal dari dalam diri nasabah yaitu motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan dan sikap, selain itu faktor sosial yang merupakan proses dimana perilaku seseorang dipengaruhi

oleh keluarga, status sosial, dan kelompok acuan, kemudian pemberdayaan bauran pemasaran yang terdiri dari produk, pelayanan dan motivasi.

Keputusan nasabah untuk menabung di bank syariah merupakan suatu pembelian yang diartikan sebagai suatu sikap dan niat untuk berperilaku di masa yang akan datang dan diekspresikan melalui hal-hal seperti, komitmen untuk membeli produk dari perusahaan jika membutuhkan produk lainnya, komitmen untuk memberikan rekomendasi pada orang lain, serta niat untuk menambah jumlah tabungan.

Identifikasi masalah yang diteliti berdasarkan latar belakang pada penelitian dan fenomena yang terjadi adalah tingkat pemahaman masyarakat khususnya pihak nasabah mengenai perbankan syariah masih tergolong rendah. Dengan masih terbatasnya pemahaman masyarakat mengenai kegiatan usaha jasa keuangan perbankan syariah, menyebabkan banyak masyarakat yang memiliki persepsi yang kurang tepat mengenai operasi bank syariah.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Bank Syariah

Bank syariah adalah bank yang melaksanakan usaha berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberi jasa dalam lalu lintas pembayaran, prinsip syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dengan pihak lain untuk penyimpanan kegiatan usaha kegiatan lainnya sesuai dengan syariah.

Bank syariah adalah bank yang kegiatannya mengacu pada hukum Islam, dan dalam kegiatannya tidak membebankan bunga maupun tidak membayar bunga kepada nasabah. Imbalan yang diterima oleh bank syariah maupun yang dibayarkan kepada nasabah tergantung dari akad dan perjanjian antara keduanya (Ismail, 2011:32).

Sedangkan menurut Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 pasal 1 pengertian tentang bank syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya (Wiroso, 2011:45).

Dari teori diatas dapat disimpulkan bahwa bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah atau prinsip hukum Islam. Tidak boleh ada satupun yang bertentangan dengan prinsip syariah, tidak boleh ada satupun yang mengandung unsur

haram, unsur riba, unsur maysir, unsur gharar, dan unsur-unsur terlarang lainnya. Bank syariah wajib menerapkan tata kelola yang baik, bertanggung jawab, professional, akuntabilitas, dan kewajiban dalam menjalankan kegiatan usahanya.

Keputusan Nasabah

Keputusan adalah pemilihan diantara alternatif-alternatif. Pengambilan keputusan sebagai suatu kelanjutan dari cara pemecahan masalah. Pangkal permulaan dari semua aktivitas manusia yang sadar dan terarah baik secara individual maupun secara kelompok, baik secara institusional maupun secara organisasional. Sesuatu yang bersifat futuristik, artinya bersangkutan paut dengan hari masa yang akan datang, dimana efek atau pengaruhnya berlangsung cukup lama.

Keputusan adalah sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah, mencari informasi, beberapa penilaian alternatif, membuat keputusan membeli dan perilaku setelah membeli yang dilalui konsumen/nasabah (Nurul, 2017).

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa pengambilan keputusan merupakan suatu proses pemilihan alternatif terbaik dari beberapa alternatif secara sistematis untuk ditindak lanjuti (digunakan) sebagai suatu cara pemecahan masalah.

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen adalah faktor internal terdiri atas faktor pribadi, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, sikap dan motivasi. Sedangkan faktor eksternal terdiri atas faktor produk dan pelayanan. Proses keputusan nasabah mengungkapkan kompleksitas faktor yang mempengaruhi dan membentuk perilaku proses keputusan (Setiadi, 2013).

Keputusan menurut Kanuk (2010:547) adalah: "*Selection of an option from two or more alternative choices*". Secara garis besar dapat dikatakan bahwa keputusan merupakan sebuah pilihan dari dua atau dari beberapa pilihan alternatif lainnya. Suatu keputusan tercipta ketika nasabah telah melakukan evaluasi secara langsung maupun tidak langsung terhadap suatu produk yang dia inginkan atau yang sedang dia butuhkan. Kebutuhan atau keinginan tersebut dapat berupa suatu produk maupun jasa."

Setiap masyarakat memiliki karakteristik tersendiri dalam menyimpan uang ketempat yang

lebih aman seperti di bank. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan untuk menjadi nasabah dalam jurnal (Ramadlanayah, 2016), yaitu:

1. Produk
Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kedalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan suatu keinginan/semua kebutuhan.
2. Pelayanan
pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antar seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan.
3. Motivasi
Motivasi adalah keadaan dalam diri setiap orang yang menjadi pendorong individu dan menimbulkan suatu tindakan yang akan menjadi pendorong individu dan menimbulkan suatu tindakan yang akan mengarahkannya pada tujuan yang ingin dicapai untuk memenuhi sasaran atau kepuasan .

