

BAB IV

DESKRIPSI DATA, PEMBUKTIAN HIPOTESIS, DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Profil Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pamekasan

a. Sejarah Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pamekasan

PT. Bank Syariah Indonesia atau yang lebih dikenal dengan BSI adalah perbankan syariah yang berdiri pada tanggal 01 Februari 2021 bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H dan diresmikan langsung oleh Presiden Jokowi. Berdirinya BSI diawali pada tahun 2016, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mempersiapkan *roadmap* atau peta jalan untuk pengembangan keuangan syariah. Selanjutnya pada tahun 2019, OJK mendorong perbankan syariah serta UUS (Unit Usaha Syariah) untuk melakukan konsolidasi atau merger perbankan. Penggabungan awalnya terdiri dari beberapa perbankan, diantaranya PT Bank BNI Syariah, PT Bank Syariah Mandiri, PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, PT Bank BRI Syariah, dan Unit Usaha Syariah. Selanjutnya, 02 Juli 2020, Menteri Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Erick Thohir memiliki rencana untuk menggabungkan 4 Bank Syariah BUMN yaitu Mandiri Syariah, BRI Syariah, BNI Syariah, dan BTN Syariah.¹²³

Oktober 2020, peluncuran pengumuman secara resmi dari pemerintah akan adanya rencana merger perbankan syariah dari ketiga bank yang tergabung dalam Himpunan Bank Milik Negara (Himbara) yaitu Mandiri Syariah, BNI Syariah, serta BRI Syariah yang telah mendominasi industri perbankan nasional.

¹²³ Monita Malahani, "Mekanisme Pelaksanaan Transaksi *Real Time Gross Settlement* (RTGS) Berbasis *Webform* Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang Bintaro" (Laporan Magang, Universitas Islam Indonesia, 2022), 15.

Selanjutnya pada tanggal 11 Desember 2020, penetapan nama untuk perusahaan hasil merger yaitu PT Bank Syariah Indonesia Tbk. Pada tanggal 27 Januari 2021 akhirnya OJK mengeluarkan surat izin resmi untuk merger atas Bank Syariah Indonesia (BSI) sebagai entitas baru hasil penggabungan (merger). Izin tersebut terbit melalui surat dengan Nomor: SR-3/PB.1/2021. Surat tersebut mempunyai isi yang berkaitan dengan diberikannya izin Penggabungan PT BRI Syariah Tbk menjadi Izin Usaha atas nama PT Bank Syariah Indonesia Tbk. Setelah izin usaha didapatkan, tahapan berikutnya adalah mengurus perubahan Anggaran Dasar serta pengesahan nama dan logo baru yang diurus pada Kementerian Hukum dan HAM, serta mengurus pencatatan saham yang terdapat di BEI.¹²⁴

Melalui dorongan serta sinergi dari perusahaan induk (Mandiri, BNI, dan BRI) serta dukungan dan komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN. Terhitung mulai tanggal 01 Februari 2021, PT BRI Syariah tercatat di BEI sebagai PT Bank Syariah Indonesia Tbk, namun tetap menggunakan kode BRIS.¹²⁵ Komposisi pemegang saham BSI adalah: PT Bank Mandiri (Persero) Tbk 50,83%, PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk 24,85%, PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk 17,25%. Sisanya adalah pemegang saham yang masing-masing di bawah 5%.

Penggabungan ini menyatukan kelebihan dari ketiga bank syariah tersebut, sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, BSI didorong untuk dapat bersaing di tingkat global. BSI merupakan ikhtiar atas

¹²⁴ Ibid., 16.

¹²⁵ Ibid.

lahirnya bank syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan BSI juga menjadi cermin wajah perbankan Syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (Rahmatan Lil ‘Aalamiin).¹²⁶

Potensi BSI untuk terus berkembang dan menjadi bagian dari kelompok bank syariah terkemuka di tingkat global sangat terbuka. Selain kinerja yang tumbuh positif, dukungan iklim bahwa pemerintah Indonesia memiliki misi lahirnya ekosistem industri halal dan memiliki bank syariah nasional yang besar serta kuat, fakta bahwa Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia ikut membuka peluang. Dalam konteks inilah kehadiran BSI menjadi sangat penting. Bukan hanya mampu memainkan peran penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem industri halal, tetapi juga sebuah ikhtiar mewujudkan harapan Negeri.¹²⁷

Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pamekasan merupakan eks Bank Syariah Mandiri. Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pamekasan juga berdiri pada tanggal 01 Februari 2021 bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H. Lokasinya berada di Jl. KH. Agus Salim No. 3A, Kelurahan Barurambat Kota, Kecamatan Pamekasan, Kabupaten Pamekasan, Provinsi Jawa Timur.

b. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pamekasan

1) Visi:

“Top 10 Global Islamic Bank”

¹²⁶ Bank Syariah Indonesia, “Sejarah Perseroan,” Bank BSI, diakses dari https://ir.bankbsi.co.id/corporate_history.html pada tanggal 3 November 2023 pukul 09.35 WIB.

¹²⁷ Ibid.

2) Misi:

- a) Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia

Melayani >20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan aset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025.

- b) Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham

Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2).

- c) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia

Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.¹²⁸

c. Nilai-Nilai Perusahaan Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pamekasan

Bank syariah Indonesia memiliki enam nilai-nilai Perusahaan atau disebut

Core Values AKHLAK diantaranya:¹²⁹

- 1) Amanah

Memegang teguh kepercayaan yang diberikan

- 2) Kompeten

Terus belajar dan mengembangkan kapabilitas

¹²⁸ Bank Syariah Indonesia, “Visi & Misi,” Bank BSI, diakses dari https://ir.bankbsi.co.id/vision_mission.html, pada tanggal 3 November 2023 pukul 13.16 WIB.

¹²⁹ Bank Syariah Indonesia, “Nilai-nilai Perusahaan” Bank BSI, diakses dari https://ir.bankbsi.co.id/corporate_values.html, pada tanggal 3 November 2023 pukul 14.02 WIB.

