

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Data Penelitian

1. Deskripsi Objek Penelitian

a. Sejarah Singkat BPRS Bhakti Sumekar Sumenep

Sejarah singkat BPRS Bhakti Sumekar Sumenep berawal dari dirilisnya Undang-Undang No. 22 tahun 1999 terkait Pemerintah Daerah serta Peraturan Pemerintah No. 25 mengenai Kewenangan Pemerintah serta Provinsi selaku daerah otonom, sehingga kewenangan otonomi sekarang diberikan pada daerah. Kewenangannya memuat menangani semua kepengurusan rumah tangga daerah serta perangkatnya dalam rangka pendayagunaan sekaligus meningkatkan potensi ekonomi daerah untuk memberikan peningkatan pada PAD (Pendapatan Asli Daerah). Dalam hal ini, pemerintah Kabupaten Sumenep butuh lembaga keuangan yang diharap bisa memenuhi tujuan itu sendiri, sehingga pada gilirannya lembaga keuangan tersebut diharap mampu mendayagunakan sekaligus meningkatkan perekonomian daerah guna mewujudkan kesejahteraan masyarakat dengan merata.¹

Lembaga keuangan yang selaras pada situasi daerah Sumenep dan ideal ialah lembaga keuangan mikro berbasis BPRS. Guna terpenuhinya tujuan serta maksud tersebut pemerintah Kabupaten Sumenep, akuisisi dilaksanakan pada BPR

¹ PT. BPRS Bhakti Sumekar (Perseroda), *Laporan Tahunan 2023* (Sumenep: PT. BPRS Bhakti Sumekar (Perseroda), 2023) 18-19.

(Bank Pembiayaan Rakyat) yang lokasinya di Sidoarjo yakni PT. BPR Dana Merapi yang selanjutnya direlokasikan pada Kabupaten Sumenep.²

Pelaksanaan akuisisi pada PT. BPR Dana Merapi, pemerintah Kabupaten Sumenep melaksanakan pembuatan MOU (*Memorandum Of Understanding*) serta surat perjanjian kerjasama pendiriannya BPRS pada Kabupaten Sumenep yang mendapat tanda tangan Bupati Sumenep sekaligus PT. Bank Syariah Muamalat Indonesia tahun 2001 tertanggal 27 Desember. Pada MOU, Bank Syariah Muamalat pelaksana pada fase mengambil alih BPR sekaligus punya tanggung jawab pada pemberian konsultasi, rekrutmen, pembinaan, perijinan serta pelatihan.³

PT. BPR Dana Merapi termasuk entitas yang pemerintah Kabupaten Sumenep akuisisi serta menjadi entitas awal didirikannya BPRS Bhakti Sumekar. PT. BPR Dana Merapi berdiri pada tahun 1993. Kemudian tahun 2001 mulai diakuisisi pemerintah Kabupaten Sumenep. Tahun 2002, namanya PT. BPR Dana Merapi berganti PT. BPR Bhakti Sumekar.⁴

Tahun 2003, konvensi dilaksanakan pada PT. BPR Bhakti Sumekar jadi bank syariah sehingga berganti jadi PT. BPRS Bhakti Sumekar. Selanjutnya tahun 2004 dikeluarkan izin operasi PT. BPRS Bhakti Sumekar (Perseroda) sebagai lembaga keuangan pembiayaan rakyat berbasis syariah yang aktivitas operasionalnya disesuaikan dengan syariat Islam. Lokasi kantor pusatnya yaitu jalan Trunojoyo, No. 137, Sumenep.⁵

² PT. BPRS Bhakti Sumekar (Perseroda), *Laporan Tahunan 2023*, 18.

³ Ibid.

⁴ Ibid.

⁵ Ibid, 19.

b. Visi dan Misi BPRS Bhakti Sumekar Sumenep

Visi serta misi BPRS Bhakti Sumekar Sumenep ialah:⁶

1) Visi BPRS Bhakti Sumekar Sumenep

Terwujudnya masyarakat yang makin sejahtera dengan dilandasi nilai-nilai agama dan budaya.

2) Misi BPRS Bhakti Sumekar Sumenep

- a) Intermediasi antar pelaku ekonomi yang berlebih dengan yang kurang dalam permodalan berdasar syariah.
- b) Membantu melaksanakan pemberdayaan pengusaha ekonomi kecil dan menengah.
- c) Mengupayakan peningkatan Pendapatan Asli Daerah.

c. Logo BPRS Bhakti Sumekar Sumenep

Setiap entitas pastinya mempunyai logo yang umumnya berbentuk gambar yang termuat pada produk perusahaan tersebut. Fungsi logo yaitu menjadi identitas serta punya makna khusus pada perusahaan. Logo Bank BBS yaitu:⁷

Gambar 4.1
Logo BPRS Bhakti Sumekar Sumenep



Sumber: Observasi di BPRS Bhakti Sumekar Sumenep Tahun 2024.

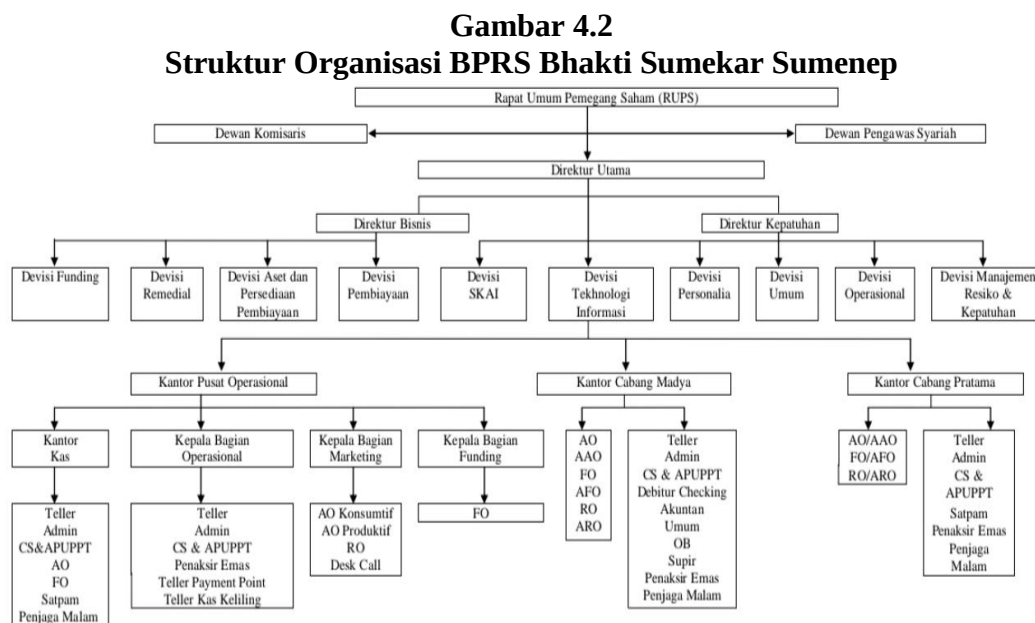
⁶ PT. BPRS Bhakti Sumekar (Perseroda), *Laporan Tahunan 2023*, 22.

⁷ Ibid, 20.

Logo BPRS Bhakti Sumekar Sumenep berbentuk bunga merekah yang memberi gambaran keramahan, kegigihan, semangat serta keleluasaan pada seluruh aspek bisnis lingkungan masyarakat yang diharap bisa berkembang serta mekah. Dari aspek warna, hijau memberi lambang kesejukan, kemakmuran, kesuburan, serta identik pada dunia Islami sementara warna kuningnya memberi lambang kekayaan, sejahtera bahkan jaya.

d. Struktur Organisasi BPRS Bhakti Sumekar Sumenep

Struktur organisasi merupakan hal penting yang dimiliki setiap perusahaan. Berikut struktur organisasinya BPRS Bhakti Sumekar Sumenep:⁸



Sumber: Observasi di BPRS Bhakti Sumekar Sumenep Tahun 2024.

Gambar 4.2 memberikan gambaran jelas terkait struktur organisasinya pada Bank BBS. Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) menduduki posisi tertinggi yang selanjutnya dibawahnya terdapat Dewan Komisaris dimana komisaris utama yakni Ir. Edy Rasiyadi, M.Si, dengan Dece Kurniadi dan Ersam Fansuri sebagai

⁸ PT. BPRS Bhakti Sumekar (Perseroda), *Laporan Tahunan 2023*, 30-33.

komisaris. Sementara itu, ketua dewan pengawas syariahnya yaitu DR. KH. Achmad Muhammad Tidjani, Lc.,MA dan Drs. KH. Ahmad Washil, M.Pd.I sebagai anggota.⁹

Direktur utamanya yaitu Hairil Fajar, direktur bisnisnya yakni Cahya Wiratama dan direktur kepatuhan ialah Moh. Saleh Hadi Pradipta. Selanjutnya terdapat beberapa divisi-divisi yang berada dibawah naungan direktur yaitu divisi *funding* dikepalai oleh Muhammad Hasyim Asyari, kepala divisi personalia yakni Endang Soekowati, kepala divisi SKAI (Satuan Kerja Audit Internal) yakni Saptari Winedar, kepala divisi remedial Ahmad Halim Shidiq, kepala divisi umum Paily, kepala divisi pembiayaan yakni Erina Ika Rahadiani, kepala divisi teknologi informasi yakni Aditya Rubiantoro, kepala divisi *funding* yakni Siti Azizah Djamil, kepala divisi manajemen resiko dan kepatuhan yaitu Jamal Syafriyanto.¹⁰

Kepala divisi aset dan persediaan pembiayaan ialah Rino Douvantoro, kepala divisi *corporate secretary and project management* yakni Wahyu Dony Saputra, kepala divisi pembiayaan yaitu Imam Baihaki. Dibawah naungan divisi, terdapat kantor pusat operasional, kantor cabang madya dan cabang pratama beserta jajarannya untuk menunjang aktivitas operasional Bank BBS.¹¹

e. Produk dan Layanan BPRS Bhakti Sumekar Sumenep

Produk serta pelayanan yang BPRS Bhakti Sumekar Sumenep miliki, diantaranya ialah:¹²

⁹ PT. BPRS Bhakti Sumekar (Perseroda), *Laporan Tahunan 2023*, 38.

¹⁰ Ibid, 34.

¹¹ Ibid, 35.

¹² Ibid, 46-47.