Dari teori diatas dapat disimpulkan bahwa setiap masyarakat memiliki karakteristik tersendiri dalam menyimpan uangnya ditempat yang lebih aman seperti di bank. Sebelum menabung nasabah mencari tau dulu bagaimana produk, pelayanan, dan motivasi individual. Produk yang ditawarkan memiliki daya tarik sendiri dalam menarik calon nasabah untuk menabung di bank tersebut dan memuaskan suatu keinginan atau semua kebutuhan.

Produk

Produk suatu bank memiliki daya tarik sendiri dalam menarik calon nasabah untuk menabung di bank, keanekaragaman produk jenis tabungan di suatu bank sebagai pendorong suatu keputusan nasabah menabung, dan produk tabungan dalam sebuah bank menurut pengakuan mayoritas masyarakat termasuk produk tabungan dan simpanan yang sudah mampu memenuhi kebutuhan nasabah. Oleh karena itu pihak bank harus lebih mempertahankan kualitas serta terus melakukan penyempurnaan produknya agar masyarakat tetap setia menjadi nasabah.

Produk adalah suatu kumpulan atribut fisik, psikis jasa, dan simbolik yang dibuat untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Sebuah produk terdiri atas atribut-atribut, baik yang berwujud (*tangible*) maupun tidak berwujud

(*intangible*), termasuk kemasan, warna, harga, kualitas dan merek ditambah jasa layanan dari penjualan dan reputasi (Setiyaningrum, 2015:87).

Dari teori di atas dapat disimpulkan bahwa sebuah produk dapat berbentuk barang, tempat, orang, atau gagasan, yang termasuk dalam produk adalah jasa, peristiwa (*event*), orang, tempat, organisasi, gagasan (*idea*) atau campuran dari semua ini. Pada dasarnya, konsumen bukan hanya membeli sejumlah atribut ketika membeli sebuah produk. Mereka sebetulnya juga membeli kepuasan terhadap keinginannya dalam bentuk keuntungan (*benefit*) yang diharapkan akan diterima dari produk tersebut.

Pelayanan

Pelayanan merupakan yang terpenting dalam operasi sebuah perusahaan karena kegiatan yang dapat diidentifikasi dan tidak berwujud dan merupakan tujuan penting dari suatu rencana transaksi, guna memberikan kepuasan kepada konsumen/nasabah.

Menurut (Assegaf, 2009), pelayanan yaitu, "Pelayanan adalah suatu proses bantuan kepada orang lain dengan cara tertentu yang memerlukan kepekaan dan hubungan interpersonal agar terciptanya kepuasan dan keberhasilan. Untuk memenuhi kepuasan pelanggan pada industri jasa, pelayanan sangat penting dikelola dengan baik. Pelayanan merupakan penilaian atau sikap secara menyeluruh yang berhubungan dengan pelayanan sebagai hasil dari perbandingan antara harapan pelanggan dan persepsi atas kinerja pelayanan sebenarnya."

Dari teori diatas dapat disimpulkan bahwa pelanggan dalam mengevaluasi kepuasan terhadap produk dan jasa umumnya mengacu pada berbagai faktor atau dimensi. Kemampuan perusahaan dalam memberikan eksistensinya dan pelayanan yang sesuai dengan apa yang telah dijanjikan, akan memberikan kepercayaan bagi pelanggan. Kesopanan dan pengetahuan para pegawai akan menumbuhkan rasa percaya dan akan menciptakan suasana yang baik antar pelanggan dan pegawai perusahaan.

Motivasi

Motivasi adalah suatu proses yang mendorong atau mempengaruhi seseorang untuk mendapatkan atau mencapai yang diinginkannya baik secara positif maupun negatif. Motivasi akan memberikan perubahan pada seseorang yang muncul akibat dari perasaan, jiwa dan emosi sehingga mendorong untuk melakukan tindakan

sesuatu yang disebabkan karena kebutuhan, keinginan dan tujuan tersebut.

Motivasi adalah kesediaan untuk mengeluarkan tingkat upaya yang tinggi kearah tujuan-tujuan yang hendak dicapainya, yang dikondisikan sebagai kemampuan upaya untuk memenuhi suatu kebutuhan individual (Setiadi, 2015:26).

Dari teori diatas dapat disimpulkan bahwa motivasi sebagai pemberi daya penggerak yang menciptakan perasaan seseorang agar mereka mau bekerja sama, bekerja efektif dan terintegrasi dengan segala upaya untuk mencapai kepuasan. Motivasi juga sebagai daya penggerak didalam diri nasabah dalam keputusan menabung.

Hipotesis

Menurut (Sugiyono, 2010), menyatakan bahwa hipotesis jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara, jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan. Belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh dari melalui kumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik. Hipotesis dirumuskan atas dasar kerangka fikir yang merupakan jawaban sementara atas masalah yang dirumuskan.