3) Harmonis

Saling peduli dan menghargai perbedaan

4) Loyal

Berdedikasi dan mengutamakan kepentingan Bangsa dan Negara

5) Adaptif

Terus berinovasi dan antusias dalam menggerakkan ataupun menghadapi perubahan

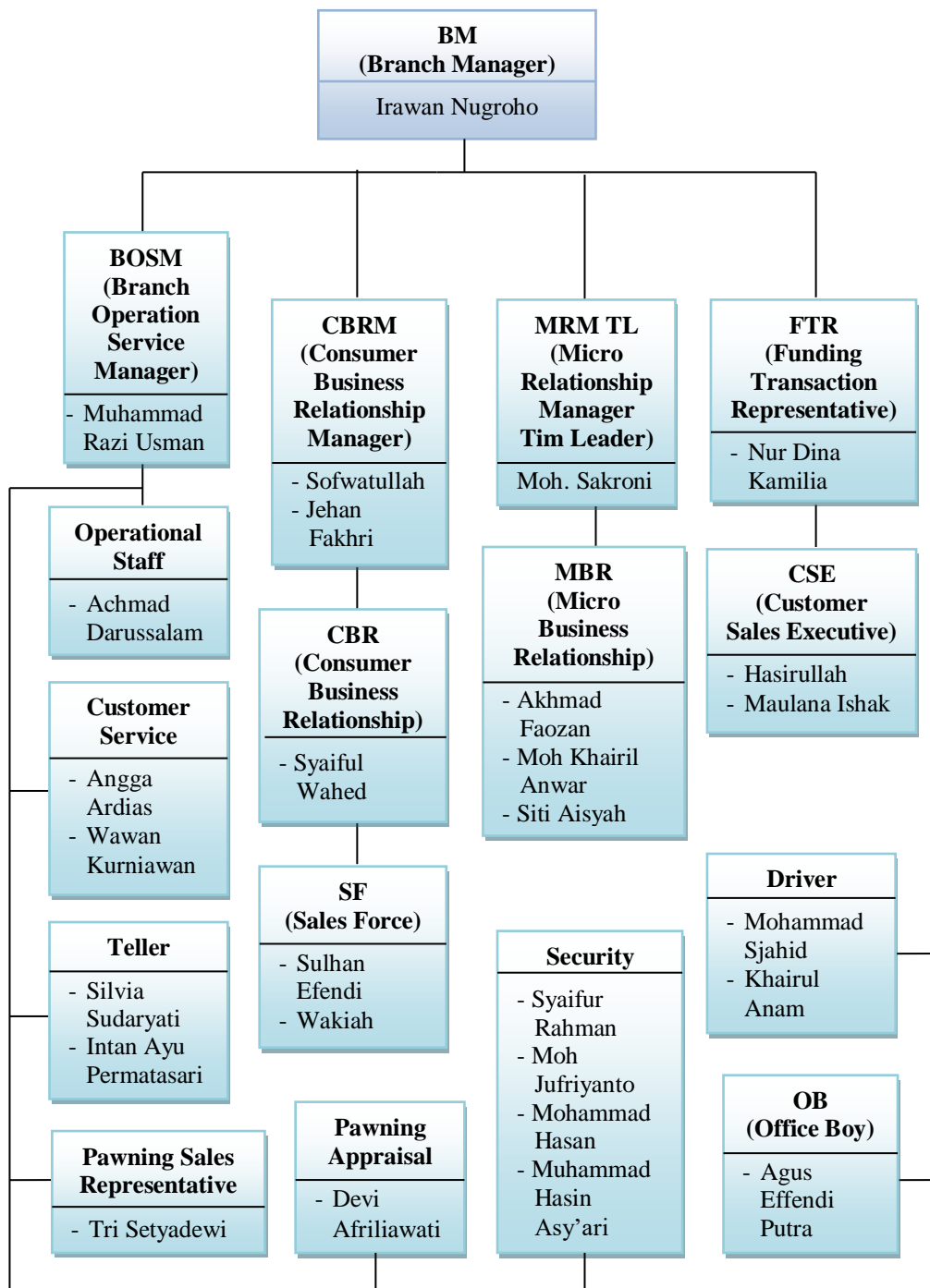
6) Kolaboratif

Membangun kerja sama yang sinergis

**d. Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang
Pamekasan**

Gambar 4.1

**Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang
Pamekasan**



e. Produk-Produk Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pamekasan

1) Produk Penghimpunan Dana (*Funding*)

a) BSI Tabungan Easy Wadiah

Tabungan dalam mata uang rupiah berdasarkan prinsip *Wadiah Yad Dhamanah* yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam operasional kas di kantor bank atau melalui ATM. Untuk setor tunai melalui ATM hanya dapat dilakukan melalui ATM BSI. Keunggulannya yaitu bebas biaya administrasi bulanan, gratis biaya tarik tunai di seluruh ATM Bank Mandiri, dapat dibuka melalui pembukaan rekening online. Syarat pembukaan rekening yaitu KTP dan NPWP.¹³⁰

b) BSI Tabungan Pendidikan

Tabungan berjangka untuk keperluan dana pendidikan dengan jumlah setoran bulanan tetap (*installment*) dan dilengkapi perlindungan asuransi. Melalui BSI Tabungan Pendidikan akan dapat membantu nasabah disiplin menabung setiap bulan untuk tujuan pendidikan. Keunggulannya yaitu bagi hasil kompetitif, manfaat asuransi sampai dengan maks. 120x setoran bulanan atau maksimal 200 juta ditambah pembayaran sisa setoran bulanan untuk masa yang belum berjalan, pilihan jangka waktu s.d. 20 tahun dengan minimum setoran Rp100rb.¹³¹

c) BSI Tabungan Easy Mudharabah

Tabungan dalam mata uang Rupiah yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam operasional kas di kantor bank atau melalui

¹³⁰ Brosur Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pamekasan

¹³¹ Bank Syariah Indonesia, “*BSI Tabungan Pendidikan*,” Bank BSI, diakses dari <https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/tipe/individu/parent/produk/bsi-tabungan-pendidikan>, pada tanggal 18 November 2023 pukul 09.16 WIB.

ATM. Biaya administrasi Rp 10.000/bulan, akad yang digunakan *Mudharabah Muthlaqah*. Keunggulannya yaitu kemudahan transaksi dengan BSI Mobile dan BSI Internet Banking, gratis biaya tarik tunai di seluruh ATM Bank Mandiri, dapat dibuka melalui pembukaan rekening online.¹³²

d) BSI Tabungan Simpanan Pelajar

Tabungan dengan akad Wadiah Yad Dhamanah untuk siswa yang diterbitkan secara nasional oleh bank-bank syariah di Indonesia, dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik, dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini. Keunggulannya yaitu bebas biaya administrasi bulanan, gratis biaya tarik tunai, setoran awal ringan Rp1.000.¹³³

e) BSI Tabungan Junior

Produk tabungan dengan akad wadiah dan mudhrabah untuk anak-anak berusia dibawah 17 tahun, dimana tabungan ini dilengkapi dengan akses transaksi melalui eBanking yang dilengkapi Kartu ATM desain khusus anak. Keunggulannya yaitu nama anak tertera pada buku tabungan dan BSI Debit SABI Card, fasilitas eBanking (BSI Mobile), SMS notifikasi ke HP Orang tua, desain BSI Debit SABI Card yang menarik, anak dapat menggunakan desain customize pada BSI Debit SABI Card, bebas biaya kelolaan rekening, dapat menerima dana

¹³² Brosur Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pamekasan

¹³³ Bank Syariah Indonesia, “*BSI Tabungan Simpanan Pelajar*,” Bank BSI, diakses dari <https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/produk/bsi-tabungan-simpanan-pelajar>, pada tanggal 18 November 2023 pukul 09.21 WIB.

secara otomatis (autokredit) dari rekening Tabungan/Giro Perorangan IDR milik orang tua/wali dengan menggunakan standing order.¹³⁴

f) BSI Tabungan Bisnis

Tabungan dalam mata uang rupiah yang dapat memberikan kemudahan transaksi bagi pengusaha dengan fasilitas lengkap. Akad yang digunakan adalah *Mudharabah Muthlaqah*. Keunggulaannya yaitu kemudahan dalam pengelolaan bisnis melalui limit transaksi yang besar, transaksi bisnis tercatat rinci di BSI Net Banking, BSI Mobile dan buku tabungan.¹³⁵

g) BSI Tabungan Berencana

Tabungan berjangka yang memberikan nisbah bagi hasil yang diperuntukan bagi segmen perorangan dalam merencanakan keuangannya dengan sistem autodebet dan gratis perlindungan asuransi. Keunggulannya yaitu kepastian mencapai target dana, bagi hasil kompetitif, gratis perlindungan asuransi syariah, gratis biaya administrasi bulanan¹³⁶.

h) BSI Deposito Rupiah dan BSI Deposito Valas

Simpanan berjangka yang dikelola dengan akad *Mudharabah* yang ditunjukkan bagi nasabah perorangan dan perusahaan dalam mata uang rupiah dan USD. Tersedia jangka waktu 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan dan 12 bulan. Keunggulannya yaitu nisbah bagi hasil yang kompetitif, Fasilitas ARO (Automatic Roll Over)

¹³⁴ Bank Syariah Indonesia, “*BSI Tabungan Junior*,” Bank BSI, diakses dari <https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/produk/bsi-tabungan-junior>, pada tanggal 18 November 2023 pukul 09.27 WIB.

¹³⁵ Bank Syariah Indonesia, “*BSI Tabungan Bisnis*,” Bank BSI, diakses dari <https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/tipe/individu/parent/produk/bsi-tabungan-bisnis>, pada tanggal 18 November 2023 pukul 09.38 WIB.

