

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap variabel-variabel yang mempengaruhi minat menabung nasabah pada bank BSI Syariah cabang Kota Mataram dapat dikatakan bahwa:

1. Minat masyarakat untuk menabung pada bank BSI Syariah Kota Mataram dipengaruhi secara signifikan oleh variabel produk dan reputasi, sedangkan variabel layanan, produk, dan religius tidak berpengaruh signifikan.

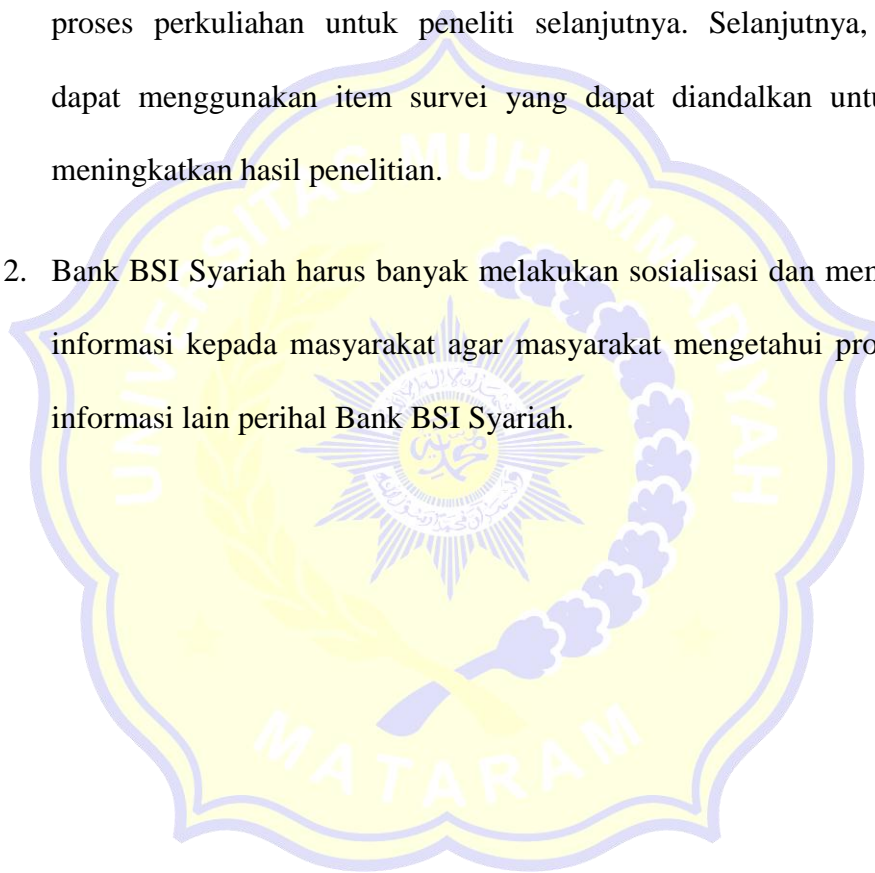
Religius tidak berpengaruh negatif signifikan terhadap tabungan. Bank BSI Syariah adalah bank yang baru dan masih kurang adanya kepercayaan dari masyarakat dan pengetahuan bahwa bank tersebut jauh dari riba karena berbasis syariah.

2. Faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan nasabah memilih menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah pada variabel X2 atau pada faktor produk karena nilai  $t_{hitung}$  yang diperoleh dari variabel X2 (Produk) 3,717

## 5.2 Saran

Berdasarkan kajian dan pembahasan, penulis mengajukan saran sebagai berikut :