1) Produk Tabungan

- a) Tabungan barokah, yakni tabungan yang diperuntukkan pada masyarakat yang bisa jadi persiapannya dimasa depan dengan mempergunakan akad titipan.
- b) Tabungan pelajar iB, yakni produk simpanan dikhususkan pada pelajar menggunakan prinsip titipan dengan secara nasional diterbitkan bank di Indonesia supaya mewujudkan budaya menyimpan dari dini.
- c) Tabungan qurban, yakni simpanan khusus masyarakat yang punya keinginan menyiapkan uang kurban dengan mempergunakan prinsip *mudharabah*.
- d) Tabungan haji, yaitu produk tabungan yang memberi bantuan pada masyarakat dalam rangka melaksanakan rencana ibadah haji menggunakan prinsip titipan.
- e) Tabungan umroh, yakni diperuntukkan pada masyarakat yang punya rencana ibadah dengan prinsip titipan.
- f) Tabungan hari raya, ialah tabungan dikhususkan pada masyarakat yang menyiapkan dana hari raya idul fitri mempergunakan prinsip bagi hasil *mudharabah*.
- g) Tabungan ukhwah, yakni simpanan bersama BPR syariah se-Indonesia yang mana nasabah penabung bisa ikut undian berhadiah yang diundi setahun sekali.
- h) Deposito *mudharabah*, yakni layanan tabungan berbentuk deposito berjangka pada masyarakat umum yang punya

keinginan melaksanakan investasi serta persiapan dijangka panjang melalui prinsip *mudharabah*.

2) Produk Pembiayaan

- a) Pembiayaan serbaguna, yakni kredit diperuntukkan kepada karyawan swasta ataupun negeri berpenghasilan tetap melalui penggunaan akad *murabahah* dalam melaksanakan pembelian barang.
- b) Pembiayaan kendaraan yakni kredit dikhususkan pada pegawai swasta, negeri bahkan institusi yang punya kesepakatan melaksanakan janji kerjasama dalam membeli sepeda ataupun motor.
- c) Pembiayaan modal kerja UMKM, yakni kredit modal kerja ataupun investasi pada individual yang punya usaha kecil menengah menggunakan akan *mudharabah* ataupun *murabahah*.
- d) Pembiayaan *qardh be to be*, yakni pembiayaan didasarkan persetujuan peminjam serta yang memberi pinjaman yang memberi kewajiban peminjamnya melaksanakan pelunasan utangnya sesuai jangka waktunya.
- e) Pembiayaan kepengurusan SHM, yakni kredit yang dipergunakan guna memberi pendanaan talangan biaya pengurusan sertifikat tanah.
- f) Pembiayaan *rahn* emas, yakni pembiayaan mempergunakan prinsip gadai, jaminan berbentuk emas yang menjadi anggunan

untuk dipelihara serta disimpan selama jangka waktu tertentu dengan melaksanakan pembayaran biaya pemeliharaannya emas yang nasabah jaminkan.

- g) Pembiayaan *qordul hasan*, yakni kredit kebajikan pada usaha mikro dengan tidak mempergunakan anggunan serta bebas bagi hasil ataupun margin.
- h) Pembiayaan pensiunan, yakni pembiayaan yang diberi pada pensiunan.
- i) Pembiayaan kepemilikan rumah, yang kini produk pembiayaan bagi karyawan swasta ataupun negeri yang punya penghasilan tetap serta mempergunakan akad jual beli terkait kepemilikan rumah.
- j) Pembiayaan kepemilikan emas, yakni pembiayaan diperuntukkan pada masyarakat yang punya keinginan investasi memiliki emas mempergunakan akad jual beli.
- k) Pembiayaan elektronik, yakni kredit diperuntukkan pada karyawan swasta ataupun negeri bahkan institusi yang sepakat melaksanakan janji membeli barang elektronik guna menunjang kehidupannya nasabah.
- l) Produk *ijarah* multijasa, yakni pembiayaan dengan bank memberi pembiayaan pada nasabah untuk mendapat manfaat ataupun sebuah jasa.

- m) Pembiayaan *istishna*, yakni pembiayaan diperuntukkan pada masyarakat untuk kepemilikan rumah mempergunakan akad *istishna*.
- n) Pembiayaan mitra 0%, 3%, 6%, yakni pembiayaan yang dikhususkan pada masyarakat yang punya usaha mikro, kecil, menengah melalui pemberian margin 0%, 3%, 6%.
- o) Pembiayaan supel online, yakni pembiayaan diputuskan pada ASN yang punya *payroll* pada BPRS Bhakti Sumekar Sumenep.
- p) Pembiayaan sarana umroh, yakni pembiayaan yang yang bisa memberi bantuan pada nasabah untuk melakukan ibadah umroh.
- q) Pembiayaan sarana haji, yaitu pembiayaan yang diperuntukkan pada nasabah yang punya niat untuk beribadah haji.
- r) Pembiayaan *musyarakah mutanaqisah*, yakni kerjasama dua pihak dalam kepemilikan aset yang mana kerjasama ini bisa mengurangi hak kepemilikannya disalah satu pihak dikarenakan pembelian ataupun pengalihan komersial dengan cara bertahap, serta pihak lain memiliki hak kepemilikan yang bertambah.

3) Produk Jasa Lainnya

- a) Layanan setor serta tarik tunai yang bisa dilaksanakan langsung ataupun tidak dengan cara online melaui ATM, BBS-*Mobile*.
- b) Layanan multibiler dengan menerima layanan penerimaan pembayaran tagihan BPJS, pulsa, token listrik, tiket pesawat serta lainnya.

- c) BPRS BS notifikasi, yakni layanan dengan memberi informasi pada tiap transaksi berbentuk penarikan tabungan minimal 10 juta, pencairan deposito sekaligus informasi tagihan yang dikirim dengan SMS.
- d) Layanan ATM tanpa kartu guna melaksanakan tarik tunai serta transfer antar rekening tanpa kartu.
- e) Layanan digital *banking*.
- f) Layanan pembayaran pajak kendaraan bermotor Jawa Timur.

2. Deskripsi Gambaran Umum Responden

BPRS Bhakti Sumekar Sumenep ialah entitas yang beroperasi dibidang jasa keuangan Persero Daerah, kondisi ataupun keadaan kantor BPRS Bhakti Sumekar Sumenep berada dalam keadaan baik (layak dipakai), penataan ruangan baik dan tempat duduk yang memadai. Dalam penelitian ini kuisisioner yang disebarkan sebanyak 190 responden dengan disebarkan melalui google formulir pada link <https://forms.gle/rnVaxxytvmcU2ZCt7> kepada responden yakni nasabah produk Tabungan Barokah BPRS Bhakti Sumekar Sumenep. Terkait profilnya responden mengacu pada jenis kelamin, usia, domisili, pendidikan terakhir, pekerjaan serta lamanya nasabah menabung bisa dijelaskan dibawah ini:

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristiknya responden berdasarkan jenis kelamin bisa terlihat pada tabel 4.1 berikut ini:

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	99	52%
Perempuan	91	48%
Total	190	100%

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2024.

Tabel 4.1 memperlihatkan karakteristiknya responden pada jenis kelamin yakni, 99 (52%) nasabah laki-laki, serta 91 (48%) nasabah perempuan. Artinya, responden terbanyak pada studi ini didominasi berjenis kelamin laki-laki atau laki-laki lebih dominan menabung pada produk Tabungan Barokah bank BBS daripada perempuan.

Laki-laki dipandang sebagai kepala rumah tangga yang memiliki kewajiban finansial dalam memberikan nafkah, perlu menabung untuk keperluan jangka pendek ataupun panjang bagi keluarganya dan demi keamanan finansialnya. Laki-laki juga banyak yang bekerja dan memiliki penghasilan lebih tinggi daripada perempuan. Hal ini menjadi faktor mengapa responden pada studi ini laki-lakinya lebih banyak dibanding perempuan yang menabung pada Tabungan Barokah bank BBS.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia bisa dilihat pada tabel 4.2 berikut:

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
17-20	13	7%
21-30	92	48%
31-40	53	28%
41-50	27	14%
>50	5	3%
Total	190	100%

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2024.

Tabel 4.2 mengindikasikan karakteristiknya responden pada aspek usia yaitu, nasabah yang berusia 17-20 tahun ada 13 (7%) nasabah, berusia 21-30 tahun ada 92 (48%) nasabah, berusia 31-40 tahun ada 53 (28%) nasabah, berusia 41-50 tahun ada 27 (14%) nasabah serta diatas 50 tahun yakni terdapat 5 (3%) nasabah.

Secara garis besar, kebanyakan responden yaitu nasabah yang berada pada umur 21-30 tahun yakni 92 (48%) nasabah serta kelompok umur terbanyak kedua yakni umur 31-40 sebanyak 53 (28%) nasabah. Hal tersebut mengindikasikan, responden yang jadi sampel studi ini ialah kelompok umur yang benar-benar masih termasuk pada kelompok yang sedang berkembang serta potensial.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili

Karakteristiknya responden pada aspek domisili bisa terlihat pada tabel 4.3 berikut ini:

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili

Domisili	Jumlah	Persentase
Sumenep	119	63%
Pamekasan	60	32%
Sampang	5	2%
Bangkalan	6	3%
Lainnya	0	0
Total	190	100

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2024.

Tabel 4.3 memperlihatkan bahwasanya domisili nasabah BPRS Bhakti Sumekar Sumenep yakni berasal dari Sumenep ialah 111 (63%) nasabah, 60 (32%) nasabah berasal dari Pamekasan, 5 (2%) berasal dari Sampang dan 6 (3%) dari Bangkalan. Sedangkan lainnya atau responden yang berdomisili diluar Madura tidak ada.

Secara garis besar responden terbanyak pada studi ini berasal dari Kabupaten Sumenep yang mengindikasikan masyarakat Kabupaten Sumenep banyak yang menabung pada produk Tabungan Barokah Bank BBS. Hal tersebut dikarenakan bank BBS memiliki kantor pusat yang terletak di Kabupaten Sumenep dan bank BBS merupakan bank milik pemerintah daerah Kabupaten Sumenep.

d. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Karakteristiknya responden pada aspek pendidikan terakhir bisa terlihat pada tabel 4.4 berikut ini:

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase
SD	0	0%
SMP	11	6%
SMA	72	38%
Diploma	14	7%
S1	86	45%
S2	8	4%
Total	190	100%

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2024.