¹³⁶ Brosur Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pamekasan

yaitu perpanjangan otomatis jika deposito jatuh tempo belum dicairkan, terdapat pilihan jangka waktu 1,3,6 dan 12 Bulan.¹³⁷

i) BSI Tabungan Haji Indonesia

Tabungan dalam bentuk Rupiah atau USD untuk perencanaan ibadah haji dan umrah berdasarkan prinsip syariah dengan akad Wadiah dan Mudharabah. Keunggulannya yaitu tanpa biaya administrasi bulanan, online dengan SISKOHAT, pelunasan haji secara online, Mendapat kartu haji & umrah bagi nasabah yang telah mendaftar haji. Syarat dan ketentuan umum: perorangan usia 17 tahun ke atas atau sudah menikah, kartu identitas diri KTP dan atau NPWP.¹³⁸

j) BSI Tabungan Haji Muda Indonesia

Tabungan dalam bentuk Rupiah atau USD untuk perencanaan ibadah haji dan umrah bagi anak (kurang dari 17 tahun). Keunggulannya yaitu gratis biaya administrasi bulanan, fasilitas notifikasi saat saldo cukup didaftarkan untuk porsi haji, online dengan SISKOHAT Kementerian Agama, bebas biaya *standing instruction* agar disiplin menabung setiap bulannya.¹³⁹

2) Produk Penyaluran Dana (*Landing*)

a) BSI Mitraguna Berkah

Pembiayaan untuk beragam kebutuhan dengan berbagai manfaat serta kemudahan bagi pegawai payroll BSI. Keunggulannya yaitu limit pembiayaan s.d

¹³⁷ Bank Syariah Indonesia, “*BSI Deposito Rupiah*,” Bank BSI, diakses dari <https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/produk/bsi-deposito-rupiah>, pada tanggal 18 November 2023 pukul 09.49 WIB.

¹³⁸ Brosur Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pamekasan

¹³⁹ Bank Syariah Indonesia, “*BSI Tabungan Haji Muda Indonesia*,” Bank BSI, diakses dari <https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/produk/bsi-tabungan-haji-muda-indonesia>, pada tanggal 18 November 2023 pukul 10.05 WIB.

Rp 1.5 miliar, jangka waktu pembiayaan s.d 15 tahun, angsuran tetap s.d lunas, tanpa agunan, proses mudah.¹⁴⁰

b) BSI Griya

BSI Griya merupakan fasilitas pembiayaan kepemilikan rumah maupun ragam kebutuhan lain sebagai berikut:¹⁴¹

(1) BSI Griya Pembelian

Pembelian Rumah/Ruko/Rukan/Apartemen kondisi baru atau bekas dengan menggunakan akad murabahah

(2) BSI Griya Take Over

Pengambilalihan pembiayaan KPR dari bank lain dengan angsuran yang lebih murah

(3) BSI Griya Top Up

Penambahan pembiayaan untuk nasabah BSI Griya dengan menggunakan property yang masih menjadi agunan dari pembiayaan sebelumnya dengan menggunakan akad Musyarakah Mutanaqisah (MMQ)

(4) BSI Griya Refinancing

Pemenuhan kebutuhan nasabah untuk renovasi, biaya pendidikan atau biaya kesehatan dalam bentuk penilaian atas rumah nasabah.

¹⁴⁰ Bank Syariah Indonesia, “*BSI Mitraguna Berkah*,” Bank BSI, diakses dari <https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/tipe/individu/parent/produk/bsi-mitraguna-berkah>, pada tanggal 18 November 2023 pukul 10.20 WIB.

¹⁴¹ Bank Syariah Indonesia, “*BSI Griya*,” Bank BSI, diakses dari <https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/tipe/individu/parent/produk/bsi-griya>, pada tanggal 18 November 2023 pukul 10.30 WIB.

c) BSI OTO

Fasilitas pembiayaan kepemilikan mobil baru, mobil bekas dan motor baru dengan akad murabahah yang dapat diajukan melalui kantor cabang dan BSI Mobile.¹⁴²

d) BSI Usaha Mikro

Fasilitas pembiayaan kepada pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dengan plafond sampai dengan RP. 200 juta untuk tujuan modal kerja, investasi, dan konsumtif. Maksimum tenor s.d 60 bulan. BSI Usaha Mikro dibagi menjadi tiga jenis, yaitu BSI Usaha Mikro (Rp 2,5 Juta - Rp 50 Juta), BSI Usaha Mikro (diatas Rp 50 Juta - Rp 75 Juta), BSI Usaha Mikro (diatas Rp 75 Juta - Rp 200 Juta). Perbedaan dari ketiga jenis tersebut hanya terletak pada jumlah plafondnya.¹⁴³

e) BSI KUR

Fasilitas pembiayaan program pemerintah kepada pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) yang memiliki usaha layak dan produktif sesuai prinsip syariah untuk memenuhi kebutuhan modal kerja dan investasi dengan plafond s.d Rp 500 juta. Maksimum tenor untuk modal kerja s.d 48 bulan dan untuk investasi s.d 60 bulan. Margin setara 6%. BSI KUR dibagi menjadi tiga jenis, yaitu KUR Super Mikro (plafond sd Rp. 10 Juta), KUR Mikro (di atas Rp. 10 Juta - Rp. 100

¹⁴² Bank Syariah Indonesia, “*BSI OTO*,” Bank BSI, diakses dari <https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/produk/bsi-oto>, pada tanggal 18 November 2023 pukul 10.36 WIB.

¹⁴³Bank Syariah Indonesia, “*BSI Usaha Mikro*,” Salam Digital Bank BSI, diakses dari <https://salamdigital.bankbsi.co.id/pembiayaan/bsi-usaha-mikro>, pada tanggal 18 November 2023 pukul 10.43 WIB.

Juta), KUR Kecil (di atas Rp. 100 Juta - Rp. 500 Juta). Perbedaan dari ketiga jenis tersebut hanya terletak pada jumlah plafondnya.¹⁴⁴

2. Deskripsi Data Penelitian

Data penelitian ini dikumpulkan dengan cara membagikan kuesioner kepada responden secara langsung maupun melalui link google form. Penelitian ini menyebarkan 100 kuesioner kepada nasabah yang memiliki tabungan di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pamekasan. Data yang diperoleh kemudian diolah menggunakan SPSS 24, setelah memenuhi jumlah sampel. Berikut rincian pengumpulan data penelitian dengan kuesioner.

Tabel 4.1

Rincian Penerimaan dan Pengembalian Kuesioner

Kuesioner	Jumlah
Kuesioner yang disebarkan	100
Kuesioner yang tidak kembali	0
Kuesioner yang kembali	100
Kuesioner yang digugurkan	0
Kuesioner yang digunakan	100
Tingkat pengembalian	100%
Tingkat pengembalian yang digunakan	100%

Sumber: data primer yang diolah, 2023

¹⁴⁴ Bank Syariah Indonesia, “*BSI KUR*,” Salam Digital Bank BSI, diakses dari <https://salamdigital.bankbsi.co.id/pembiayaan/bsi-kur>, pada tanggal 18 November 2023 pukul 10.51 WIB.

3. Deskripsi Data Responden

Deskripsi data responden berisi tentang keadaan atau kondisi responden sebagai informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian. Responden dalam penelitian ini memiliki beberapa karakteristik. Karakteristik penelitian tersebut terdiri dari:

a. Jenis Kelamin Responden

Data mengenai jenis kelamin nasabah yang memiliki tabungan di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pamekasan yang menjadi responden pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Jenis Kelamin			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	Laki-laki	32	32,0	32,0	32,0
	Perempuan	68	68,0	68,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: output SPSS, data primer yang diolah 2023.

Berdasarkan tabel 4.2, dapat diketahui bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 32 orang dengan persentase sebesar 32%, sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 68 orang dengan persentase sebesar 68%. Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden yang mengisi kuesioner dalam penelitian ini berjenis kelamin perempuan.

b. Usia Responden

Data mengenai usia nasabah yang memiliki tabungan di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pamekasan yang menjadi responden pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

		Usia			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	<21	7	7,0	7,0	7,0
	21-30	67	67,0	67,0	74,0
	31-40	12	12,0	12,0	86,0
	41-50	8	8,0	8,0	94,0
	>50	6	6,0	6,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: output SPSS, data primer yang diolah 2023.