H₀₁= Diduga faktor *Produk, Pelayanan, dan Motivasi* secara simultan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Bireuen.

H_{a1}= Diduga faktor *Produk, Pelayanan, dan Motivasi* secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Bireuen.

H₀₂= Diduga faktor *Produk, Pelayanan, dan Motivasi* secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Bireuen.

H_{a2}= Diduga faktor *Produk, Pelayanan, dan Motivasi* secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Bireuen.

HASIL PENELITIAN

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Hasil Uji Validitas

Menurut (Sugiyono, 2009:106) bahwa syarat minimum yang dianggap memenuhi syarat *valid* adalah $r = 0,30$. Maka dari itu penulis menganalisa dengan hasil olahan SPSS versi 18 pada tingkat validitas yang dilakukan dengan syarat diatas 0,30. Apabila hasil menunjukkan diatas 0,30 maka dapat dinyatakan *valid*, dan jika dibawah 0,30 dinyatakan tidak *valid*.

Berdasarkan tabel 1. Di bawah ini dapat disimpulkan bahwa korelasi antara variabel bebas (X1, X2, X3) dan variabel terikat (Y) dengan masing-masing item menunjukkan bahwa ketiga variabel bebas yaitu produk, pelayanan dan motivasi dan variabel terikat yaitu keputusan nasabah untuk menabung terhadap skor total variabel-variabel tersebut dinyatakan *valid* karena memenuhi syarat lebih besar dari 0,30.

Validitas juga merupakan suatu ukuran yang digunakan dalam mengukur tingkat kepercayaan pada instrumen penelitian. Suatu instrumen dikatakan *valid* apabila mampu mengukur apa yang seharusnya diukur serta menggunakan data yang sebenarnya dari variabel yang diteliti.

Berdasarkan uraian diatas dapat disajikan hasil olahan data mengenai pengujian validitas data dalam instrumen penelitian yang dapat dilihat pada tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 1.
Uji Validitas

Variabel	Kode Item Pertanyaan	Koefisien Korelasi	Nilai Batas	Keterangan
a. Produk (X1)	P1	0,672	0,3	Valid
	P2	0,720	0,3	Valid
	P3	0,835	0,3	Valid
	P4	0,672	0,3	Valid
b. Pelayanan (X2)	P1	0,744	0,3	Valid
	P2	0,831	0,3	Valid
	P3	0,750	0,3	Valid
	P4	0,701	0,3	Valid
c. Motivasi (X3)	P1	0,632	0,3	Valid
	P2	0,800	0,3	Valid
	P3	0,648	0,3	Valid
	P4	0,634	0,3	Valid
d. Keputusan Nasabah (Y)	P1	0,770	0,3	Valid
	P2	0,821	0,3	Valid
	P3	0,818	0,3	Valid
	P4	0,739	0,3	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 1 di atas dapat disimpulkan bahwasanya antara variabel bebas (X1,X2,X3) dan variabel terikat (Y) dengan masing-masing item menunjukkan bahwa ketiga variabel bebas yaitu produk, pelayanan, motivasi dan variabel terikat yaitu keputusan nasabah terhadap skor total variabel-variabel tersebut dinyatakan valid karena memenuhi syarat lebih besar dari 0,30.

b. Hasil Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan suatu instrumen yang dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrument dapat dipercaya dan reliable yang akan menghasilkan data yang dapat dipercaya. Menurut (Ghozali, 2006:133) Suatu data instrumen penelitian dikatakan reliabel apabila memiliki nilai cronbach's alpha > 0,60. Adapun hasil olahan data mengenai reliabilitas dan instrumen penelitian untuk variabel bebas dan terikat adalah sebagai berikut:

Tabel 2
Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Status
Variabel Produk (X1)	0,698	Valid
Variabel Pelayanan (X2)	0,749	Valid
Variabel Motivasi (X3)	0,612	Valid
Variabel Keputusan Nasabah (Y)	0,791	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2021

Dari tabel di atas diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60 ($\alpha > 0,60$), sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X1,X2,X3 dan Y adalah reliabel.

c. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian

Data penelitian dikumpulkan dengan membagikan kuesioner secara langsung kepada responden yang berhasil ditemui. Karena kuesioner ini bersifat rahasia tentunya penulis dibantu oleh karyawan PT. Bank Aceh Syariah Cabang Bireuen untuk membagi kuesioner penelitian. Karena penulis tidak bias sembarangan membagikan kuesioner secara langsung kepada responden yang merupakan nasabah yang memutuskan untuk menabung pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Bireuen.

Survey dengan kuesioner dilakukan mulai tanggal 20 Februari 2021 sampai 14 Maret 2021 pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Bireuen dengan mengambil 100 responden. Adapun teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah dengan menggunakan teknik *random sampling*. Dengan demikian syarat pengolahan data dengan alat analisis SPSS versi 18 sampel dapat terpenuhi.