Tabel 4.4 memberi gambaran pendidikan terakhir responden. Tingkat pendidikan nasabah diklasifikasikan pada tingkat SD, SMP, SMA, Diploma, S1, S2. Banyaknya nasabah yang memiliki tingkat pendidikan terakhir yakni lulusan SD tidak ada, lulusan SMP terdapat 11 (6%) nasabah, lulusan SMA 72 (38%) nasabah, lulusan Diploma 14 (7%) nasabah, lulusan S1 ada 86 (45%) nasabah serta lulusan S2 ada 8 (4%) nasabah.

Fakta demikian mengindikasikan kelompok terbesar nasabah didominasi nasabah berpendidikan sarjana yakni 86 (45%) responden. Sebab perilaku

menabung terutama pada bank syariah relatif baru dibanding bank konvensional serta banyak dilakukan oleh kaum berpendidikan dan terpelajar serta berpenghasilan tetap.

e. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Karakteristiknya responden pada aspek pekerjaan bisa terlihat pada tabel 4.5 berikut ini:

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
TNI/Polri	4	2%
PNS	36	19%
Pegawai Swasta	42	22%
Wiraswasta	51	27%
Pelajar/Mahasiswa	25	13%
Petani	7	4%
Lainnya	25	13%
Total	190	100%

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2024.

Tabel 4.5 memberi gambaran responden bahwasanya pekerjaan nasabah yang menjadi TNI/Polri ada 4 (2%) responden, 36 (19) nasabah menjadi Pegawai Negeri Sipil (PNS). Selanjutnya, 42 (22%) responden menjadi pegawai swasta, 51 (27%) orang menjadi wiraswasta, 25 (13%) orang sebagai pelajar ataupun mahasiswa, 7 (4%) orang sebagai petani, dan lainnya ialah 25 (13%) responden.

Secara garis besar, responden didominasi oleh nasabah yang memiliki pekerjaan wiraswasta. Nasabah terbanyak kedua yakni memiliki pekerjaan sebagai pegawai swasta. Fakta tersebut mengindikasikan, wiraswasta ialah suatu individu yang memiliki penghasilan yang berasal dari aktivitas usahanya dan karyawan swasta ialah suatu individu yang berpenghasilan tetap. Sehingga, adanya pendapatan dari hasil usaha atau pendapatan tetap yang dimiliki nasabah yang

berpenghasilan, sebagian disisihkan untuk ditabung untuk keperluan jangka pendek ataupun jangka panjang.

f. Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Nasabah Menabung

Karakteristiknya responden pada aspek lamanya nasabah menabung bisa dilihat pada tabel 4.6 berikut ini:

Tabel 4.6
Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Nasabah Menabung

Lamanya Nasabah Menabung	Jumlah	Persentase
<1 Tahun	16	8%
1-3 Tahun	59	31%
4-6 Tahun	68	36%
>6 Tahun	47	25%
Total	190	100%

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2024.

Tabel 4.6 memberi gambaran terkait lamanya nasabah menabung pada produk Tabungan Barokah Bank BBS dimana nasabah yang menabung <1 tahun ialah 16 (8%) nasabah, 1-3 tahun ada 59 (31%) nasabah, 4-6 tahun ada 68 (36%) nasabah, serta >6 tahun ada 47 (25%) nasabah. Lamanya nasabah menabung paling banyak yakni 4 hingga 6 tahun

Fakta tersebut menggambarkan bahwa, nasabah sudah sangat mengetahui produk Tabungan Barokah bank BBS. Selain itu hal demikian juga menggambarkan bahwasanya responden sudah benar-benar mengetahui kondisi bank BBS baik dari aspek produk, pelayanan serta lainnya sehingga tetap menjadi nasabah setia dan tetap memilih menabung pada produk Tabungan Barokah bank tersebut.

3. Deskripsi Jawaban Responden pada Tiap Variabel

Instrumen yang dipakai pada studi ini ialah kuisisioner dengan mempergunakan skala likert, jumlah pernyataannya yakni 12 butir pernyataan variabel kualitas layanan (X_1), 8 butir pernyataan variabel kualitas produk (X_2), 10 pernyataan variabel religiusitas (M) serta 8 butir variabel keputusan nasabah menabung (Y) pada produk Tabungan Barokah. Sehingga jumlah keseluruhan pernyataan ialah 38 butir.

Hasil pengumpulan data dilapangan memberikan gambaran jelas terkait kondisi objek pada variabel-variabel yang dipergunakan pada studi ini. Berdasar data yang didapat pada hasil jawabannya responden, bisa ditentukan nilainya tiap variabel yang bisa jadi dasar melaksanakan indentifikasi kecenderungan serta variasi tanggapannya responden pada kuesioner yang sudah dibuat. Kecenderungan sekaligus variasi jawabannya responden pada variabel, penentuannya mengacu pada distribusi frekuensi, dimana lebih dulu bisa menentukan nilai interval untuk menentukan kategori jawaban dengan rumusnya yakni angka terbesar dikurangi angka terkecil dibagi jumlahnya kelas.

Melihat nilai skor tiap alternatif jawaban pada tiap variabel yaitu minimalnya 1 serta maksimalnya 5 sementara variasinya indikator pada tiap variabelnya yaitu tidak sama. Sehingga perhitungannya ialah 5 dikurangi 1 dibagi 5 sehingga diperoleh nilai 0,8. Karenanya kategori distribusi frekuensi pada studi ini yaitu, bila memiliki nilai 1,00-1,80 maka tergolong kategori sangatlah tidak baik, jika nilainya 1,81-2,60 tergolong kategori tidak baik, bila nilainya 2,61-3,40 tergolong sedang (cukup), bila nilainya 3,41-4,20 tergolong baik, serta apabila

nilainya 4,21-5,00 tergolong kategori sangat baik.¹³ Berikut deskripsi jawaban responden ditiap variabel:

a. Deksripsi Jawaban Responden pada Variabel Kualitas Layanan

Deskripsi jawabannya responden pada variabel kualitas pelayanan dalam hasil studi ini yaitu:

Tabel 4.7
Deksripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Layanan

Kualitas Layanan	Mean (Rata-Rata)	Keterangan
Kepatuhan	4.253	Sangat Baik
Jaminan	4.255	Sangat Baik
Reliabilitas	4.168	Baik
Tampilan/Bukti Fisik	4.247	Sangat Baik
Empati	4.239	Sangat Baik
Daya Tanggap	4.203	Baik
Jumlah Rata-Rata Variabel Kualitas Layanan	4.229	Sangat Baik

Sumber: Hasil Pengujian Deskriptif Data Primer Diolah Tahun 2024.

Hasil hitung deskriptif memperoleh skor rerata kualitas pelyanan yakni 4,229, perolehannya angka tersebut pada skala jawaban 1 hingga 5 termasuk pada skor 4,21-5,00. Mengacu pada perolehan rerata tersebut, sehingga tergolong kategori sangat baik yang memberikan penjelasan, responden memberikan penilaian kualitas layanan pada BPRS Bhakti Sumekar Sumenep berada pada kondisi sangat baik serta masih berpotensi untuk ditingkatkan lebih baik lagi.

Variabel kualitas layanan diukur dengan kepatuhan, jaminan, reliabilitas, tampilan/bukti fisik, empati, daya tanggap. Penjabaran jawaban responden pada tiap indikator yaitu: *pertama*, indikator kepatuhan (*compliance*) memperoleh skor rata-rata 4,253 (tergolong dikategori sangat baik). Dimana, responden memberikan pernyataan paling banyak pada jawaban setuju dan sangat setuju bahwa karyawan

¹³ Rudy Haryanto, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Bank Syariah*, 139-140.

memiliki tingkat kepatuhan yang baik pada peraturan (hukum) syariat Islam dengan mematuhi larangan (tidak melakukan transaksi yang dilarang seperti riba, tidak menipu nasabah, dan lainnya) dan patuh pada perintah syariat (menjalankan kewajiban agama, menutup aurat, dan lainnya), sekaligus memiliki moral dan etika yang baik dalam pelayanannya kepada nasabah.

Kedua, indikator jaminan (*assurance*) memperoleh skor rata-rata 4,255 (tergolong dikategori sangat baik). Dimana, jawaban pernyataan responden yaitu lebih banyak yang menyatakan setuju serta sangat setuju bahwasanya, karyawan Bank BBS mampu berikan jaminan yang baik karena karyawan bisa dipercaya, sopan, bebas dari bahaya dan resiko keraguan, mampu memberikan keamanan dan keselamatan dalam transaksi atau menabung, memiliki pengetahuan yang baik pada produk dan mampu menanamkan kepercayaan pada nasabah terkait modal yang nasabah simpan.

Ketiga, reliabilitas (*reliability*) memperoleh skor rata-rata 4,168 (tergolong dikategori baik). Dimana responden lebih banyak memberikan respon setuju serta sangat setuju bahwasanya, karyawan Bank BBS mampu memberi pelayanan yang dijanjikan secara akurat, memuaskan serta mampu memberikan layanan berdasarkan janji yang ditawarkan dengan waktu yang cepat dan tepat waktu sesuai harapan.

Keempat, tampilan ataupun bukti fisik (*tangible*) memperoleh skor rata-rata 4,247 (tergolong dikategori sangat baik). Dimana responden banyak memberikan respon setuju dan sangat setuju bahwasanya tampilan atau bukti fisik yang dimiliki Bank BBS termasuk sangat baik karena pegawai memiliki penampilan yang baik berdasarkan syariat Islam dengan menutup aurat, rapi, sopan. Selain itu, kantor

Bank BBS juga memiliki fasilitas yang baik dengan adanya ruangan pendingin, nyaman, rapi, tersedianya tempat parkir, adanya perlengkapan serta peralatan komunikasi yang baik dan canggih.

Kelima, empati (*empathy*) memperoleh skor rata-rata 4,239 (tergolong dikategori sangat baik). Dimana jawaban responden lebih banyak menjawab setuju serta sangat setuju bahwasannya karyawan Bank BBS mempunyai empati yang baik karena mampu berkomunikasi dan menjalin hubungan baik, perhatian dan memahami kebutuhan nasabah, mampu mengelola waktu sehingga mudah dihubungi baik langsung ataupun melalui telepon untuk memberikan pelayanan sesuai kebutuhan nasabah.