Berdasarkan tabel 4.3, dapat diketahui bahwa responden yang berusia di bawah 21 tahun berjumlah 7 orang dengan persentase sebesar 7%, usia 21-30 tahun berjumlah 67 orang dengan persentase sebesar 67%, usia 31-40 tahun berjumlah 12 orang dengan persentase sebesar 12%, usia 41-50 tahun berjumlah 8 orang dengan persentase sebesar 8%, dan responden yang berusia di atas 50 tahun berjumlah 6 orang dengan persentase sebesar 6%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden yang mengisi kuesioner dalam penelitian ini adalah nasabah yang berusia 21-30 tahun.

c. Pendidikan Terakhir Responden

Data mengenai pendidikan terakhir nasabah yang memiliki tabungan di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pamekasan yang menjadi responden pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD/ sederajat	1	1,0	1,0	1,0
	SLTA/ sederajat	63	63,0	63,0	64,0
	D1/D2/D3	1	1,0	1,0	65,0
	D4/S1/S2	35	35,0	35,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: output SPSS, data primer yang diolah 2023.

Berdasarkan tabel 4.4, dapat diketahui bahwa responden yang berpendidikan SD/ sederajat berjumlah 1 orang dengan persentase sebesar 1%, responden yang berpendidikan SLTA/ sederajat berjumlah 63 orang dengan persentase sebesar 63%, dan responden yang berpendidikan D1/D2/D3 berjumlah 1 orang dengan persentase 1%, serta responden yang berpendidikan D4/S1/S2 berjumlah 35 orang dengan persentase sebesar 35%. Dari data tersebut menunjukkan bahwa mayoritas nasabah yang memiliki tabungan di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pamekasan yang menjadi responden pada penelitian ini berlatar belakang pendidikan SLTA/ sederajat berjumlah 63 orang dengan persentase 63%.

d. Pekerjaan Responden

Data mengenai pekerjaan nasabah yang memiliki tabungan di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pamekasan yang menjadi responden pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/Mahasiswa	54	54,0	54,0	54,0
	Guru/Dosen	9	9,0	9,0	63,0
	PNS	4	4,0	4,0	67,0
	Wiraswasta	8	8,0	8,0	75,0
	Lain-lain	25	25,0	25,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: output SPSS, data primer yang diolah 2023.

Berdasarkan tabel 4.5, dapat diketahui bahwa responden dengan pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 54 orang dengan persentase sebesar 54%, responden yang bekerja sebagai guru/dosen berjumlah 9 orang dengan persentase sebesar 9%, responden yang bekerja sebagai PNS berjumlah 4 orang dengan persentase 4%, responden yang bekerja sebagai wiraswasta berjumlah 8 orang dengan persentase 8%, dan sisanya memiliki pekerjaan yang beragam berjumlah 25 orang dengan persentase sebesar 25%. Dari data tersebut menunjukkan bahwa mayoritas pekerjaan nasabah yang memiliki tabungan di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pamekasan yang menjadi responden pada penelitian ini yaitu sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 54 orang dengan persentase sebesar 54%.

e. Domisili Responden

Data mengenai domisili nasabah yang memiliki tabungan di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pamekasan yang menjadi responden pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.6
Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili

		Domisili		Valid Percent	Cumulative Percent
		Frequency	Percent		
Valid	Sampang	2	2,0	2,0	2,0
	Pamekasan	88	88,0	88,0	90,0
	Sumenep	8	8,0	8,0	98,0
	Lain-lain	2	2,0	2,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: output SPSS, data primer yang diolah 2023.

Berdasarkan tabel 4.6, dapat diketahui bahwa responden yang berdomisili sampang berjumlah 2 orang dengan persentase sebesar 2%, responden yang berdomisili Pamekasan berjumlah 88 orang dengan persentase sebesar 88%, responden yang berdomisili Sumenep berjumlah 8 orang dengan persentase sebesar 8%, dan responden yang berdomisili lain-lain atau yang berasal dari daerah lain berjumlah 2 orang dengan persentase 2%. Dari data tersebut menunjukkan bahwa mayoritas nasabah yang memiliki tabungan di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pamekasan yang menjadi responden pada penelitian ini berdomisili Pamekasan berjumlah 88 orang dengan persentase sebesar 88%.

4. Deskripsi Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini instrumen yang digunakan adalah kuesioner, yang berisikan 10 pernyataan untuk variabel *Word of Mouth* (X1), 10 pernyataan untuk variabel Reputasi (X2), 10 pernyataan untuk variabel Keputusan Nasabah Menabung (Y). Jadi, jumlah pernyataan pada kuesioner dalam penelitian ini berjumlah 30 pernyataan.

a. Variabel *Word of Mouth* (X1)

Tanggapan responden terkait variabel *Word of Mouth* (X1) dijelaskan oleh item pernyataan sebagai berikut:

Tabel 4.7

Respon Terhadap Variabel *Word of Mouth* (X1)

No. Item	SS		S		N		TS		STS		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	26	26%	48	48%	23	23%	3	3%	-	-	100
2	22	22%	61	61%	12	12%	5	5%	-	-	100
3	15	15%	58	58%	23	23%	4	4%	-	-	100
4	31	31%	48	48%	18	18%	3	3%	-	-	100
5	16	16%	50	50%	22	22%	11	11%	1	1%	100
6	18	18%	46	46%	29	29%	7	7%	-	-	100
7	10	10%	52	52%	30	30%	8	8%	-	-	100
8	31	31%	54	54%	13	13%	2	2%	-	-	100
9	40	40%	44	44%	16	16%	-	-	-	-	100
10	44	44%	48	48%	7	7%	1	1%	-	-	100
Jumlah	253	-	509	-	193	-	44	-	1	-	1000

Sumber: output SPSS, data primer yang diolah 2023.

Berdasarkan tabel 4.7 menunjukkan bahwa responden memberikan tanggapan pada item pernyataan *word of mouth* (X1) dengan menjawab sangat setuju sebanyak 253, menjawab setuju sebanyak 509, menjawab netral sebanyak 193, menjawab tidak setuju sebanyak 44, menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1.

$$\text{Skor} = \frac{(\sum SS \times 5) + (\sum S \times 4) + (\sum N \times 3) + (\sum TS \times 2) + (\sum STS \times 1)}{(n \times 5 \times 10)} \times 100\%$$

$$\begin{aligned}
&= \frac{(253 \times 5) + (509 \times 4) + (193 \times 3) + (44 \times 2) + (1 \times 1)}{(100 \times 5 \times 10)} \times 100\% \\
&= \frac{1.265 + 2.036 + 579 + 88 + 1}{5.000} \times 100\% \\
&= \frac{3.969}{5.000} \times 100\% \\
&= 79,38\%
\end{aligned}$$

Jumlah skor kriterium (bila setiap butir menjawab skor tertinggi) = $100 \times 5 \times$

10. Jumlah responden = 100, skor tertinggi tiap butir = 5, jumlah pernyataan 10, jumlah skor pengumpulan data 3.969. Dari nilai tersebut menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap item-item pernyataan tentang *Word of Mouth* sebesar 79,38%.

b. Variabel Reputasi (X2)

Tanggapan responden terkait variabel Reputasi (X2) dijelaskan oleh item pernyataan sebagai berikut:

Tabel 4.8

Respon Terhadap Variabel Reputasi (X2)

No. Item	SS		S		N		TS		STS		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
11	40	40%	53	53%	7	7%	-	-	-	-	100
12	35	35%	52	52%	13	13%	-	-	-	-	100
13	35	35%	54	54%	11	11%	-	-	-	-	100
14	20	20%	49	49%	29	29%	2	2%	-	-	100
15	31	31%	55	55%	12	12%	2	2%	-	-	100
16	30	30%	52	52%	18	18%	-	-	-	-	100
17	39	39%	49	49%	12	12%	-	-	-	-	100

18	26	26%	54	54%	19	19%	1	1%	-	-	100
19	19	19%	59	59%	22	22%	-	-	-	-	100
20	25	25%	52	52%	23	23%	-	-	-	-	100
Jumlah	300	-	529	-	166	-	5	-	-	-	1000

Sumber: output SPSS, data primer yang diolah 2023.