Pada bagian ini akan dideskripsikan hasil penelitian yang diperoleh dari angket berupa jawaban terhadap minat nasabah dalam variabel-variabel penelitian. Variabel tersebut merupakan variabel independen yaitu produk, pelayanan dan

motivasi, variabel dependen yaitu keputusan nasabah untuk menabung pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Bireuen.

Dalam angket responden diberikan pernyataan mengenai sikap mereka terhadap item-item pernyataan tersebut yang sudah disediakan alternative jawaban dengan kategori: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Item pernyataan ini merupakan berdasarkan apa yang mereka alami atau rasakan tentang minat mereka untuk memutuskan menabung pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Bireuen.

d. Tanggapan Responden Terhadap Produk (X1)

Variabel produk ini diwakili oleh empat item pertanyaan, yaitu yang pertama produk tabungan memiliki tingkat margin yang sesuai dengan keinginan nasabah sehingga nasabah tertarik untuk menabung pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Bireuen, yang kedua nasabah memilih menabung pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Bireuen karena biaya administrasi yang rendah, yang ketiga jenis produk yang ditawarkan oleh Bank Aceh Syariah Cabang Bireuen sesuai dengan keinginan nasabah, keempat produk tabungan di PT. Bank Aceh Syariah Cabang Bireuen dilengkapi dengan fasilitas ATM yang memberikan kemudahan bertransaksi bagi nasabah. Adapun pendapat responden terhadap item-item variabel produk dapat dijelaskan pada tabel 3 sebagai berikut:

Tabel 3
Tanggapan Responden Berkaitan Dengan Produk

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS	Skor Rata-Rata
1	Produk Tabungan memiliki tingkat margin yang rendah sehingga nasabah tertarik untuk menabung pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Bireuen.	0	0	8	42	50	4,42
2	Nasabah memilih menabung di PT. Bank Aceh Syariah Cabang Bireuen karena biaya administrasi yang rendah.	0	0	2	41	57	4,55
3	Jenis produk yang ditawarkan oleh Bank Aceh Syariah Cabang Bireuen sesuai dengan keinginan nasabah.	0	1	3	43	53	4,48
4	Produk Tabungan di PT. Bank Aceh Syariah Cabang Bireuen dilengkapi dengan fasilitas ATM yang memberikan kemudahan bertransaksi bagi nasabah.	0	1	0	35	64	4,62
Rata-Rata							4,52

Sumber: Data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 3 dari jawaban responden atas pertanyaan yang diajukan peneliti kepada responden dapat diketahui rata-rata tertinggi sebesar 4,62 atas produk tabungan di PT. Bank Aceh Syariah Cabang Bireuen dilengkapi dengan fasilitas ATM yang memberikan kemudahan bertransaksi bagi nasabah. Kemudian diikuti sebesar 4,55 atas nasabah memilih menabung di PT. Bank Aceh Syariah Cabang Bireuen karena biaya administrasi yang rendah. Kemudian diikuti sebesar sebesar 4,48 atas jenis produk yang ditawarkan oleh Bank Aceh Syariah Cabang Bireuen sesuai dengan keinginan nasabah. Kemudian rata-rata terendah sebesar 4,42 atas produk tabungan memiliki tingkat margin yang rendah sehingga nasabah tertarik untuk menabung pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Bireuen. Sedangkan total rata-rata dari keseluruhan pernyataannya diatas sebesar 4,52.

e. Tanggapan Responden Terhadap Pelayanan (X2)

Dalam variabel pelayanan disini diwakili empat pertanyaan, yaitu yang pertama pelayanan dari para karyawan Bank Aceh Cabang Bireuen cepat dan ramah, yang kedua Pelayanan Customer Service sangat cepat dalam menanggapi keluhan nasabah, yang ketiga Pelayanan PT. Bank Aceh Syariah Cabang Bireuen sangat baik dan tepat waktu, dan yang keempat pelayanan yang professional oleh karyawan PT. Bank Aceh Syariah Cabang Bireuen membuat nasabah sangat nyaman.

Adapun pendapat responden terhadap item-item variabel pelayanan dapat dijelaskan pada tabel 4 sebagai berikut:

Tabel 4.
Tanggapan Responden Berkaitan Dengan Pelayanan

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS	Skor Rata-Rata
1	Pelayanan dari para karyawan Bank Aceh Syariah Cabang Bireuen cepat dan ramah.	0	0	7	43	50	4,43
2	Pelayanan Customer Service sangat cepat dalam menanggapi keluhan nasabah.	0	0	4	40	56	4,52
3	Pelayanan PT. Bank Aceh Syariah Cabang Bireuen sangat baik dan tepat waktu.	0	0	0	51	49	4,49
4	Pelayanan yang professional oleh karyawan PT. Bank Aceh Syariah Cabang Bireuen membuat nasabah sangat nyaman.	0	0	0	38	62	4,62
Rata-Rata							4,51