Keenam, daya tanggap (*responsivines*) memperoleh skor rata-rata 4,203 (masuk pada kategori baik). Dimana perolehan respon responden banyak memberikan jawaban setuju serta sangat setuju bahwasanya, karyawan Bank BBS mampu memberikan pelayanan dengan cepat baik dan tanggap dalam menangani transaksi, pembukaan tabungan, keluhan nasabah serta lainnya.

b. Dekscripsi Jawaban Responden pada Variabel Kualitas Produk

Deskripsi jawabannya responden pada variabel kualitas produk dalam hasil studi ini yaitu:

Tabel 4.8
Deksripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk

Kualitas Produk	Mean (Rata-Rata)	Keterangan
Kinerja	4.353	Sangat Baik
Tampilan	4.161	Baik
Keandalan	4.124	Baik
Kesesuaian	4.250	Sangat Baik
Jumlah Rata-Rata Variabel Kualitas Produk	4.219	Sangat Baik

Sumber: Hasil Pengujian Deskriptif Data Primer Diolah Tahun 2024.

Hasil hitung deskriptif memperoleh skor rerata kualitas produk yakni 4,219, perolehan angka tersebut pada skala jawaban 1 hingga 5 termasuk pada skor 4,21-5,00. Mengacu pada perolehan rata-rata tersebut sehingga tergolong kategori sangat baik yang memberikan penjelasan bahwasanya responden memberikan penilaian kualitas produk (khususnya produk Tabungan Barokah) pada bank BBS berada pada kondisi sangat baik serta masih memiliki potensi untuk ditingkatkan untuk lebih baik lagi.

Kualitas produk bank BBS diukur dengan kinerja, tampilan, keandalan, kesesuaian. Penjabaran jawaban responden pada tiap indikator yaitu: *pertama*, indikator kinerja (*performance*) memperoleh skor rata-rata 4,353 (tergolong dikategori sangat baik). Dimana respon responden dominan memberi jawaban setuju serta sangatlah setuju bahwasanya dari aspek kinerja, produk Tabungan Barokah sudah mempergunakan prinsip syariah, halal, bebas riba, menggunakan akad *wadiah*, *saving* dan aman.

Kedua, tampilan (*features*) memperoleh skor rata-rata 4,161 (tergolong dikategori baik). Dimana respon respondennya dominan memberi jawaban setuju serta sangatlah setuju bahwasanya dari aspek tampilan (ciri keistimewaan karakteristik tambahan atau pelengkap dari kinerja), produk Tabungan Barokah Bank BBS punya setoran awal ringan, tidak ada biaya administrasi bulanan, adanya bonus bulanan kompetitif, berfungsi sebagai tabungan cadangan keperluan mendesak, kemudahan syarat pembukaan awal, tarik setor tunai tanpa batas dan layanan antar jemput.

Ketiga, keandalan (*reliability*) memperoleh skor rata-rata 4,124 (masuk pada kategori baik). Dimana respon responden lebih menjawab setuju serta sangat

setuju bahwasanya produk Tabungan Barokah Bank BBS dapat diandalkan karena mampu memberikan kepuasan pada nasabah, modal nasabah menjadi lebih barokah, aman, serta dapat diandalkan sebagai tabungan keperluan mendesak atau jangka panjang yang halal sehingga memiliki manfaat dan kebaikan dalam aspek spiritual, moral dan material.

Keempat, kesesuaian (*conformance*) memperoleh skor rata-rata 4,250 (tergolong dikategori sangat baik). Dimana respon responden lebih banyak memberi jawaban setuju serta sangat setuju bahwasanya produk Tabungan Barokah Bank BBS selaras pada spesifikasi yang sudah ditetapkan mengacu pada kebutuhan dan keinginannya nasabah, sesuai pada prinsip syariah, karakteristik desain produk serta operasionalnya sudah memenuhi standar yang ditetapkan dan sesuai dengan syariat Islam.

c. Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Religiusitas

Deskripsi jawaban responden pada variabel religiusitas dalam hasil studi ini yaitu:

Tabel 4.9
Deskripsi Jawaban Responden Variabel Religiusitas

Religiusitas	Mean (Rata-Rata)	Keterangan
Keyakinan	4.592	Sangat Baik
Praktik Agama atau Peribadatan	4.218	Sangat Baik
Feeling atau Penghayatan	4.213	Sangat Baik
Pengetahuan Agama	4.037	Baik
Pengamalan atau Konsekuensi	3.892	Baik
Jumlah Rata-Rata Variabel Religiusitas	4.212	Sangat Baik

Sumber: Hasil Pengujian Deskriptif Data Primer Diolah Tahun 2024.

Hasil hitung deskriptif memperoleh skor rata-rata religiusitas yakni 4,212, perolehan angka tersebut pada skala jawaban 1 hingga 5 termasuk pada skor 4,21-

5,00. Mengacu pada perolehan rata-rata tersebut sehingga tergolong kategori sangat baik yang memberikan penjelasan bahwasanya responden memiliki tingkat religiusitas sangat baik serta masih memiliki potensi untuk ditingkatkan untuk lebih baik lagi terutama dalam aspek pengetahuan agama dan pengamalan.

Religiusitas (Islami) diukur dengan keyakinan, praktik peribadatan, *feeling* (penghayatan), pengetahuan agama, pengamalan ataupun konsekuensi. Penjabaran jawaban responden pada tiap indikator yaitu: *pertama*, keyakinan memperoleh skor rata-rata 4,592 (tergolong dikategori sangat baik). Dimana responden lebih banyak menjawab setuju serta sangat setuju bahwasanya nasabah memiliki tingkat keyakinan yang tinggi pada ajaran Islam dengan percaya kepada Allah dan meyakini bahwa Allah mengawasi semua perbuatan umat-Nya termasuk saat memilih produk tabungan, dan juga nasabah memiliki keyakinan pada malaikat, kitab Allah, nabi dan rasul, hari kiamat, qada dan qadar, surga, neraka dan lainnya.

Kedua, praktik agama memperoleh skor rata-rata 4,218 (masuk pada kategori sangat baik). Dimana respon responden lebih banyak menjawab setuju serta sangat setuju bahwa nasabah memiliki praktik peribadatan yang baik dengan menjalankan kewajiban shalat tepat waktu tidak terganggu oleh aktivitas menabung, memiliki praktik peribadatan yang baik dalam menjalankan puasa, zakat, haji, membaca al-Quran dan lainnya.

Ketiga, *Feeling* ataupun penghayatan memperoleh skor rata-rata 4,213 (masuk pada kategori sangat baik). Dimana responden lebih banyak memberikan respon setuju serta sangat setuju bahwa nasabah memiliki penghayatan yang baik karena merasa dekat dengan Allah, tersentuh ketika mendengar ayat al-Quran, merasa tenteram ketika berdoa, senang ketika doanya dikabulkan, merasa takut

akan berbuat dosa sehingga menghindari menggunakan produk yang haram menurut Islam dan memilih produk tabungan yang halal seperti Tabungan Barokah Bank BBS.

Keempat, pengetahuan agama memperoleh skor rata-rata 4,037 (tergolong dikategori baik). Dimana responden lebih banyak memberikan respon setuju serta sangat setuju bahwasanya nasabah memiliki pengetahuan agama yang baik yang terdapat dalam al-Quran, hadist, fiqih dan lainnya bahkan nasabah memiliki pengetahuan agama yang baik mengenai transaksi yang dilarang Islam seperti *riba*, *gharar*, *maysir* serta transaksi lainnya yang tidak diperbolehkan syariat.

Kelima, pengamalan ataupun konsekuensi memperoleh skor rata-rata 3,892 (masuk pada kategori baik). Dimana respon responden dominan memberi jawaban setuju serta sangatlah setuju bahwasanya nasabah mampu mengamalkan ajaran agama Islam dengan baik pada aspek kehidupan sehari-hari termasuk pemilihan produk tabungan yang halal, bebas *riba*, sesuai syariat Islam, serta nasabah mampu mengamalkan ajaran agama dengan berperilaku jujur, mendermakan harta, menggunakan harta untuk tujuan ibadah, tidak berlebih-lebihan, suka menabung, tidak boros dan lainnya.

d. Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Keputusan Nasabah Menabung

Deskripsi jawabannya responden pada variabel keputusan nasabah menabung dalam hasil studi ini yaitu:

Tabel 4.10
Deksripsi Jawaban Responden Variabel Keputusan Nasabah Menabung

Kualitas Layanan	Mean (Rata-Rata)	Keterangan
Pilihan Produk	4.253	Sangat Baik
Pilihan Merek Bank	4.239	Sangat Baik
Penentuan Saat Menabung	4.297	Sangat Baik
Besaran Tabungan	4.226	Sangat Baik
Jumlah Rata-Rata Variabel Keputusan Nasabah Menabung	4.256	Sangat Baik

Sumber: Hasil Pengujian Deskriptif Data Primer Diolah Tahun 2024.

Hasil hitung deskriptif memperoleh skor rerata keputusan nasabah menabung yakni 4,256, perolehan angka tersebut pada skala jawaban 1 hingga 5 termasuk pada skor 4,21-5,00. Mengacu pada perolehan rata-rata tersebut keputusan nasabah menabung tergolong kategori sangat baik serta masih memiliki potensi untuk ditingkatkan. Keputusan nasabah menabung diukur dengan pilihan produk, pilihan merek bank, penentuan saat menabung, besaran tabungan.

Penjabaran jawaban responden pada tiap indikator yaitu: *pertama*, pilihan produk memperoleh skor rata-rata 4,253 (masuk pada kategori sangat baik). Dimana respon responden lebih banyak menjawab setuju serta sangat setuju bahwa responden memutuskan memilih menabung pada produk Tabungan Barokah bank BBS daripada produk tabungan bank konvensional karena sesuai syariat, halal, aman, bebas riba dan memutuskan menabung pada produk Tabungan Barokah daripada produk tabungan lainnya di bank BBS, bank syariah dan unit usaha lainnya karena kualitas produk tabungan berupa yang lebih unggul.

Kedua, pilihan merek bank memperoleh skor rata-rata 4,239 (tergolong dikategori sangat baik). Dimana responden lebih banyak menjawab setuju dan sangat setuju bahwa responden memutuskan memilih menabung pada merek bank

BBS daripada bank konvensional karena bank BBS menjalankan aktivitas operasionalnya berdasarkan prinsip syariah dan memutuskan menabung pada bank BBS daripada bank syariah ataupun unit usaha syariah lainnya karena bank BBS lebih unggul, nomor satu di Madura dan se-Jawa Timur dan BPRS terbesar di Indonesia.

Ketiga, penentuan saat menabung memperoleh skor rata-rata 4,297 (tergolong dikategori sangat baik). Dimana responden lebih banyak menjawab setuju serta sangat setuju bahwa responden memutuskan menabung pada produk Tabungan Barokah bank BBS karena fasilitas dan layanannya memiliki keunggulan tersendiri berdasarkan syariat Islam dan memutuskan menabung pada produk Tabungan Barokah dikarenakan lebih baik dan menarik daripada produk lainnya dengan adanya bonus kompetitif perbulan, layanan antar jemput dan layanan *online* serta *offline*.