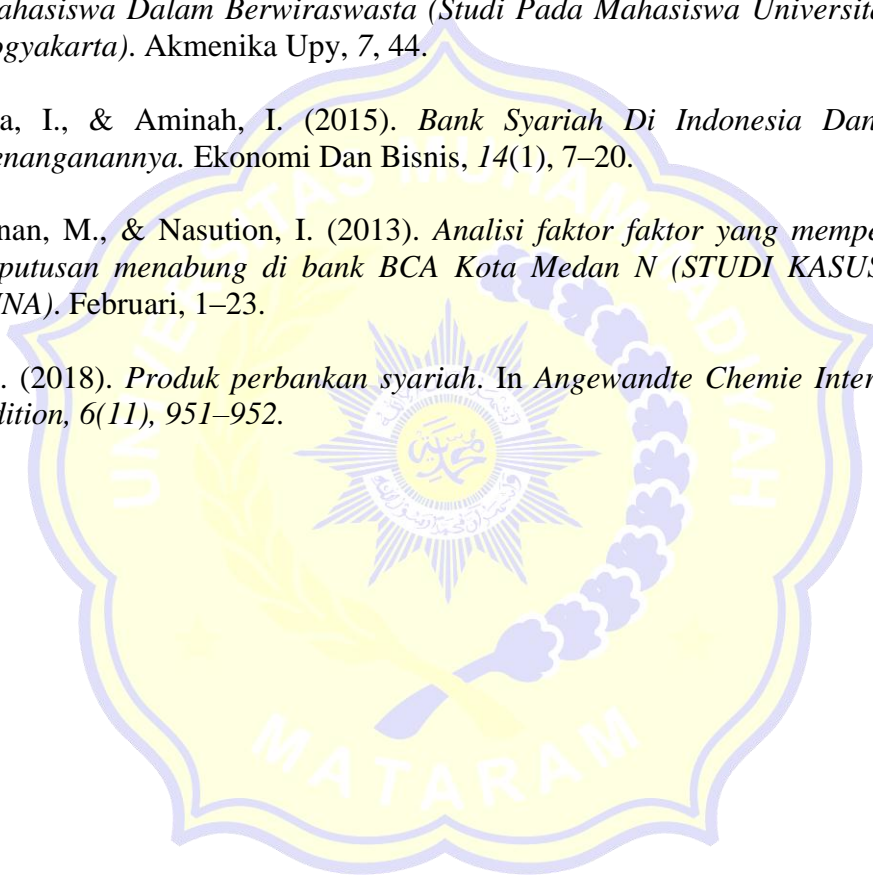
1. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi atau bahan pertimbangan untuk pembahasan terkait bukti studi kasus dan topik serta proses perkuliahan untuk peneliti selanjutnya. Selanjutnya, peneliti dapat menggunakan item survei yang dapat diandalkan untuk lebih meningkatkan hasil penelitian.
2. Bank BSI Syariah harus banyak melakukan sosialisasi dan memberikan informasi kepada masyarakat agar masyarakat mengetahui produk dan informasi lain perihal Bank BSI Syariah.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abhimantra, A., Maulina, A. R., & Agustianingsih, E. (2013). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah (Mahasiswa) dalam memilih menabung pada bank syariah*. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 13(1), 113713.
- Atabik, A. (2013). *Analisis Historis Perkembangan*. *Iqtishadia*, 6(2), 357–378.
- Damayanti, S. (2017). Pengaruh Pandangan Islam, Pelayanan Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Di Bank Syariah Mandiri Cabang X. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 9(1), 17. <https://doi.org/10.25105/jmpj.v9i1.1412>
- Di, S. M. A., Medan, K., Abdallah, M., Lubis, I., Sc, M. S., & Ph, D. (2007). *Analisis minat menabung pada bank syariah di kalangan siswa SMA di kota Medan (Studi kasus : siswa madrasah aliyah negeri)*. 436–447.
- Firdaus, S. (2017). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan untuk menabung di bank syariah (studi pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas brawijaya angkatan 2013)*.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku konsumen* (Issue December).
- Indonesia,P.B.S.(2021).*Bank Syariah Indonesia (BSI)*. [https://ir.bankbsi.co.id/corporate\\_history.html](https://ir.bankbsi.co.id/corporate_history.html)
- Iryani, E. (2017). *AL- QUR'AN Dan ilmu pengetahuan* Eva Iryani 1. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 17(3), 70.
- Ismail, Z. (n.d.). *Teori Ekonomi*.
- Kanedi, I., Utami, F. H., & Zulita, L. N. (2017). *Sistem Pelayanan Untuk Peningkatan Kepuasan Pengunjung Pada Perpustakaan Arsip Dan Dokumentasi Kota Bengkulu*. *Pseudocode*, 4(1), 37–46. <https://doi.org/10.33369/pseudocode.4.1.37-46>
- Keungan, J. otoritas. (2017). *Otoritas Jaksa Keungan (OJK)*. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/pages/sejarah-perbankan-syariah.aspx>
- Masyarakat, M., Di, M., Syariah, B., Untuk, D., Salah, M., Syarat, S., Gelar, M., & Ekonomi, S. (2016). *Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Jurusan Ekonomi Islam Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar*.
- Mukoffi, A. (2010). *Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menabung (studi kasus pada Bank Mandiri Malang)*. *April*, 67–77.