Sumber: Data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4 dari jawaban responden atas pertanyaan yang diajukan peneliti kepada responden dapat diketahui nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,62 atas pelayanan yang professional oleh karyawan PT. Bank Aceh Syariah Cabang Bireuen membuat nasabah sangat nyaman. Kemudian diikuti sebesar 4,52 atas pelayanan customer service sangat cepat dalam menanggapi keluhan nasabah. Kemudian diikuti sebesar 4,49 atas pelayanan PT. Bank Aceh Syariah Cabang Bireuen sangat baik dan tepat waktu. Kemudian nilai rata-rata terendah sebesar 4,43 atas pelayanan dari para karyawan Bank Aceh Syariah Cabang Bireuen cepat dan ramah. Sedangkan total rata-rata dari keseluruhan pernyataannya diatas sebesar 4,51.

f. Tanggapan Responden Terhadap Motivasi (X3)

Dalam variabel motivasi disini diwakili oleh empat pertanyaan, yaitu yang pertama nasabah dalam menabung termotivasi karena bisa memilih jenis tabungan yang sesuai dengan yang diinginkan, yang kedua menabung di Bank Aceh Syariah Cabang Bireuen karena adanya pemicu psikologis, yang ketiga menabung di Bank Aceh Syariah Cabang Bireuen karena adanya pemicu emosional, dan yang keempat menabung di Bank Aceh Syariah Cabang Bireuen karena adanya pemicu kesadaran dan lingkungan.

Adapun pendapat responden terhadap item-item variabel motivasi dapat dijelaskan pada tabel 5 sebagai berikut:

Tabel 5
Tanggapan Responden Berkaitan Dengan Motivasi

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS	Skor Rata-Rata
1	Nasabah dalam menabung termotivasi karena bisa memilih jenis tabungan yang sesuai dengan yang diinginkan.	1	0	5	39	55	4,46
2	Menabung di Bank Aceh Syariah Cabang Samudera Lhokseumawe karena adanya pemicu psikologis.	1	2	2	41	54	4,44
3	Menabung di Bank Aceh Syariah Cabang Samudera Lhokseumawe karena adanya pemicu emosional.	3	1	16	42	38	4,08
4	Menabung di Bank Aceh Syariah Cabang Samudera Lhokseumawe karena adanya pemicu kesadaran dan lingkungan.	0	2	4	29	65	4,57
Rata-Rata							4,39

Sumber: Data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 5 dari jawaban responden atas pertanyaan yang diajukan peneliti kepada responden dapat diketahui nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,57 atas menabung di Bank Aceh Syariah Cabang Bireuen karena adanya pemicu kesadaran dan lingkungan. Kemudian diikuti sebesar 4,46 atas nasabah dalam menabung termotivasi karena bisa memilih jenis tabungan yang sesuai dengan yang diinginkan. Kemudian diikuti sebesar 4,44 atas menabung di Bank Aceh Syariah Cabang Bireuen karena adanya pemicu psikologis. Kemudian nilai rata-rata terendah sebesar 4,08 atas menabung di Bank Aceh Syariah Cabang Bireuen karena adanya pemicu emosional. Sedangkan rata-rata dari keseluruhan pernyataan diatas sebesar 4,39.

g. Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Nasabah (Y)

Dalam variabel keputusan nasabah disini diwakili oleh empat pertanyaan, yaitu yang pertama saya menabung di PT. Bank Aceh Syariah Cabang Bireuen karena sesuai dengan keinginan saya, yang kedua saya menabung di PT. Bank Aceh Syariah Cabang Bireuen karena kinerja karyawan sangat baik dan berkualitas, yang ketiga saya tertarik menabung di Bank Aceh Syariah Cabang Bireuen karena kemudahan akses informasinya, dan yang keempat saya menabung di PT. Bank Aceh Syariah Cabang Samudera Lhokseumawe karena pihak bank yang selalu siap membantu dan melayani nasabah. Adapun pendapat responden terhadap keputusan nasabah dapat dijelaskan pada tabel 6 sebagai berikut:

Tabel 6
Tanggapan Responden Berkaitan Dengan Keputusan Nasabah

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS	Skor Rata-Rata
1	Saya Menabung di PT.Bank Aceh Syariah Cabang Bireuen karena sesuai dengan keinginan saya.	0	0	3	29	68	4,65
2	Saya menabung di PT.Bank Aceh Syariah Cabang Bireuen karena kinerja karyawan sangat baik dan berkualitas.	0	0	2	28	70	4,68
3	Saya tertarik menabung di Bank Aceh Syariah Cabang Bireuen karena kemudahan akses informasinya.	0	0	2	30	68	4,66
4	Saya menabung di PT. Bank Aceh Syariah Cabang Bireuen karena pihak bank yang selalu siap membantu dan melayani nasabah.	0	0	0	18	82	4,82
Rata-Rata							4,70