Keempat, besaran tabungan memperoleh skor rata-rata 4,226 (masuk pada kategori sangat baik). Dimana responden lebih banyak menjawab setuju serta sangat setuju bahwa responden memutuskan menabung pada produk Tabungan Barokah bank BBS karena besaran tabungan pada setoran awal yang rendah dan melakukan setoran tarik tunai dengan besaran tabungan berapapun.

4. Hasil Uji Kualitas Data (Uji Validitas dan Uji Reliabilitas)

Kualitas data yang didapat pada penggunaan instrumen studi ini bisa dilaksanakan evaluasi dengan uji validitas serta reliabilitas. Tujuannya uji ini yaitu untuk mengetahui apakah tiap item pertanyaan yang dipergunakan studi ini layak ataupun tidak untuk dipakai. Dalam hal ini, peneliti mengajukan kuisioner berisi 12 butir pernyataan untuk variabel kualitas layanan (X_1), 8 butir pernyataan untuk

variabel kualitas produk (X_2), 10 pernyataan pada variabel religiusitas (M) serta 8 butir untuk variabel keputusan nasabah menabung (Y) pada produk Tabungan Barokah dengan interval jawaban 1 sampai 5. Hasil ujinya yakni:

a. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan menguji sejauh manakah alat ukur bisa mengukur apa yang ingin diukur. Artinya, uji ini dipergunakan untuk mengukur valid ataupun tidaknya kuesioner melalui mengkorelasi skor pada item dengan skornya total item. Koefisien korelasinya *product moment* tiap item akan diperbandingkan dengan r_{tabel} sementara taraf signifikansinya ialah 0,05. Kriteria uji validitas yakni, bila koefisien korelasi produk moment $> r_{\text{tabel}}$. Artinya saat nilai korelasi suatu item (pernyataan) $> r_{\text{tabel}}$ (hasil $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$), pertanyaannya valid. Tapi, bila angka korelasinya suatu item (pernyataan) $< r_{\text{tabel}}$ (hasil $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$) maka tidak valid.¹⁴ Hasil ujinya ialah:

Tabel 4.11
Hasil Uji Validitas

Pernyataan	Korelasi	Kritik (r_{tabel})	Keterangan
X1.1	0.862	0.1432	Valid
X1.2	0.928	0.1432	Valid
X1.3	0.878	0.1432	Valid
X1.4	0.923	0.1432	Valid
X1.5	0.900	0.1432	Valid
X1.6	0.914	0.1432	Valid
X1.7	0.892	0.1432	Valid
X1.8	0.918	0.1432	Valid
X1.9	0.837	0.1432	Valid
X1.10	0.824	0.1432	Valid
X1.11	0.853	0.1432	Valid
X1.12	0.844	0.1432	Valid
X2.1	0.843	0.1432	Valid
X2.2	0.944	0.1432	Valid
X2.3	0.874	0.1432	Valid
X2.4	0.915	0.1432	Valid

¹⁴ Sofiyan Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, 46.

Pernyataan	Korelasi	Kritik (r_{tabel})	Keterangan
X2.5	0.879	0.1432	Valid
X2.6	0.936	0.1432	Valid
X2.7	0.886	0.1432	Valid
X2.8	0.920	0.1432	Valid
M.1	0.793	0.1432	Valid
M.2	0.780	0.1432	Valid
M.3	0.755	0.1432	Valid
M.4	0.690	0.1432	Valid
M.5	0.759	0.1432	Valid
M.6	0.751	0.1432	Valid
M.7	0.784	0.1432	Valid
M.8	0.784	0.1432	Valid
M.9	0.746	0.1432	Valid
M.10	0.780	0.1432	Valid
Y.1	0.931	0.1432	Valid
Y.2	0.944	0.1432	Valid
Y.3	0.792	0.1432	Valid
Y.4	0.929	0.1432	Valid
Y.5	0.958	0.1432	Valid
Y.6	0.828	0.1432	Valid
Y.7	0.936	0.1432	Valid
Y.8	0.928	0.1432	Valid

Sumber: Hasil Uji Validitas Berdasarkan Data Diolah oleh Peneliti Tahun 2024.

Hasil perhitungan diketahui nilai r_{hitung} pada kolom korelasi untuk tiap item pernyataan keseluruhan variabel baik variabel endogen, eksogen serta moderating memiliki $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ yakni 0,1432. Sehingga dapat disimpulkan, keseluruhan indikator tiap variabel pada studi ini ialah valid.

Hasil perhitungan uji validitas mengindikasikan semua indikator ataupun item pernyataan pada tiap variabel yang termuat dalam kuesioner sudah memenuhi syarat validitas. Sehingga semua item pernyataan ialah valid serta dapat diolah lebih lanjut. Keseluruhan pernyataan yang sudah memenuhi validitas pada studi ini menggambarkan bahwa, instrumen pernyataan tiap item yang menjadi alat ukur tiap variabel bisa mengukur apa yang ingin diukur serta layak dipergunakan sebagai instrumen penelitian.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilaksanakan supaya bisa tahu sejauh manakah hasil pengukurannya tetap konsisten jika pengukurannya dilaksanakan dua kali ataupun lebih pada gejala serupa dengan penggunaan alat ukur serupa dengan mempergunakan *Alpha Cronbach*. Kriteria ujinya yakni setiap item pertanyaan dikatakan reliabel saat *Alpha Cronbach* $> 0,7$ kemudian dinyatakan tidak reliabel jika *Alpha Cronbach* $< 0,7$.¹⁵ Hasil ujinya ialah:

Tabel 4.12
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Keputusan Menabung	0.969	Reliabel
Kualitas Layanan	0.973	Reliabel
Kualitas Produk	0.965	Reliabel
Religiusitas	0.918	Reliabel

Sumber: Hasil Uji Reliabilitas Berdasarkan Data Diolah oleh Peneliti Tahun 2024.

Diketahui pada tabel 4.12, tiap variabelnya punya angka *cronbach alpha* $> 0,7$. Karenanya keseluruhan variabel X yakni kualitas layanan (X_1) serta kualitas produk (X_2), variabel moderating yakni religiusitas dan variabel Y yaitu keputusan nasabah menabung ialah reliabel.

Hasil yang reliabel tersebut mengindikasikan, instrumen tersebut bila dipergunakan berkali-kali guna mengukur obyek serupa, akan memperoleh data serupa pula. Reliabel tersebut juga mencerminkan skor responden yang didapat benar-benar skor sebenarnya dari responden terkait *traits* yang diukur. Melihat nilai *cronbach alpha* yang sudah memenuhi, sehingga bisa dinyatakan tiap item pernyataan pada instrumen studi ini dapat dipergunakan.

¹⁵ Sofiyan Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, 55.

5. Hasil Uji Analisis Model Pengukuran (*Outer Model*)

a. *Convergent Validity*

Convergent validity memiliki tujuan guna mengetahui validitasnya setiap hubungannya indikator dengan variabel latennya. Pengujian *convergent validity* bisa ternilai melalui *outer loadings* ataupun *loading factor* serta AVE (*Average Variance Extracted*). *Loading factor* ataupun *outer loadings* bisa terlihat dari *standardized loading factor* dimana pengukuran reflektif individual dinyatakan besar apabila korelasinya $> 0,7$ dengan konstruk yang ingin diukur.¹⁶

Convergent validity punya maknanya bahwasanya seperangkat indikator satu variabel bisa mewakili serta mendasari variabel laten itu sendiri. Perwakilan tersebut bisa didemonstrasikan dengan *unidimensionalitas* melalui AVE (*Average Variance Extracted*) yang kriterianya yakni bernilai 0,5, dimana angka tersebut memberi gambaran validitas konvergen memadai.¹⁷ Hasil uji *outer loadings* yaitu:

Tabel 4.13
Hasil Uji Outer Loadings

	Kualitas Layanan	Kualitas Produk	Religiusitas	Keputusan Menabung	Kualitas Layanan*Religiusitas	Kualitas Produk*Religiusitas
Kualitas Layanan*Religiusitas					1.116	
Kualitas Produk*Religiusitas						1.113
X1.1	0.868					
X1.2	0.924					
X1.3	0.886					
X1.4	0.921					
X1.5	0.893					
X1.6	0.913					
X1.7	0.900					

¹⁶ Duryadi, *Metode Penelitian Ilmiah: Metode Penelitian Empiris Model Path Analysis dan Analisis Menggunakan SmartPLS*, 123-124.

¹⁷ Ibid, 124.

	Kualitas Layanan	Kualitas Produk	Religiusitas	Keputusan Menabung	Kualitas Layanan *Religiusitas	Kualitas Produk* Religiusitas
X1.8	0.916					
X1.9	0.827					
X1.10	0.832					
X1.11	0.844					
X1.12	0.853					
X2.1		0.852				
X2.2		0.939				
X2.3		0.883				
X2.4		0.910				
X2.5		0.875				
X2.6		0.933				
X2.7		0.895				
X2.8		0.914				
M.1			0.797			
M.2			0.818			
M.3			0.824			
M.4			0.787			
M.5			0.769			
M.6			0.756			
M.7			0.805			
M.8			0.798			
M.9			0.754			
M.10			0.794			
Y.1				0.922		
Y.2				0.942		
Y.3				0.810		
Y.4				0.920		
Y.5				0.956		
Y.6				0.844		
Y.7				0.936		
Y.8				0.920		

Sumber: Hasil Uji *Outer Loadings* Berdasarkan Data Primer Diolah dari Smart-PLS Tahun 2024.

Nilai *outer loadings* yang muncul diantara variabel dengan indikator pertanyaan nilainya tidak sama, bisa terlihat bahwasanya angka *outer loadings* yakni $> 0,7$, berarti hubungannya sudah sesuai antara variabel latennya dengan indikatornya. Kesimpulannya, indikator pernyataan dengan variabel yang memiliki nilai *loading* $> 0,7$ pada studi ini sudah valid.