- Rabbani, L. (2020). *Pengaruh pengetahuan, religius, dan kualitas pekayanan terhadap keputusan nasabah menabung pada bank syariah (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri Pusat)*.
- Sufitrayati, & Fanny, N. (2018). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Syariah Di Kota Banda Aceh*. Sufitrayati, 52.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&DE*.
- Suhartini, Y. (2011). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Dalam Berwiraswasta (Studi Pada Mahasiswa Universitas PGRI Yogyakarta)*. Akmenika Upy, 7, 44.
- Syafrida, I., & Aminah, I. (2015). *Bank Syariah Di Indonesia Dan Upaya Penanganannya*. Ekonomi Dan Bisnis, 14(1), 7–20.
- Tambunan, M., & Nasution, I. (2013). *Analisi faktor faktor yang mempengaruhi keputusan menabung di bank BCA Kota Medan N (STUDI KASUS ETNIS CINA)*. Februari, 1–23.
- Wiroso. (2018). *Produk perbankan syariah*. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.





## LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

### KUESIONER PENELITIAN

#### **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH MENABUNG DI BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) CABANG KOTA MATARAM”**

##### PENGANTAR

---

Dalam rangka menyelesaikan studi atau skripsi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Jurusan Administrasi Bisnis (Konsentrasi Perbankan), Universitas Muhammadiyah Mataram. Maka dari itu saya mohon kesediaan Bapak/ Ibu, atau Saudara/I untuk mengisi Kuesioner tentang “Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah memilih menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) cabang Kota Mataram. Informasi dari Bapak, Ibu, atau Saudara / i berikan merupakan bantuan yang sangat berarti dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Terimakasih atas kesediaannya dalam meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian ini.

Peneliti,

Ma'shum Putra 'Alim

218120131

## DATA RESPONDEN

Sebelum menjawab pertanyaan dalam kuesioner ini, mohon Bapak/ Ibu mengisi data berikut terlebih dahulu. (Jawaban yang saudara berikan akan diperlakukan secara rahasia).

Nama :

Jenis Kelamin :

Umur :  20-29 Tahun  30-39 Tahun  40-50 Tahun

Jenjang Pendidikan :

## PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Responden dapat memberikan jawaban dengan memberikan tanda centang (√) pada salah satu pilihan jawaban yang tersedia. Hanya satu jawaban saja yang dimungkinkan untuk setiap pertanyaan.

Pada masing-masing pertanyaan terdapat lima alternative jawaban yang mengacu pada teknik skala Likert, yaitu:

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

CS = Cukup Setuju

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

**A. Religiusitas (X1)**

No	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
1	Bank Syariah Indoensia melaksanakan prinsip-prinsip islam dalam setiap praktik transaksi perbankannya					
2	Saya menabung di Bank Syariah Indonesia karena tidak mengandung unsur riba					
3	Karyawan Bank Syariah Indonesia berpenampilan sopan sesuai ajaran Islam					

**B. Produk (X2)**

No	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
1.	Nama produk tabungan mudah dikenal dan diingat					
2.	Sistem bagi hasil yang ditetapkan sesuai dengan keinginan nasabah					
3.	Informasi tentang tabungan disampaikan secara langsung kepada nasabah					

**C. Reputasi (X3)**

No	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
1.	Saya mendapatkan kesan yang baik saat menabung di Bank Syariah Indonesia					
2.	Bank Syariah Indonesia merupakan tempat menabung yang baik bagi					



	masyarakat					
3.	Saya menabung di Bank Syariah Indonesia karena penampilan pegawai Bank Syariah yang menarik dan sesuai dengan citra bank					

**D. Minat Menabung (Y1)**

No	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
1.	Saya mendapatkan kesan yang baik saat menabung di Bank Syariah Indonesia					
2.	Saya menabung di Bank Syariah Indonesia karena pelayanannya memuaskan dan karyawannya berpenampilan islami					
3.	Saya menabung di Bank Syariah Indonesia karena menggunakan sistem bagi hasil					
4.	Saya menabung di Bank Syariah Indonesia karena tertarik dengan produk yang ditawarkannya					

Lampiran 3 : Hasil Olah Data SPSS

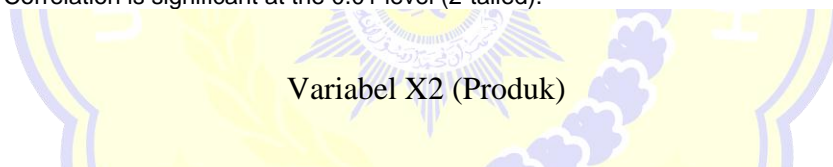
1. Uji Validitas

Varibael X1 (Religius)

**Correlations**

		X1.1	X1.2	X1.3	totalX1
X1.1	Pearson Correlation	1	.685**	.530**	.855**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	60	60	60	60
X1.2	Pearson Correlation	.685**	1	.599**	.892**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	60	60	60	60
X1.3	Pearson Correlation	.530**	.599**	1	.827**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	60	60	60	60
totalX1	Pearson Correlation	.855**	.892**	.827**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60