Berdasarkan tabel 4.8 menunjukkan bahwa responden memberikan tanggapan pada item pernyataan reputasi (X2) dengan menjawab sangat setuju sebanyak 300, menjawab setuju sebanyak 529, menjawab netral sebanyak 166, menjawab tidak setuju sebanyak 5, menjawab sangat tidak setuju 0.

$$\begin{aligned}
 \text{Skor} &= \frac{((\sum SS \times 5) + (\sum S \times 4) + (\sum N \times 3) + (\sum TS \times 2) + (\sum STS \times 1))}{(n \times 5 \times 10)} \times 100\% \\
 &= \frac{((300 \times 5) + (529 \times 4) + (166 \times 3) + (5 \times 2) + (0 \times 1))}{(100 \times 5 \times 10)} \times 100\% \\
 &= \frac{1.500 + 2.116 + 498 + 10 + 0}{5.000} \times 100\% \\
 &= \frac{4.124}{5.000} \times 100\% \\
 &= 82,48\%
 \end{aligned}$$

Jumlah skor kriterium (bila setiap butir menjawab skor tertinggi) = 100 x 5 x 10. Jumlah responden = 100, skor tertinggi tiap butir = 5, jumlah pernyataan = 10, jumlah skor pengumpulan data = 4.124. Dari nilai tersebut menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap item-item pernyataan tentang reputasi sebesar 82,48%.

c. Variabel Keputusan Nasabah Menabung (Y)

Tanggapan responden terkait variabel Keputusan Nasabah Menabung (Y) dijelaskan oleh item pernyataan sebagai berikut:

Tabel 4.9

Respon Terhadap Variabel Keputusan Nasabah Menabung (Y)

No. Item	SS		S		N		TS		STS		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
21	26	26%	60	60%	13	13%	1	1%	-	-	100
22	21	21%	36	36%	41	41%	1	1%	1	1%	100
23	19	19%	53	53%	19	19%	6	6%	3	3%	100
24	21	21%	54	54%	18	18%	7	7%	-	-	100
25	17	17%	40	40%	35	35%	7	7%	1	1%	100
26	18	18%	31	31%	42	42%	9	9%	-	-	100
27	32	32%	49	49%	16	16%	3	3%	-	-	100
28	13	13%	42	42%	29	29%	13	13%	3	3%	100
29	30	30%	51	51%	18	18%	1	1%	-	-	100
30	31	31%	49	49%	18	18%	2	2%	-	-	100
Jumlah	228	-	465	-	249	-	50	-	8	-	1000

Sumber: output SPSS, data primer yang diolah 2023.

Berdasarkan tabel 4.9 menunjukkan bahwa responden memberikan tanggapan pada item pernyataan keputusan nasabah menabung (Y) dengan menjawab sangat setuju sebanyak 228, menjawab setuju sebanyak 465, menjawab netral sebanyak 249, menjawab tidak setuju sebanyak 50, menjawab sangat tidak setuju 8.

$$\begin{aligned}
 \text{Skor} &= \frac{((\sum \text{SS} \times 5) + (\sum \text{S} \times 4) + (\sum \text{N} \times 3) + (\sum \text{TS} \times 2) + (\sum \text{STS} \times 1))}{(n \times 5 \times 10)} \times 100\% \\
 &= \frac{((228 \times 5) + (465 \times 4) + (249 \times 3) + (50 \times 2) + (8 \times 1))}{(100 \times 5 \times 10)} \times 100\% \\
 &= \frac{1.140 + 1.860 + 747 + 100 + 8}{5.000} \times 100\%
 \end{aligned}$$

$$= \frac{3.855}{5.000} \times 100\%$$

$$= 77,1\%$$

Jumlah skor kriterium (bila setiap butir menjawab skor tertinggi) = $100 \times 5 \times 10$. Jumlah responden = 100, skor tertinggi tiap butir = 5, jumlah pernyataan = 10, jumlah skor pengumpulan data = 3.855. Dari nilai tersebut menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap item-item pernyataan tentang keputusan nasabah menabung sebesar 77,1%.

5. Uji Kualitas Data

Pada penelitian ini, untuk menguji kualitas data maka menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas dengan bantuan SPSS versi 24.

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pernyataan dalam mendefinisikan suatu variabel. Uji validitas dilakukan pada setiap butir pernyataan dengan menggunakan alat bantu SPSS 24. Hasil r_{hitung} dibandingkan dengan r_{tabel} dimana $df = n-2$ dengan taraf signifikansi 5%. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka setiap pernyataan dikatakan valid begitupun sebaliknya. Pada penelitian ini $df = 100-2 = 98$, $\alpha = 5\% = 0,05$, sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1966$. Selanjutnya hasil perhitungan menggunakan SPSS untuk memperoleh r_{hitung} . Berikut adalah hasil uji validitas:

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Word of Mouth (X1)	X1.1	0,628	0,1966	Valid
	X1.2	0,545	0,1966	Valid
	X1.3	0,565	0,1966	Valid
	X1.4	0,567	0,1966	Valid
	X1.5	0,658	0,1966	Valid
	X1.6	0,629	0,1966	Valid
	X1.7	0,637	0,1966	Valid
	X1.8	0,618	0,1966	Valid
	X1.9	0,516	0,1966	Valid
	X1.10	0,502	0,1966	Valid
Reputasi (X2)	X2.1	0,568	0,1966	Valid
	X2.2	0,644	0,1966	Valid
	X2.3	0,680	0,1966	Valid
	X2.4	0,678	0,1966	Valid
	X2.5	0,663	0,1966	Valid
	X2.6	0,733	0,1966	Valid
	X2.7	0,667	0,1966	Valid
	X2.8	0,715	0,1966	Valid
	X2.9	0,721	0,1966	Valid
	X2.10	0,601	0,1966	Valid

Keputusan Nasabah Menabung (Y)	Y.1	0,644	0,1966	Valid
	Y.2	0,594	0,1966	Valid
	Y.3	0,620	0,1966	Valid
	Y.4	0,689	0,1966	Valid
	Y.5	0,563	0,1966	Valid
	Y.6	0,687	0,1966	Valid
	Y.7	0,612	0,1966	Valid
	Y.8	0,471	0,1966	Valid
	Y.9	0,713	0,1966	Valid
	Y.10	0,717	0,1966	Valid

Sumber: output SPSS, data primer yang diolah 2023.

Berdasarkan tabel 4.10, menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} pada setiap item pernyataan lebih besar dari r_{tabel} . Maka setiap pernyataan dari variabel word of mouth (X1), reputasi (X2), dan keputusan nasabah menabung (Y) dinyatakan valid dan dapat dilakukan pengujian selanjutnya

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi jawaban responden atas kuesioner yang diberikan. Dalam pengujian reliabilitas dapat mengacu pada nilai *cronbach alpha*. Apabila variabel yang diteliti mempunyai *Cronbach's Alpha* > 60% (0,60) maka variabel tersebut dikatakan reliabel, sebaliknya *Cronbach's Alpha* < 60% (0,60) maka variabel tersebut dikatakan tidak reliabel. Berikut adalah hasil uji reliabilitas:

Tabel 4.11
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
<i>Word of Mouth</i> (X1)	0,789	Reliabel
Reputasi (X2)	0,861	Reliabel
Keputusan Nasabah Menabung (Y)	0,824	Reliabel

Sumber: output SPSS, data primer yang diolah 2023.

Berdasarkan tabel 4.11, menunjukkan bahwa hasil uji reliabilitas dari semua variabel memiliki nilai cronbach's alpha $> 0,60$. Sehingga variabel *Word of Mouth* (X1), Reputasi (X2), dan Keputusan Nasabah Menabung (Y) dikatakan reliabel dan dapat digunakan sebagai alat ukur untuk penelitian selanjutnya.

6. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk menguji kelayakan atas model regresi yang digunakan. Pada penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS versi 24. Berikut uji asumsi klasik yang digunakan pada penelitian ini:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji grafik normal P-P Plot dan uji One Sample Kolmogorov-Smirnov.