Variabel kualitas layanan dengan indikator kepatuhan bahwa karyawan bank BBS patuh pada aturan dan hukum syariat dengan memiliki moral dan etika

yang baik dalam pelayanannya pada pengolahan data punya nilai nilai *outer loading* tertinggi yakni 0,924. Variabel kualitas produk dengan indikator kinerja bahwasanya produk Tabungan Barokah Bank BBS menggunakan akad *wadiah*, *saving*, dan aman dalam pengolahan data punya nilai nilai *outer loading* tertinggi yakni 0,939. Variabel religiusitas dengan indikator praktik peribadatan dengan memiliki praktik peribadatan yang baik yakni menjalankan kewajiban ritual berupa solat tepat waktu dalam pengolahan data punya nilai nilai *outer loading* tertinggi yakni 0,824. Variabel keputusan menabung dengan indikator penentuan saat menabung dikarenakan adanya fasilitas dan layanan yang unggul dalam pengolahan data punya nilai nilai *outer loading* tertinggi yakni 0,956. Sementara itu, hasil uji AVE yaitu:

Tabel 4.14
Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE)

	Average Variance Extracted (AVE)
Kualitas Layanan	0.778
Kualitas Produk	0.811
Religiusitas	0.625
Keputusan Menabung	0.824
Kualitas Layanan*Religiusitas	1.000
Kualitas Produk*Religiusitas	1.000

Sumber: Hasil Uji AVE Berdasarkan Data Primer Diolah dari Smart-PLS Tahun 2024.

Tabel 4.14 menunjukkan nilai AVE semua variabel diatas 0,5 sehingga nilai tersebut memberi gambaran validitas konvergen memadai. Artinya, satu variabelnya bisa menjelaskan lebih dari setengahnya varian dari indikator dalam rerata.

Hasil uji nilai *outer loading* serta AVE mencerminkan bahwa, *convergent validity* pada studi ini tergolong baik. Hal tersebut punya arti bahwasanya,

seperangkat indikatornya bisa mewakili satu variabel latennya serta yang mendasari variabel laten tersebut. Selain itu, hubungannya juga sudah sesuai antar tiap pengukuran (indikator) dengan konstruksinya karena punya angka *outer loadings* $> 0,7$, serta satu variabel bisa menjelaskan lebih dari setengahnya varian dari indikatornya dalam rerata sebab angka AVE yang didapat $> 0,05$.

b. Deskriminant Validity

Discriminant validity punya tujuan melaksanakan pengujian seberapa jauhnya konstruk laten benar-benar tidak sama pada konstruk lain. Tingginya angka *discriminant validity* mengindikasikan bahwasanya suatu konstruks unik serta bisa menjelaskan fenomena yang diukur. Untuk mengetahui *discriminant validity* yakni menggunakan metode *cross loadings*. Nilainya yang diharapkan yaitu $> 0,7$.¹⁸ Hasil ujinya ialah:

Tabel 4.15
Hasil Uji Cross Loadings

	Kualitas Layanan	Kualitas Produk	Religiusitas	Keputusan Menabung	Kualitas Layanan*Religiusitas	Kualitas Produk*Religiusitas
Kualitas Layanan*Religiusitas	0.774	0.777	0.704	0.765	1.000	0.991
Kualitas Produk*Religiusitas	0.777	0.766	0.703	0.742	0.991	1.000
X1.1	0.868	0.809	0.745	0.770	0.706	0.731
X1.2	0.924	0.822	0.714	0.719	0.788	0.783
X1.3	0.886	0.826	0.719	0.726	0.798	0.715
X1.4	0.921	0.828	0.721	0.716	0.888	0.790
X1.5	0.893	0.867	0.738	0.746	0.707	0.706
X1.6	0.913	0.841	0.734	0.750	0.882	0.863
X1.7	0.900	0.835	0.725	0.736	0.805	0.706
X1.8	0.916	0.824	0.718	0.753	0.893	0.884
X1.9	0.827	0.781	0.700	0.753	0.714	0.712
X1.10	0.832	0.806	0.749	0.789	0.775	0.756
X1.11	0.844	0.793	0.705	0.729	0.723	0.717

¹⁸ Duryadi, *Metode Penelitian Ilmiah: Metode Penelitian Empiris Model Path Analysis dan Analisis Menggunakan SmartPLS*, 62.

	Kualitas Layanan	Kualitas Produk	Religiusitas	Keputusan Menabung	Kualitas Layanan*Religiusitas	Kualitas Produk*Religiusitas
X1.12	0.853	0.848	0.745	0.802	0.792	0.790
X2.1	0.817	0.852	0.741	0.792	0.782	0.709
X2.2	0.818	0.939	0.747	0.803	0.778	0.771
X2.3	0.826	0.883	0.730	0.800	0.705	0.702
X2.4	0.813	0.910	0.745	0.786	0.751	0.742
X2.5	0.807	0.875	0.726	0.715	0.720	0.712
X2.6	0.802	0.933	0.744	0.723	0.762	0.747
X2.7	0.800	0.895	0.745	0.705	0.705	0.703
X2.8	0.810	0.914	0.720	0.719	0.898	0.864
M.1	0.775	0.760	0.797	0.786	0.765	0.739
M.2	0.727	0.726	0.818	0.755	0.743	0.776
M.3	0.759	0.736	0.824	0.794	0.719	0.709
M.4	0.780	0.770	0.787	0.784	0.763	0.756
M.5	0.729	0.721	0.769	0.745	0.858	0.762
M.6	0.742	0.746	0.756	0.746	0.773	0.768
M.7	0.782	0.766	0.805	0.735	0.788	0.780
M.8	0.784	0.798	0.798	0.787	0.721	0.717
M.9	0.754	0.749	0.754	0.713	0.731	0.726
M.10	0.726	0.705	0.794	0.755	0.724	0.707
Y.1	0.814	0.850	0.730	0.922	0.745	0.734
Y.2	0.801	0.816	0.746	0.942	0.760	0.751
Y.3	0.822	0.846	0.724	0.810	0.712	0.706
Y.4	0.803	0.828	0.739	0.920	0.707	0.706
Y.5	0.817	0.847	0.748	0.956	0.779	0.767
Y.6	0.806	0.821	0.741	0.844	0.709	0.701
Y.7	0.813	0.815	0.744	0.936	0.782	0.767
Y.8	0.810	0.838	0.736	0.920	0.733	0.727

Sumber: Hasil Uji *Cross Loadings* Berdasarkan Data Primer Diolah dari Smart-PLS Tahun 2024.

Tabel 4.15, memaparkan nilai *cross loading* pada indikatornya suatu konstruk lebih besar dari angka *cross loading* indikator konstruk tersebut terhadap konstruk lainnya. Sehingga validitas diskriminan disetiap indikator terhadap variabelnya sudah memenuhi. Selain itu, nilai *cross loading* dari tiap indikator yang diperoleh melebihi angka yang diharapkan yakni $> 0,7$.

Hasil demikian mengindikasikan, *discriminant validity* konstruk laten benar-benar berbeda dengan konstruks lainnya. Tingginya angka *discriminant validity* mengindikasikan konstruk unik serta bisa menjelaskan fenomena yang diukur. Sehingga, hasil pengujian *discriminant validity* pada studi ini memiliki

tingkat *discriminant validity* yang baik dan lebih dari nilai yang diharapkan (terpenuhi).

c. *Internal Consistency Validity*

Internal consistency validity dipergunakan dalam rangka melaksanakan pengukuran seberapa mempunyai indikator bisa melaksanakan pengukuran pada konstruk latennya. Alat yang dipergunakan guna melaksanakan penilaian yaitu *composite reliability* serta *cronbachs alpha*. Reliabilitas dianggap dikatakan baik jika punya nilai *composite reliability* $> 0,7$. *Cronbach alpha* dikatakan sebagai uji reliabilitas yang dilaksanakan guna menguatkan hasil *composite reliability*, dimana variabel dikatakan reliabel jika angka *cronbachs alpha* $> 0,7$.¹⁹ Hasil ujinya ialah:

Tabel 4.16
Hasil Uji Cronbachs Alpha dan Composite Reliability

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Kualitas Layanan	0.974	0.977
Kualitas Produk	0.967	0.972
Religiusitas	0.933	0.943
Keputusan Menabung	0.969	0.974
Kualitas Layanan*Religiusitas	1.000	1.000
Kualitas Produk*Religiusitas	1.000	1.000

Sumber: Hasil Uji *Cronbachs Alpha* dan *Composite Reliability* Berdasarkan Data Primer Diolah dari Smart-PLS Tahun 2024.

Tabel 4.16, memperlihatkan tingginya reliabilitas seluruh variabel laten berdasarkan *composite reliability* serta *cronbach's alpha* yakni nilainya $> 0,7$ bisa tersimpulkan instrumen dinyatakan konsisten dalam pengukuran serta memenuhi kriteria *internal consistency validity*.

¹⁹ Duryadi, *Metode Penelitian Ilmiah: Metode Penelitian Empiris Model Path Analysis dan Analisis Menggunakan SmartPLS*, 62-125.

Hasil *internal consistency validity* tersebut mencerminkan bahwasanya, indikator yang dipergunakan pada studi ini mampu mengukur konstruk latennya. Sehingga reliabilitas dalam studi ini dianggap baik. Kemudian, melihat hasil dari evaluasi secara keseluruhan baik dari *convergent validity*, *deskriminant validity* serta *internal consistency validity* didapatkan kesimpulan, indikator-indikator pengukurannya variabel laten ialah pengukur yang valid serta reliabel.

6. Hasil Uji Analisis Model Struktural (*Inner Model*)

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi R^2 termasuk cara guna melaksanakan penilaian seberapa besarkah konstruk endogennya bisa dijelaskan konstruk eksogennya. Nilainya koefisien determinasi yang diinginkan yakni diantara 0 serta 1. *R square adjusted* ialah angka *R square* yang sudah dikoreksi berdasar nilainya *standart error*. Angka *adjusted R square* memberi gambaran lebih kuat daripada *R square* saat memberi penilaian kemampuan konstruk eksogen dalam memberi penjelasan pada konstruk endogennya. Kriteria nilai *R square* yakni bila nilainya 0,67 (model kuat), 0,33 (moderat) serta 0,19 (kecil).²⁰ Hasil ujinya ialah:

Tabel 4.17
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

	R Square	R Square Adjusted
Keputusan Menabung	0.972	0.971

Sumber: Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Berdasarkan Data Primer Diolah dari Smart-PLS Tahun 2024.

²⁰ Duryadi, *Metode Penelitian Ilmiah: Metode Penelitian Empiris Model Path Analysis dan Analisis Menggunakan SmartPLS*, 62-63.

Tabel 4.17, memperlihatkan angka koefisien determinasi (*R-Square Adjusted*) yakni 0.971 yang berarti, variabel keputusan menabung mampu dijelaskan oleh variabel kualitas layanan, kualitas produk, religiusitas, interaksi kualitas layanan dan religiusitas, serta interaksi kualitas produk dan religiusitas ialah 97,1%.