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



Variabel X2 (Produk)

**Correlations**

		X2.1	X2.2	X2.3	totalX2
X2.1	Pearson Correlation	1	.510**	.671**	.884**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	60	60	60	60
X2.2	Pearson Correlation	.510**	1	.551**	.786**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	60	60	60	60
X2.3	Pearson Correlation	.671**	.551**	1	.869**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	60	60	60	60
totalX2	Pearson Correlation	.884**	.786**	.869**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60

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

### Variabel X3 (Reputasi)

#### Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	totalX3
X3.1	Pearson Correlation	1	.751**	.585**	.861**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	60	60	60	60
X3.2	Pearson Correlation	.751**	1	.695**	.905**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	60	60	60	60
X3.3	Pearson Correlation	.585**	.695**	1	.887**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	60	60	60	60
totalX3	Pearson Correlation	.861**	.905**	.887**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60

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

### Variabel Y (Minat Masyarakat Menabung)

#### Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	totalY
Y1	Pearson Correlation	1	.730**	.357**	.604**	.802**
	Sig. (2-tailed)		.000	.005	.000	.000
	N	60	60	60	60	60
Y2	Pearson Correlation	.730**	1	.525**	.628**	.871**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60
Y3	Pearson Correlation	.357**	.525**	1	.655**	.774**
	Sig. (2-tailed)	.005	.000		.000	.000
	N	60	60	60	60	60
Y4	Pearson Correlation	.604**	.628**	.655**	1	.869**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	60	60	60	60	60

totalY	Pearson Correlation	.802**	.871**	.774**	.869**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60	60

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

## 2. Uji Reliabilitas

### Variabel X1 (Religius)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.821	3

### Variabel X2 (Produk)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.798	3

### Variabel X3 (Reputasi)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.846	3

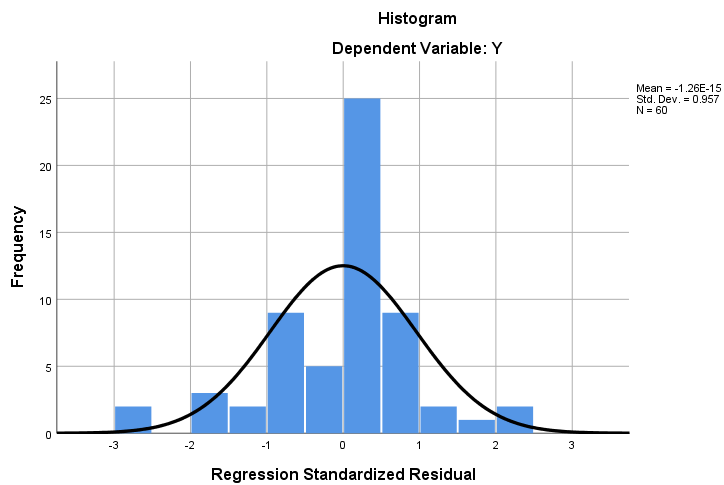
### Variabel Y (Minat Masyarakat Menabung)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.847	4

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		32
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.63203056
Most Extreme Differences	Absolute	.200
	Positive	.200
	Negative	-.149
Test Statistic		.200
Asymp. Sig. (2-tailed)		.002 <sup>c</sup>
Exact Sig. (2-tailed)		.135
Point Probability		.000
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		



Lampiran 4 : Analisis Regresi Linier Berganda

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	1.354	1.131		1.197	.236
	Religius	.059	.126	.045	.465	.643
	Produk	.607	.163	.445	3.717	.000
	Reputasi	.552	.151	.446	3.645	.001

a. Dependent Variable: Minat Menabung



Lampiran 5:

Hasil Uji R<sup>2</sup>

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.892 <sup>a</sup>	.796	.785	1.518

a. Predictors: (Constant), Reputasi, Religius, Produk

b. Dependent Variable: Minat Menabung

Hasil Uji F

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	504.577	3	168.192	73.001	.000 <sup>b</sup>
	Residual	129.023	56	2.304		
	Total	633.600	59			

a. Dependent Variable: Minat Menabung

b. Predictors: (Constant), Reputasi, Religius, Produk

Hasil Uji T

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.354	1.131		1.197	.236
	Religius	.059	.126	.045	.465	.643
	Produk	.607	.163	.445	3.717	.000
	Reputasi	.552	.151	.446	3.645	.001

a. Dependent Variable: Minat Menabung