Sumber: Data Primer diolah, 2021

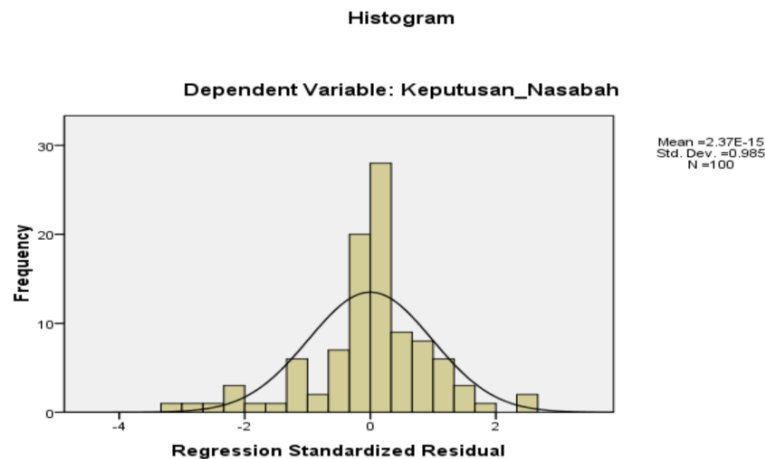
Berdasarkan tabel 6 dari jawaban responden atas pertanyaan yang diajukan peneliti kepada responden dapat diketahui nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,82 atas menabung di PT. Bank Aceh Syariah Cabang Bireuen karena pihak bank yang selalu siap membantu dan melayani nasabah. Kemudian diikuti sebesar 4,68 atas menabung di PT.Bank Aceh Syariah Cabang Bireuen karena kinerja karyawan sangat baik dan berkualitas. Kemudian diikuti sebesar 4,66 atas nasabah menabung di Bank Aceh Syariah Cabang Bireuen karena kemudahan akses informasinya. Kemudian nilai rata-rata terendah sebesar 4,65 atas menabung di PT. Bank Aceh Syariah Cabang Bireuen karena sesuai dengan keinginan saya. Sedangkan total rata-rata dari keseluruhan pernyataan diatas sebesar 4,70.

h. Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan sebagai pertimbangan pemilihan alat uji statistik yang tepat. Uji normalitas dilakukan dengan uji *Kolmogrov-Smirnov*. Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram dan normal *probabilityplot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Uji normalitas melihat grafik secara histogram dan grafik normal p-lot sebagaimana terlihat dalam gambar berikut ini:

Gambar 1
Grafik Histogram Untuk Uji Normalitas

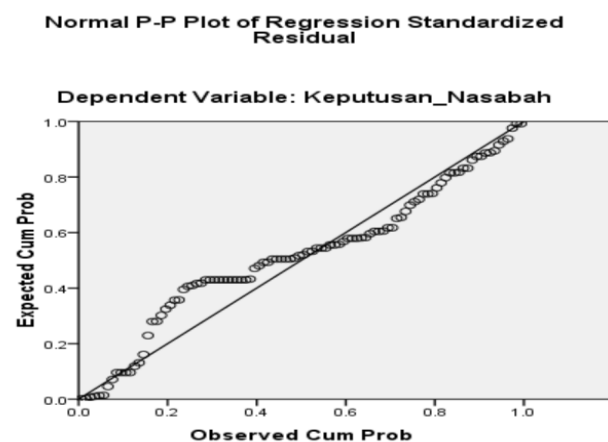


Sumber: Data primer diolah, 2021

Dapat dilihat dari hasil uji normalitas pada histogram diatas data mengikuti kurva berbentuk lonceng yang sedikit kearah kanan sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut terdistribusi secara normal, dengan melihat histogramnya saja

masih terdapat kesimpulan yang meragukan. Oleh karena itu digunakan grafik normal P-Plot yang menggambarkan keberadaan titik-titik di sekitar garis diagonal akan dibuktikan pada gambar 2 sebagai berikut:

Gambar 2
Normalitas Data



Sumber: Data primer diolah, 2021

Berdasarkan pada grafik di atas residual data menunjukkan kurva normal yang terlihat pada titik-titik menyebar disekitar garis normal (garis diagonal), serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Maka model regresi layak dipakai untuk prediksi pembiayaan murabahah berdasarkan masukan variabel independennya atau model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Uji statistik lain yang dapat dilakukan dalam asumsi klasik untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak dengan uji *One-Sampel Kolmogorov-Smirnov Test*. Hasil normalitas ini dilakukan dari nilai signifikan $> 0,05$ berarti menunjukkan model regresi telah memenuhi asumsi normalitas. Uji normalitas dapat dilihat pada tabel 7 sebagai berikut:

Tabel 7
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		100	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	1.15649835	
Most Extreme Differences	Absolute	.165	
	Positive	.091	
	Negative	-.165	
Kolmogorov-Smirnov Z		1.651	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.09	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.010 ^c	
	95% Confidence Interval	Lower Bound	.000
		Upper Bound	.030

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Based on 100 sampled tables with starting seed 957002199.