Artinya, konstruk endogen bisa dijelaskan oleh konstruk eksogen sebesar 97,1%. Nilai 97,1% tersebut tergolong kategori kuat (sebab nilai *R-Square Adjusted* berada pada rentang 0.67 - 1.00). Sementara sisanya yakni 2,9% dipengaruhi variabel lain diluar studi ini (tidak diteliti pada studi ini misalnya variabel pemasaran, lokasi, serta lainnya).

b. *F Square* (F^2)

F square dipergunakan guna melaksanakan penilaian seberapa besarkah pengaruh relatifnya variabel eksogen pada endogen. Kriterianya, bila f^2 bernilai 0,02 mencerminkan pengaruhnya variabel eksogen pada variabel endogen lemah (kecil), bila nilai f^2 ialah 0,15 mencerminkan pengaruh sedang (moderat), bilai nilainya f^2 ialah 0,35 mencerminkan pengaruh besar (kuat).²¹ Hasil ujinya ialah:

Tabel 4.18
Hasil Uji *F Square* (F^2)

	Keputusan Menabung
Keputusan Menabung	
Kualitas Layanan	0.310
Kualitas Produk	0.237
Religiusitas	0.224
Kualitas Layanan*Religiusitas	0.157
Kualitas Produk*Religiusitas	0.163

Sumber: Hasil Uji *F Square* (F^2) Berdasarkan Data Primer Diolah dari Smart-PLS Tahun 2024.

²¹ Duryadi, *Metode Penelitian Ilmiah: Metode Penelitian Empiris Model Path Analysis dan Analisis Menggunakan SmartPLS*, 62-63.

Tabel 4.18, mencerminkan kualitas layanan memiliki nilai *F-Square* 0.310, artinya kemampuan variabel kualitas layanan mempengaruhi keputusan nasabah menabung ada pada kategori sedang. Variabel kualitas produk punya nilai *F-Square* 0.237, artinya kemampuannya mempengaruhi keputusan menabung berada pada kategori sedang. Variabel religiusitas punya nilai *F-Square* 0.224, mengindikasikan variabel religiusitas mempengaruhi keputusan nasabah menabung berada dikategori sedang.

Hasil variabel interaksi kualitas layanan dengan religiusitas punya *F-Square* 0.157, menggambarkan kemampuan variabel interaksi kualitas layanan dengan religiusitas memberikan efek sedang. Sedangkan variabel interaksi antara kualitas produk dengan religiusitas memiliki *F-Square* 0.163, mengindikasikan kemampuan variabel interaksi kualitas produk dengan religiusitas memberikan pengaruh sedang. Hasil keseluruhan tiap variabel mencerminkan semua variabel mempengaruhi keputusan nasabah menabung berada dikategori sedang.

c. *Collinearity Statistic (VIF)*

Nilai yang dipergunakan pada uji *collinearity* model yakni melihat *Variance Inflation Factor (VIF)*. Pengujian ini dilaksanakan supaya bisa tahu hubungan antar indikator. Apabila nilai $VIF < 5$ dapat dikatakan tidak terdapat *collinerity*, serta bila $VIF > 5$ ada *collinerity*.²² Hasil ujinya yakni:

²² G. David Garson, *Partial Least Squares: Regression & Structural Equation Models*, 230.

Tabel 4.19
Hasil Uji Collinearity Statistic (VIF)

	VIF
X1.1	2.748
X1.2	2.293
X1.3	1.896
X1.4	1.934
X1.5	1.188
X1.6	4.454
X1.7	3.717
X1.8	1.693
X1.9	1.750
X1.10	1.249
X1.11	2.995
X1.12	2.672
X2.1	4.750
X2.2	3.064
X2.3	2.486
X2.4	2.507
X2.5	3.846
X2.6	4.738
X2.7	3.443
X2.8	2.002
M.1	3.642
M.2	3.398
M.3	3.503
M.4	2.945
M.5	3.103
M.6	2.605
M.7	3.672
M.8	3.038
M.9	2.693
M.10	4.438
Y.1	2.632
Y.2	3.482
Y.3	2.741
Y.4	1.344
Y.5	1.539
Y.6	3.890
Y.7	3.736
Y.8	2.152
Kualitas Layanan * Religiusitas	1.000
Kualitas Produk * Religiusitas	1.000

Sumber: Hasil Uji *Collierity Statistic* Berdasarkan Data Primer Diolah dari Smart-PLS Tahun 2024.

Tabel 4.19 terlihat bahwasanya nilai semua variabel baik pada variabel eksogen, endogen, moderating serta interaksi variabel eksogen dan moderating mempunyai nilai VIF < 5. Karenanya, bisa dinyatakan tidak terjadi kolonieritas ditiap indikator variabel yang diukur.

Hasil tersebut mengindikasikan, tidak ada korelasi yang kuat antar variabel pada model studi ini. Hal demikian menunjukkan, pengujian *collinearity* pada studi ini sudah terpenuhi sebab, keseluruhan dari nilai VIF yang didapatkan berada dibawah angka 5.

d. Goodness of Fit Model

Goodnes of fit model atau model fit dipergunakan untuk melaksanakan pengujian kekuatan prediksi model serta kelayakan model. Model dikatakan fit ataupun layak dengan mempergunakan model pengujian SRMR (*Standardizes Root Mean Square Residual*). Suatu model dikatakan memenuhi kriteria model fit jika memiliki nilai SRMR < 0,10. Selain itu juga melihat nilai NFI, bila nilainya 0,19 yakni lemah, 0,33 mengidikasikan sedang, serta 0,67 yaitu kuat.²³ Hasil ujinya yakni:

Tabel 4.20
Hasil Uji Goodness of Fit Model

	Saturated Model	Estimated Model
SRMR	0.094	0.094
d_ ULS	6.497	6.501
d_ G	36.604	36.609
Chi-Square	12519.293	12519.149
NFI	0.795	0.795

Sumber: Hasil Uji *Goodness of Fit Model* Berdasarkan Data Primer Diolah dari Smart-PLS Tahun 2024.

²³ Algifari dan Conny Tjandra Raharja, *Pengolahan data Penelitian Bisnis dengan SmartPLS*, 51.

Diketahui nilai SRMR pada tabel 4.20 diperoleh 0.094 yakni < 0.10 dengan nilai NFI yakni 0.795 termasuk pada kategori kuat. Artinya, syarat uji kecocokan model sudah terpenuhi atau model pada studi ini sudah cocok dengan data yang ada dalam penelitian ini.

Hasil SRMR serta NFI mengindikasikan pengujian *goodnes of fit* pada studi ini dapat dinyatakan memiliki kekuatan prediksi model serta kelayakan model yang baik. Sebab, nilai SRMR yang ada dibawah 0,10 mencerminkan kecocokan absolut (kecocokan yang baik), serta NFI yang ada diatas 0,67 mencerminkan kecocokan yang dapat diterima. Sehingga, model *goodnes of fit* pada studi ini dinyatakan punya kecocokan model yang baik serta bisa diterima.

e. Q Square Predictive Relevance

Q Square ialah alat yang memiliki fungsi melaksanakan validasi kemampuannya prediksi model. *Q square* dipergunakan guna mengetahui sejauh manakah model serta estimasi parameter pada penelitian mempunyai *predictive relevance*. Variabel eksogen dikatakan baik jika hasilnya lebih besar dari nol, yakni selaku variabel penjelas yang bisa memprediksi variabel endogen. Artinya, bila nilai *Q square* > 0 , mengindikasikan model tersebut mempunyai prediksi relevan yaitu model bisa digunakan memprediksi data dengan baik.²⁴ Hasil ujinya yakni:

²⁴ Zainuddin Iba dan Aditya Wardhana, *Metode Penelitian: Pengolahan Data dengan Smart-PLS*, 518-519.

Tabel 4.21
Hasil Uji Q Square Predictive Relevance

	SSO	SSE	Q ² (=1-SSE/SSO)
Kualitas Layanan	326.452	326.452	
Kualitas Produk	201.335	201.335	
Religiusitas	290.685	290.685	
Keputusan Menabung	220.659	78.636	0.644
Kualitas Layanan*Religiusitas -> Keputusan Menabung	37.876	37.876	
Kualitas Produk*Religiusitas -> Keputusan Menabung	37.228	37.228	

Sumber: Hasil Uji Q Square Predictive Relevance Berdasarkan Data Primer Diolah dari Smart-PLS Tahun 2024.

Hasil tabel 4.21 menunjukkan nilai *Q-Square* yang didapat ialah 0.644 (> 0), mengindikasikan model pada studi ini memberikan angka prediktif yang relevan, yakni model yang dipergunakan bisa menjelaskan informasi yang ada pada data suatu studi secara baik yaitu 64,4% sementara sisanya (35,6) dijelaskan error ataupun variabel lainnya yang belum ada pada model.

Hasil tersebut mengindikasikan, uji *Q Square* pada studi ini memiliki fungsi memvalidasi kemampuan prediksi model yang baik. Hasil *Q square* juga menggambarkan model serta estimasi parameter pada studi ini mempunyai *predictive relevance*. Variabel eksogen juga dikatakan baik sebab hasilnya lebih besar dari nol, yakni selaku variabel penjelas yang bisa memprediksi variabel endogen.

B. Hasil Penelitian

Hasil uji hipotesis pada studi ini berkaitan dengan hasil penelitian terkait uji variabel eksogen terhadap variabel endogen serta efek moderating dari interaksi variabel kualitas layanan dengan religiusitas dan interaksi kualitas produk dengan religiusitas. Hasil dari uji tersebut dapat terlihat pada uji

bootstrapping dengan melihat langsung nilai dari *total effect* yang akan menggambarkan dengan jelas pengaruh *direct effect* sekaligus efek moderating.

Hasil studi ini memberikan hasil yang jelas terkait pengaruhnya kualitas layanan pada keputusan nasabah menabung, pengaruhnya kualitas produk pada keputusan menabung nasabah, pengaruhnya religiusitas pada keputusan menabung nasabah, efektivitas religiusitas dalam memoderasi pengaruhnya kualitas layanan serta kualitas produk pada keputusan menabung nasabah pada produk Tabungan Barokah Bank BBS. Berikut hasil ujinya:

Tabel 4.22
Hasil Uji *Bootstrapping* (Uji Hipotesis)

	Original Sample (O)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Kualitas Layanan ->Keputusan Menabung	0.649	4.197	0.000
Kualitas Layanan*Religiusitas -> Keputusan Menabung	0.530	2.874	0.004
Kualitas Produk ->Keputusan Menabung	0.384	2.522	0.012
Kualitas Produk*Religiusitas -> Keputusan Menabung	0.562	3.051	0.002
Religiusitas ->Keputusan Menabung	0.353	2.272	0.024

Sumber: Hasil Uji *Bootstrapping* (Uji Hipotesis) Berdasarkan Data Primer Diolah dari Smart-PLS Tahun 2024.