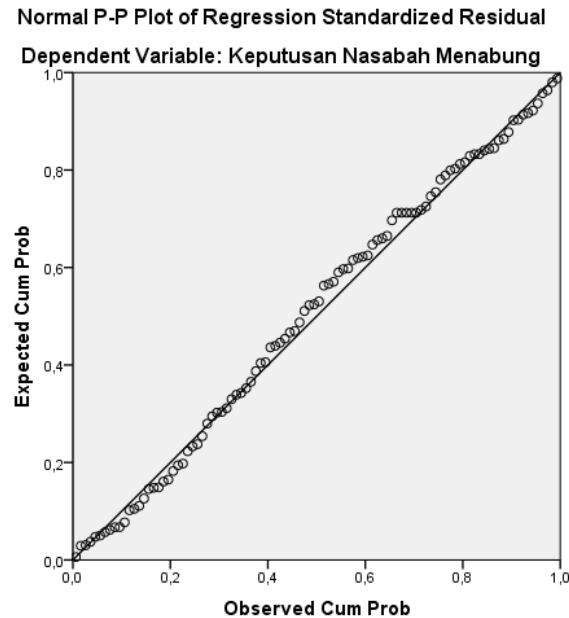
1) Uji Grafik Normal P-P Plot

Cara menguji kenormalan data dengan grafik normal P-P Plot, yaitu dengan melihat penyebaran data. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal, maka bisa

dikatakan residual berdistribusi normal. Berikut hasil uji normalitas yang menggunakan grafik:

Gambar 4.2

Hasil Uji Normalitas menggunakan Grafik Normal P-P Plot



Sumber: output SPSS, data primer yang diolah 2023

Berdasarkan gambar 4.2, pada grafik tersebut menunjukkan bahwa data (titik-titik) menyebar di sekitar garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

2) Uji One Sample Kolmogorov-Smirnov

Uji normalitas juga bisa dilakukan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Jika nilai sig > 0,05 maka dikatakan residual berdistribusi normal. Berikut adalah hasil ujinya:

Tabel 4.12

Hasil Uji Normalitas menggunakan Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,44096709
Most Extreme Differences	Absolute	,054
	Positive	,038
	Negative	-,054
Test Statistic		,054
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: output SPSS, data primer yang diolah 2023.

Berdasarkan tabel 4.12, maka diperoleh nilai sig 0,200 artinya lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui adanya hubungan linear antar variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna di antara variabel bebas (korelasinya 1 atau mendekati 1). Metode uji multikolinearitas yang umum digunakan yaitu dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Inflation Factor* (VIF) pada model regresi. Untuk mengetahui suatu model regresi bebas dari multikolinearitas yaitu mempunyai nilai VIF (*Variance Inflation factor*) kurang dari 10 dan mempunyai angka toleransi lebih dari 0,1. Berikut adalah hasil uji multikolinearitas:

Tabel 4.13
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,898	3,461		,259	,796		
	Word of Mouth	,422	,104	,369	4,038	,000	,554	1,806
	Reputasi	,507	,104	,444	4,864	,000	,554	1,806

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah Menabung

Sumber: output SPSS, data primer yang diolah 2023.

Berdasarkan tabel 4.13 diperoleh nilai *tolerance* variabel *word of mouth* (X1) dan reputasi (X2) masing-masing yaitu 0,554 lebih besar dari 0,1. Nilai VIF masing-masing variabel X1 dan X2 yaitu 1,806 artinya kurang dari 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa antar variabel *word of mouth* (X1) dan reputasi (X2) tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

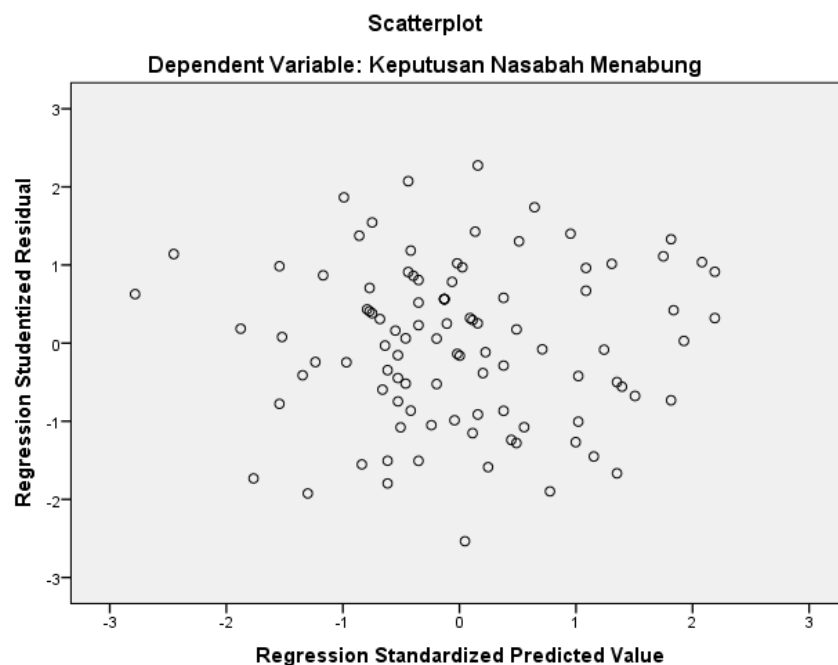
Uji heteroskedastisitas digunakan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah di mana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas. Pada penelitian ini untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan menggunakan uji grafik *scatterplot* dan uji *glejser*.

1) Uji Grafik *Scatterplot*

Deteksi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan metode *scatterplot* dengan memplotkan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID (nilai residualnya). Model yang baik didapatkan jika tidak terdapat pola tertentu pada grafik, seperti mengumpul di tengah, menyempit kemudian melebar atau sebaliknya melebar kemudian menyempit.

Gambar 4.3

Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan *Scatterplot*



Sumber: output SPSS, data primer yang diolah 2023.

Berdasarkan gambar 4.3 di atas, grafik *scatterplot* menunjukkan bahwa titik-titik pada gambar tersebut tidak membentuk pola tertentu. Hal ini memperlihatkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk memastikan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas, peneliti juga akan melakukan uji Glejser.

2) Uji Glejser

Uji *Glejser* dapat dideteksi apakah terjadi atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan membandingkan nilai signifikansi dengan tingkat kepercayaan 5% (0,05). Jika nilai sig. > 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas, begitupun sebaliknya. Berikut hasil uji *glejser*:

Tabel 4.14

Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	,130	,054		2,414	,018
	Word of Mouth	-,002	,002	-,160	-1,187	,238
	Reputasi	,000	,002	,041	,305	,761

a. Dependent Variable: ABS_RES
Sumber: output SPSS, data primer yang diolah 2023.

Berdasarkan tabel 4.14, dapat dilihat bahwa nilai Sig. Pada variabel *word of mouth* (X1) dan reputasi (X2) adalah 0,238 dan 0,761. Karena semua nilai Sig. > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam metode regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya (t-1). Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi dapat dilakukan dengan uji Durbin – Watson (DW test). Berikut adalah hasil uji autokorelasi:

Tabel 4.15

Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,743 ^a	,552	,543	3,476	2,146

a. Predictors: (Constant), Reputasi, Word of Mouth

b. Dependent Variable: Keputusan Nasabah Menabung

Sumber: output SPSS, data primer yang diolah 2023.

Berdasarkan tabel 4.15, dapat dilihat bahwa nilai DW atau d_{hitung} sebesar 2,146. Untuk mengetahui ada tidaknya autokorelasi maka nilai d_{hitung} dibandingkan dengan nilai d_U dan d_L yang diperoleh dari tabel DW. Untuk mengetahui d_U dan d_L , pada tabel DW dengan melihat jumlah sampel (n) = 100, jumlah variabel independen (k) = 2, α = 5%. Sehingga diperoleh $d_U = 1,7152$ dan $d_L = 1,6337$. Karena ($d_U < d_{hitung} < 4-d_U$) = ($1,7152 < 2,146 < 2,2848$), maka keputusannya terima H_0 . Sehingga tidak ada autokorelasi positif dan negatif.

7. Uji Regresi Linear Berganda

Pada penelitian ini, model persamaan regresi berganda yang disusun untuk mengetahui pengaruh *word of mouth* dan reputasi terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pamekasan. Persamaan regresi linear berganda dengan dua variabel independen sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Berikut adalah hasil uji regresi linear berganda dengan dua variabel independen:

Tabel 4.16
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,898	3,461		,259	,796
	Word of Mouth	,422	,104	,369	4,038	,000
	Reputasi	,507	,104	,444	4,864	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah Menabung
Sumber: output SPSS, data primer yang diolah 2023.