Sumber: Data primer diolah, 2021

Dari hasil analisis di atas dapat disimpulkan bahwa hasil uji normalitas bilangan $0,09 > 0,05$ (alpha), karena nilai sig $> 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Hasil Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui apakah ada korelasi antar variabel

independen pada model regresi. Jika ada korelasi, maka dinamakan multikolinieritas. Untuk mendeteksi terdapat tidaknya multikolinieritas didasarkan pada nilai VIF (Variance Inflation Factor) dan tolerance. Dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Mempunyai nilai VIF di bawah angka 10
2. Angka toleransi di atas 0,10 (10%)

Tabel 8
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
PRODUK	.607	1.648
PELAYANAN	.529	1.892
MOTIVASI	.621	1.610

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN NASABAH

Sumber: Data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 8 di atas nilai tolerance menunjukkan tidak ada variabel bebas yang memiliki nilai tolerance diatas 10%. Hasil perhitungan nilai VIF juga menunjukkan hal yang sama tidak ada variabel bebas yang memiliki nilai

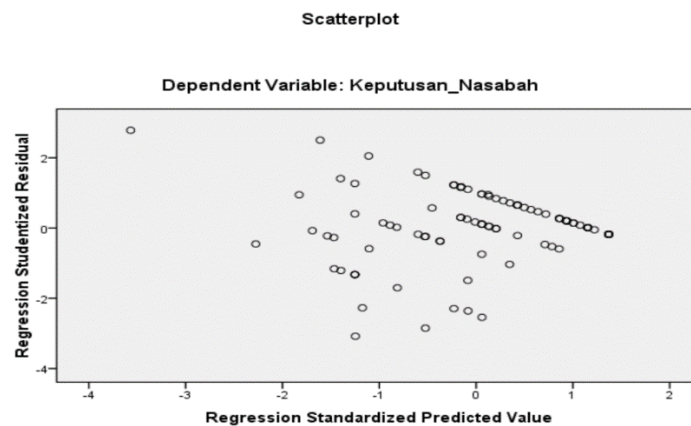
VIF lebih dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada problem multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual dari suatu pengamatan ke

pengamatan yang lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas. Jika varians berbeda, disebut Heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala heteroskedastisitas dalam penelitian ini digunakan metode grafik plot yaitu sebagai berikut:

Gambar 3
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data primer diolah, 2021

Dari gambar 3 terlihat bahwa titik-titik dari data menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y dan tidak membentuk suatu pola tertentu. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah *heteroskedastisitas* pada model regresi.

Hasil Analisis Regresi Berganda

Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi seperti variabel produk, pelayanan dan motivasi terhadap keputusan nasabah. Hasil persamaan regresi dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 9
Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.836	1.438		4.754	.000
	PRODUK	.150	.089	.165	1.782	.096
	PELAYANAN	.297	.098	.320	3.043	.003
	MOTIVASI	.221	.073	.292	3.010	.003

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN_NASABAH

Sumber: Data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 9 menunjukkan persamaan regresi yang menjelaskan ada atau tidaknya pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel

terikat serta dapat mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Dari tabel

9 tersebut diperoleh model regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 6,836 + 0,150 X_1 + 0,297 X_2 + 0,221 X_3$$

Koefisien-koefisien pada persamaan regresi linier berganda diatas dapat diartikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta model persamaan regresi adalah sebesar 6,836. Artinya jika variabel produk, pelayanan dan motivasi bernilai nol (0), maka nilai keputusan nasabah adalah sebesar 6,836.
2. Nilai koefisien regresi produk (X_1) adalah sebesar 0,150. Hal ini menunjukkan bahwa setiap penambahan satu nasabah, maka keputusan nasabah akan meningkat sebesar 0,150. Artinya jika produk semakin berkualitas maka keputusan nasabah untuk menabung akan meningkat.
3. Nilai koefisien regresi pelayanan (X_2) adalah sebesar 0,297. Hal ini menunjukkan bahwa setiap penambahan satu nasabah, maka keputusan nasabah akan meningkat sebesar 0,297. Artinya jika pelayanan yang diberikan semakin baik maka keputusan nasabah untuk menabung semakin meningkat.
4. Nilai koefisien motivasi (X_3) adalah sebesar 0,221. Hal ini menunjukkan bahwa setiap penambahan satu nasabah, maka keputusan nasabah akan meningkat sebesar 0,221. Artinya jika motivasi yang timbul dari nasabah semakin meningkat maka keputusan nasabah untuk menabung semakin meningkat.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan dari penelitian yang berjudul faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menabung pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Bireuen, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara simultan variabel produk, pelayanan dan motivasi berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Bireuen dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $24,887 > 2,70$ dan tingkat signifikan 0,000.
2. Secara parsial variabel produk, pelayanan dan motivasi berpengaruh terhadap keputusan nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Bireuen dengan nilai T_{hitung} sebesar 4,754 dengan nilai signifikan 0,000 yang berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima hal ini berarti produk, pelayanan dan motivasi

berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Dan produk dengan nilai T_{hitung} sebesar 1,782 dengan signifikan 0,096. pelayanan dengan nilai T_{hitung} sebesar 3,043 dengan signifikan sebesar 0,003 dan motivasi dengan nilai T_{hitung} 3,010 dengan signifikan 0,003.

3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa antara variabel independen dengan variabel dependen mempunyai hubungan yang rendah dengan nilai 43,7% dan kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat mencapai 56,3%.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diambil maka saran yang penulis ajukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pelayanan dan motivasi memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap keputusan nasabah dibandingkan dengan variabel produk. Oleh karena itu PT. Bank Aceh Syariah Cabang Bireuen harus mampu menjaga serta meningkatkan kualitas produk sehingga nasabah berminat untuk menabung pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Bireuen. Serta untuk meningkatkan jumlah nasabahnya pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Bireuen harus giat memperkenalkan produk-produknya yang lebih bermanfaat dan menguntungkan sehingga nasabah tertarik untuk menabung pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Bireuen.
2. Untuk mendukung agar jumlah nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Bireuen untuk dapat memperbaiki dari sisi produk dengan menambah variasi produk dan memperbaiki pelayanan supaya nasabah tertarik dan merasakan kepuasan dengan hal ini untuk menciptakan pengaruh positif bagi PT. Bank Aceh Syariah Cabang Bireuen.
3. Bagi peneliti selanjutnya, variabel penelitian sebaiknya lebih dari tiga variabel dan dapat melakukan pengamatan lebih lanjut tentang sebab-sebab variabel tertentu yang berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Bireuen.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M. (2013). **Buku Saku Perbankan Syariah**.
Arifin Zainal. (2013). **Evaluasi Pembelajaran**.
Jakarta: PT Remaja Rosdakarya.

- Assegaf, M. (2009). **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pelanggan. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 60.**
- Danang Sunyoto. (2016). **Penggunaan Teknik Ekonometrika.** Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Dita Pertiwi dan Haroni Doli H. Ritonga. (2010). **Analisis Minat Menabung Masyarakat Pada Bank Muamalat Di Kota Kisaran** Dita Pertiwi dan Haroni Doli H. Ritonga.
- Duwi Priyanto. (2010). **Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS.** Yogyakarta: Cetakan Pertama. Mediakom.
- Eddy, H. (2007). **Manajemen Operasi. Manajemen Operasi.** Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Ghozali Imam. (2011). **Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS Cetakan Keempat.** Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- _____, (2016). **Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23. Semarang: Edisi 8.** Universitas Diponegoro.
- Ismail. (2011). **Perbankan Syariah.** Jakarta: Kencana.
- Kanuk, S. dan. (2010). **Perilaku Konsumen Edisi 7.** Jakarta.
- Keller, K. (2016). **Manajemen Pemasaran.**
- Lubis, Irma, S. (2010). **Pengaruh Kualitas Produk dan pelayanan Terhadap Kesadaran Merk Pada Nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Medan.** Universitas Sumatera Utara.
- Munajim, A., & Anwar, S. (2016). **Faktor yang mempengaruhi keputusan menjadi nasabah bank syariah.** Ilmiah Indonesia.
- Nugroho J Setiadi. (2013). **Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran.** Jakarta: Prenada Media.
- Nurul, Inayah ;Sri, S. (2017). **Analisis Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus di Pt. Bprs Puduarta Insani). At-Tawassuth.**
- Sabillah Azhar Ramadlanayah. (2016). **Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan untuk menjadi nasabah pada pt. bni syariah kep sidoarjo.**
- Setiadi. (2015). **Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen.** Jakarta: Prenada Media Group.
- Setiyaningrum, Ari, J. U. dan E. (2015). **Prinsip-Prinsip Pemasaran.** Yogyakarta: ANDI.
- Sugiyono. (2013). **Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.** Bandung: Alfaberta.
- _____, (2014). **Metode Penelitian Bisnis.** Bandung: Penerbit CV Alfaberta.
- Suliyanto. (2011). **Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS.** Yogyakarta: ANDI.
- Surwono. (2015). **Teori dan Praktik Riset Pemasaran dengan SPSS.** Yogyakarta.
- Uyanto. (2015). **Pedoman Analisis Data dengan SPSS.** Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Wiroso. (2011). **Produk Perbankan Syariah (Vol. 34).** Jakarta: Penerbit LPFE Usakti.