Dari tabel 4.16, menunjukkan bahwa hasil uji regresi linear berganda diperoleh koefisien variabel *Word of Mouth* (X1) = 0,422 dan variabel Reputasi (X2) = 0,507 dengan konstanta = 0,898. Sehingga model persamaan regresi yang diperoleh pada penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = 0,898 + 0,422 X1 + 0,507 X2 + e$$

Dari model persamaan regresi linear berganda diatas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta sebesar 0,898 menyatakan bahwa jika variabel *Word of Mouth* dan Reputasi tidak dipertimbangkan (bernilai 0), maka Keputusan nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pamekasan sebesar 0,898.
- b. Nilai koefisien regresi variabel *Word of Mouth* (X1) sebesar 0,422. Menyatakan bahwa jika terjadi peningkatan 1 satuan pada variabel *Word of Mouth* (X1), maka Keputusan nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pamekasan akan mengalami peningkatan sebesar 0,422.

- c. Nilai koefisien regresi variabel Reputasi (X2) sebesar 0,507. Menyatakan bahwa jika terjadi peningkatan 1 satuan pada variabel Reputasi (X2), maka Keputusan nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pamekasan akan mengalami peningkatan sebesar 0,507.

B. Pembuktian Hipotesis

1. Uji t (Parsial)

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen (*Word of Mouth* dan Reputasi) berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen (Keputusan Nasabah Menabung) dengan $\alpha = 0,05$. Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut.

Dengan membandingkan nilai t_{hitung} dan t_{tabel}

- a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Dengan membandingkan angka probabilitas signifikan

- a. Jika $sig. < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- b. Jika $sig. > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Berikut adalah hasil uji signifikansi secara parsial:

Tabel 4.17**Hasil Uji t**

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	,898	3,461		,259	,796
	Word of Mouth	,422	,104	,369	4,038	,000
	Reputasi	,507	,104	,444	4,864	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah Menabung
 Sumber: output SPSS, data primer yang diolah 2023.

Hasil uji t pada tabel 4.17 akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} . Nilai t_{tabel} diperoleh dari $df = n$ (jumlah sampel) – k (jumlah variabel X), $df = 100 - 2 = 98$, $\alpha/2 = 0,05/2 = 0,025$. Maka diperoleh nilai $t_{tabel} = 1,98447$. Pengaruh masing-masing variabel dijelaskan sebagai berikut:

- a. Variabel *Word of Mouth* (X1) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,038 dengan Sig. Sebesar 0,000. Nilai t_{tabel} sebesar 1,98447. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 4,038 > t_{tabel} 1,98447$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pamekasan.
- b. Variabel Reputasi (X2) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,864 dengan Sig. Sebesar 0,000. Nilai t_{tabel} sebesar 1,98447. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 4,864 > t_{tabel} 1,98447$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel Reputasi berpengaruh positif dan signifikan

terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pamekasan.

2. Uji F (Simultan)

Uji F dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh secara simultan (bersama-sama) antara variabel independen (*Word of Mouth* dan Reputasi) terhadap variabel dependen (Keputusan Nasabah Menabung) dengan $\alpha = 0,05$. Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut.

Dengan membandingkan nilai F_{hitung} dan F_{tabel}

- a. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Dengan membandingkan angka probabilitas signifikan

- a. Jika $sig. < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- b. Jika $sig. > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Berikut adalah hasil uji signifikansi secara parsial:

Tabel 4.18

Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1444,565	2	722,282	59,770	,000 ^b
	Residual	1172,185	97	12,084		
	Total	2616,750	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah Menabung

b. Predictors: (Constant), Reputasi, Word of Mouth

Sumber: output SPSS, data primer yang diolah 2023.

Hasil uji F pada tabel 4.18 akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} . Nilai F_{tabel} diperoleh dari df pembilang = k (jumlah variabel X) = 2, df penyebut = n (jumlah sampel) - k (jumlah variabel X) - 1, $df = 100 - 2 - 1 = 97$, $\alpha = 0,05$. Maka

diperoleh nilai $F_{\text{tabel}} = 3,09$. Pada tabel output dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} sebesar 59,770 dengan Sig. Sebesar 0,000. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai $F_{\text{hitung}} 59,770 > F_{\text{tabel}} 3,09$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel *word of mouth* (X1) dan reputasi (X2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pamekasan.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar perubahan atau variasi suatu variabel bisa dijelaskan oleh perubahan atau variasi pada variabel yang lain.

Tabel 4.19

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,743 ^a	,552	,543	3,476

a. Predictors: (Constant), Reputasi, Word of Mouth
 Sumber: output SPSS, data primer yang diolah 2023.

Berdasarkan output SPSS pada tabel 4.19, dapat dilihat bahwa nilai R square (R^2) adalah 0,552 atau 55,2%. Hal ini berarti sebesar 55,2% kemampuan model regresi pada penelitian ini dalam menerangkan variabel dependen. Artinya 55,2% variabel keputusan nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pamekasan dapat dijelaskan oleh variasi variabel independen *word of mouth* dan reputasi. Sedangkan sisanya ($100\% - 55,2\% = 44,8\%$) dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

C. Pembahasan

1. Pengaruh *word of mouth* terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pamekasan

Word of Mouth Marketing (WOM) atau dikenal dengan pemasaran dari mulut ke mulut. WOM adalah saluran komunikasi yang dapat dipercaya, karena kejadiannya bermula dari pelanggan yang sudah pernah mengonsumsi sebuah produk atau menggunakan jasa perusahaan, dan memperoleh kepuasan kemudian merekomendasikannya kepada orang lain tentang pengalamannya.¹⁴⁵ *Word of mouth* dianggap strategi komunikasi yang sangat efektif dibandingkan iklan. Karena calon pembeli cenderung akan membeli produk yang direkomendasikan oleh pengguna lainnya, apalagi jika yang merekomendasikan adalah orang yang dihormati atau terkenal, seperti artis dan pejabat.¹⁴⁶

Selain itu, Informasi yang disampaikan teman mempunyai tingkat kepercayaan yang lebih tinggi dibandingkan iklan. Informasi yang diberikan orang tua lebih dipercaya daripada informasi yang diperoleh dari brosur atau pamflet.¹⁴⁷ Teori tersebut terbukti kebenarannya karena berdasarkan pernyataan pada kuesioner penelitian ini “Saya mengetahui produk tabungan BSI melalui informasi yang diperoleh dari orang-orang terdekat (teman, keluarga, kerabat, kenalan, tetangga)” dimana sebanyak 22% responden menyatakan sangat setuju dan sebanyak 61% menyatakan setuju.

¹⁴⁵ Rusman Latief, *Word of Mouth Communication Penjualan Produk* (Surabaya: Media Sahabat Cendekia, 2018), 17.

¹⁴⁶ Fianda Julyantoro, *25 Jurus Pemasaran Praktis untuk UMKM* (Banyumas: CV. Cakrawala Satria Mandiri, 2020), 80.

¹⁴⁷ Margaretha Evi Yuliana dan Indah Wahyu Utami, *Komunikasi antar Individu* (Yogyakarta: Suluh Media, 2018), 31-32.

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa besaran koefisien regresi variabel *word of mouth* bernilai positif yang artinya *word of mouth* berbanding lurus atau searah terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pamekasan. Hasil uji t (uji parsial) variabel *word of mouth* (X1) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,038 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,98447. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai $Sig. 0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 4,038 > t_{tabel} 1,98447$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel *word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pamekasan.

Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pamekasan biasanya melakukan *word of mouth* ketika mereka merasa puas dalam hal pelayanan. Hal ini terbukti berdasarkan hasil kuesioner pada pernyataan “Teman/kerabat saya bercerita bahwa pelayanan BSI terkait dengan produk tabungan sangat memuaskan” dimana sebanyak 31% responden menyatakan sangat setuju dan sebanyak 48% responden menyatakan setuju. Dari sini dapat disimpulkan bahwa nasabah yang merasa puas terhadap pelayanan Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pamekasan, maka akan membicarakan hal positif tersebut kepada calon nasabah. Dengan demikian, maka akan menjadi suatu pertimbangan bagi calon nasabah dalam menentukan keputusan untuk menabung pada bank tersebut. Sehingga secara tidak langsung dapat menarik calon nasabah untuk menabung atau menyimpan dananya di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pamekasan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Abu Said yang berjudul “Pengaruh *Brand Image*, *Word of Mouth*, dan Iklan, Terhadap Minat Menabung di BMT Se-Kabupaten Demak”. Hasil uji t pada penelitian ini nilai $t_{hitung} 3,270 > t_{tabel} 1,982$ dengan taraf signifikansi di bawah 5%. Sehingga dapat disimpulkan *word of mouth* memiliki pengaruh terhadap minat menabung di BMT Se-Kabupaten Demak.¹⁴⁸

Akan tetapi penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Meiriana Resti Amelia dkk yang berjudul “Pengaruh *Word of Mouth* dan *Sales Promotion* Terhadap *Brand Attitude* dan Dampaknya Terhadap Keputusan Menabung dengan Tabungan Bima (Survei di PT BPD Jawa Tengah Cabang Salatiga)”. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai CR sebesar -0,614 dan probabilitas sebesar 0,539. Kedua nilai tersebut diperoleh tidak memenuhi syarat untuk penerimaan H2 yaitu nilai CR sebesar -0,614 yang lebih kecil dari 1,96 dan probabilitas sebesar 0,539 yang lebih besar dari 0.05. Sehingga dapat disimpulkan *word of mouth* tidak berpengaruh terhadap keputusan menabung.¹⁴⁹

2. Pengaruh reputasi terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pamekasan

Reputasi adalah identitas dan citra yang dibangun dalam waktu lama dan telah tahan uji dalam jangka panjang hasil interaksi atau strategi komunikasi perusahaan dalam berinteraksi dengan publik, target, sasaran atau konstituen

¹⁴⁸ Abu Said, “Pengaruh *Brand Image*, *Word of Mouth*, dan Iklan, Terhadap Minat Menabung di Bmt Se-Kabupaten Demak” (Tesis, Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kudus, Kudus, 2016), 119

¹⁴⁹ Meiriana Resti Amelia, dkk, "Pengaruh *Word of Mouth* dan *Sales Promotion* Terhadap *Brand Attitude* dan Dampaknya Terhadap Keputusan Menabung dengan Tabungan Bima (Survei di PT BPD Jawa Tengah Cabang Salatiga)" (Tesis: Universitas Diponegoro, Semarang, 2017), 13.

perusahaan. Termasuk juga melalui konsistensi pengalaman yang positif tentang nilai produk dan layanan jasa yang dialami publik.¹⁵⁰

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa besaran koefisien regresi variabel reputasi bernilai positif yang artinya reputasi berbanding lurus atau searah terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pamekasan. Hasil uji t (uji parsial) variabel reputasi (X₂) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,864 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,98447. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai Sig. $0,000 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} $4,864 > t_{tabel}$ 1,98447. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel reputasi berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pamekasan. Berdasarkan hasil uji SPSS tersebut dapat menjadi bukti kebenaran asumsi dari peneliti tentang reputasi, yaitu jika suatu bank memiliki reputasi yang baik, maka akan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan nasabah untuk menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pamekasan.

Reputasi dan keputusan nasabah menabung memiliki keterkaitan yang sangat erat. Menurut Dick, Chakravarty dan Biehal mengemukakan suatu bukti bahwa reputasi perusahaan secara langsung membentuk kepercayaan pelanggan terhadap produk atau jasa dari perusahaan yang bersangkutan sehingga akan mempengaruhi pelanggan dalam menentukan pilihan.¹⁵¹ Apabila suatu bank memiliki reputasi yang baik, maka akan terbentuk suatu kepercayaan nasabah

¹⁵⁰ Mochamad Husni, dkk, *Reputasi yang Berkarakter* (Jakarta: PT Media Piar Indonesia, 2017), 100-101.

¹⁵¹ Indra, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Reputasi Perusahaan Terhadap Kepuasan Pasien Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA) Eria Bunda Pekanbaru", JOM FISI, Vol. 6 (Januari – Juni, 2019): 5-6

terhadap bank tersebut. Jika calon nasabah telah memiliki kepercayaan pada bank, maka akan menjadi pertimbangan bagi calon nasabah dalam membuat keputusan menabung pada bank tersebut. Karena kepercayaan merupakan salah satu faktor utama bagi nasabah untuk mempercayakan uangnya ditabung atau diinvestasikan pada bank tersebut. Dengan demikian, semakin baik reputasi yang dimiliki suatu perusahaan, semakin baik pula dalam mempengaruhi nasabah untuk mengambil keputusan menabung.

Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pamekasan memiliki reputasi yang baik. Hal ini terbukti berdasarkan hasil kuesioner pada pernyataan “BSI memiliki reputasi yang baik di masyarakat” dimana sebanyak 35% responden menyatakan sangat setuju dan sebanyak 52% responden menyatakan setuju. Reputasi yang baik terjadi karena pihak BSI memberikan pelayanan yang baik. Hal ini terbukti berdasarkan hasil kuesioner pada pernyataan “karyawan BSI memberikan pelayanan yang baik kepada para nasabah” dimana sebanyak 40% responden menyatakan sangat setuju dan sebanyak 53% responden menyatakan setuju.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Anggoro Dwi Pramudo dkk yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Reputasi dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang Kroya”. Hasil uji t, diperoleh nilai t_{hitung} 2,049 > t_{tabel} 1,9853. Sehingga dapat disimpulkan reputasi berpengaruh signifikan

terhadap keputusan menabung pelanggan pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Kroya.¹⁵²

Akan tetapi penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Asrul yang berjudul “Pengaruh Religiusitas, Reputasi Bank dan Perolehan Informasi Terhadap Minat Masyarakat Kota Pariaman untuk Menabung di Bank Mandiri Syariah”. Hasil uji t, menunjukkan derajat signifikansi berada di atas 0,05 yaitu sebesar 0,232. Sehingga dapat disimpulkan reputasi bank tidak berpengaruh terhadap minat menabung.¹⁵³

3. Pengaruh *word of mouth* dan reputasi secara simultan terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pamekasan

Pembahasan ini akan menjelaskan jawaban dari rumusan masalah “Apakah *word of mouth* dan reputasi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pamekasan?”

Berdasarkan hasil pengujian simultan (uji F) diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 59,770 dengan Sig. Sebesar 0,000 dan nilai $F_{tabel} = 3,09$. Nilai F_{tabel} diperoleh dari df pembilang = k (jumlah variabel X) = 2, df penyebut = n (jumlah sampel) - k (jumlah variabel X) - 1, $df = 100 - 2 - 1 = 97$, $\alpha = 0,05$. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai $F_{hitung} 59,770 > F_{tabel} 3,09$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel *word of mouth* (X1) dan reputasi (X2) berpengaruh secara simultan

¹⁵² Anggoro Dwi Pramudo dkk, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Reputasi dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang Kroya,” *Majalah Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, Vol. 15, No. 1 (Mei, 2018): 34.

¹⁵³ Asrul, “Pengaruh Religiusitas, Reputasi Bank dan Perolehan Informasi Terhadap Minat Masyarakat Kota Pariaman untuk Menabung di Bank Mandiri Syariah,” *Ensiklopedia of Journal*, Vol. 2, No. 5, Edisi 1 (Oktober, 2020): 162, <http://jurnal.ensiklopediaku.org>.

terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pamekasan.

Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi terlihat bahwa besarnya nilai R square (R^2) adalah 0,552 atau 55,2%. Hal ini berarti sebesar 55,2% kemampuan model regresi pada penelitian ini dalam menerangkan variabel dependen. Artinya 55,2% variabel keputusan nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pamekasan dapat dijelaskan oleh variasi variabel independen *word of mouth* dan reputasi. Sedangkan sisanya ($100\% - 55,2\% = 44,8\%$) dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti kualitas pelayanan, promosi, lokasi yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam menabung.¹⁵⁴ Dalam artian apabila pemasaran *word of mouth* yang dilakukan nasabah bernilai positif dan reputasi perusahaan di mata masyarakat baik maka akan berdampak pada semakin meningkatnya keputusan nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pamekasan.

¹⁵⁴ Anggoro Dwi Pramudo dkk, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Reputasi dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang Kroya," *Majalah Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, Vol. 15, No. 1 (Mei, 2018): 34-35.