Hasil uji hipotesis yang sudah dilakukan serta dipaparkan pada tabel diatas dianalisis menggunakan *software* SmartPLS. Tabel 4.22 memberikan pemaparan gambaran yang jelas terkait pengaruhnya tiap variabel eksogen terhadap variabel endogen serta pengaruhnya interaksi variabel eksogen dengan moderating terhadap variabel endogen. Dari hasil uji tersebut, berikut penjelasan dari hasil uji hipotesis pada studi ini:

1. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung

H_0 pada studi ini ialah, kualitas layanan tidak punya pengaruh terhadap keputusan menabung nasabah pada produk Tabungan Barokah BPRS Bhakti Sumekar Sumenep. Sementara H_1 pada studi ini ialah, kualitas layanan punya pengaruh terhadap keputusan menabung nasabah pada produk Tabungan Barokah BPRS Bhakti Sumekar Sumenep.

Tabel 4.22 didapat angka *T-statistics* pada variabel kualitas layanan ialah 4,197 ($>1,96$) serta *p-values* 0,000 ($< 0,05$) yang mengindikasikan, kualitas layanan punya pengaruh positif signifikan pada keputusan nasabah menabung, sehingga menerima H_a . Artinya, makin baik kualitas layanan, keputusan menabung nasabah pada produk Tabungan Barokah semakin tinggi serta sebaliknya.

2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Nasabah Menabung

H_0 pada studi ini ialah, kualitas produk tidak punya pengaruh terhadap keputusan menabung nasabah pada produk Tabungan Barokah BPRS Bhakti Sumekar Sumenep. Sementara H_2 pada studi ini ialah, kualitas produk punya pengaruh terhadap keputusan menabung nasabah pada produk Tabungan Barokah BPRS Bhakti Sumekar Sumenep.

Tabel 4.22 mendapat *T-statistics* pada variabel kualitas produk ialah 2,522 ($>1,96$) serta *p-values* 0,012 ($< 0,05$) yang mengindikasikan, kualitas produk punya pengaruh positif signifikan pada keputusan nasabah menabung, sehingga menerima H_a . Artinya, saat kualitas produknya makin baik, keputusan menabung nasabah pada produk Tabungan Barokah makin meningkat serta sebaliknya.

3. Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Menabung

H_0 pada studi ini ialah, religiusitas tidak punya pengaruh terhadap keputusan menabung nasabah pada produk Tabungan Barokah BPRS Bhakti Sumekar Sumenep. Sementara H_3 pada studi ini ialah, religiusitas punya pengaruh terhadap keputusan menabung nasabah pada produk Tabungan Barokah BPRS Bhakti Sumekar Sumenep.

Tabel 4.22 mendapat angka *T-statistics* pada variabel religiusitas ialah 2,272 ($>1,96$) serta *p-values* 0,024 ($< 0,05$) yang mengindikasikan, religiusitas punya pengaruh positif signifikan pada keputusan nasabah menabung, sehingga menerima H_a . Artinya, makin tinggi tingkatan religiusitas nasabah, tentunya nasabah lebih memutuskan menabung pada produk Tabungan Barokah serta sebaliknya.

4. Religiusitas Mampu Memoderasi Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung

H_0 pada studi ini ialah, religiusitas tidak efektif (mampu) memoderasi pengaruhnya kualitas layanan terhadap keputusan nasabah menabung pada produk Tabungan Barokah BPRS Bhakti Sumekar Sumenep. Sementara H_4 pada studi ini ialah, religiusitas efektif (mampu) memoderasi pengaruhnya kualitas layanan terhadap keputusan nasabah menabung pada produk Tabungan Barokah BPRS Bhakti Sumekar Sumenep.

Tabel 4.22 mendapat angka *T-statistics* pada variabel interaksi religiusitas dengan kualitas layanan ialah 2,874 ($>1,96$) dan *p-values* 0,004 ($< 0,05$) yang mengindikasikan, religiusitas efektif memoderasi pengaruhnya kualitas layanan pada keputusan nasabah menabung secara positif signifikan, sehingga menerima

Ha. Artinya, semakin nasabah memiliki tingkat religiusitas yang tinggi dan disertai kualitas layanan yang baik, nasabah akan memutuskan menabung pada produk Tabungan Barokah akan makin tinggi serta sebaliknya.

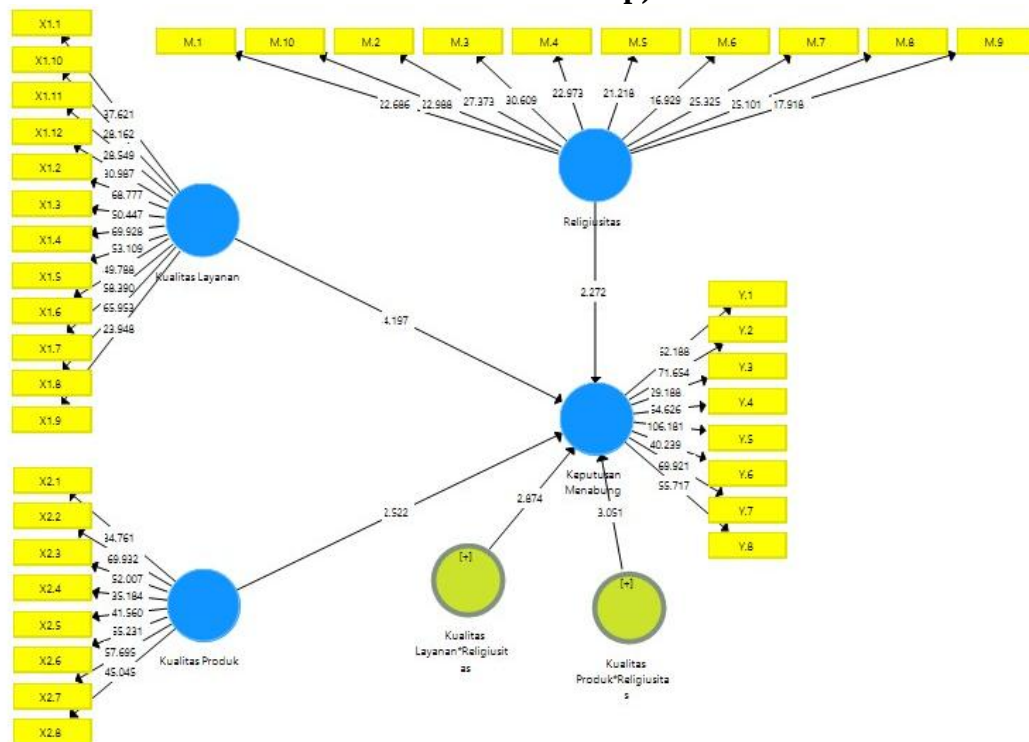
5. Religiusitas Mampu Memoderasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Nasabah Menabung

H_0 pada studi ini ialah, religiusitas tidak efektif (mampu) memoderasi pengaruhnya kualitas produk terhadap keputusan nasabah menabung pada produk Tabungan Barokah BPRS Bhakti Sumekar Sumenep. Sementara H_5 pada studi ini ialah, religiusitas efektif (mampu) memoderasi pengaruhnya kualitas produk terhadap keputusan nasabah menabung pada produk Tabungan Barokah BPRS Bhakti Sumekar Sumenep.

Tabel 4.22 memperlihatkan angka *T-statistics* pada variabel interaksi religiusitas dengan kualitas produk ialah 3,051 ($>1,96$) dan *p-values* 0,002 ($< 0,05$) yang mengindikasikan, religiusitas efektif memoderasi pengaruhnya kualitas produk pada keputusan nasabah menabung secara positif signifikan, sehingga menerima Ha. Artinya, semakin nasabah memiliki tingkat religiusitas yang tinggi dan disertai kualitas produk yang baik, nasabah akan memutuskan menabung pada produk Tabungan Barokah akan makin tinggi serta sebaliknya.

Hasil uji hipotesis pada tabel 4.22 membentuk model penelitian pada studi ini. Berikut gambar model moderating SEM yang terbentuk:

Gambar 4.3
Model Penelitian Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Nasabah Menabung dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating (Studi pda Produk Tabungan Barokah di BPRS Bhakti Sumekar Sumenep)



Sumber: Data Diolah dari Smart-PLS Tahun 2024.

Gambar 4.3 menggambarkan arah hubungan variabel eksogen (kualitas layanan serta kualitas produk) serta interaksi (interaksi kualitas layanan dengan religiusitas serta interaksi kualitas produk dengan religiusitas) terhadap variabel endogen. Terdapat empat variabel laten pada studi ini yakni kualitas layanan (X_1), kualitas produk (X_2), keputusan menabung (Y) serta religiusitas (M).

Kualitas layanan dibentuk dari indikator kepatuhan, jaminan, reliabilitas, tampilan (bukti fisik), empati, serta daya tanggap.²⁵ Kualitas produk dibentuk indikator kinerja, tampilan, keandalan serta kesesuaian.²⁶ Religiusitas dibentuk

²⁵ Rudy Haryanto, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Bank Syariah*, 7.

²⁶ Ibid, 6.

dari indikator keyakinan, praktik peribadatan, feeling (penghayatan), pengetahuan agama serta pengamalan (konsekuensi).²⁷ Keputusan nasabah menabung dibentuk dari indikator pilihan produk, pilihan merek bank, penentuan saat menabung dan besaran tabungan.²⁸ Tiap indikator pada studi ini masing-masing memiliki dua item pernyataan.

Gambar model penelitian 4.3 memberikan arah hubungan yang jelas bahwasanya, kualitas layanan punya pengaruh positif signifikan pada keputusan menabung dengan angka *T-statistics* yang positif (4,197). Kualitas produk juga punya pengaruh positif signifikan pada keputusan menabung dengan angka *T-statistics* yang positif (2,522). Religiusitas juga pengaruhnya positif signifikan pada keputusan menabung sebab angka *T-statistics* positif (2,272).

Semakin baik kualitas layanan dan kualitas produk yang ditawarkan, maka akan meningkat pula keputusan menabung karena kualitas layanan serta kualitas produk yang baik sekaligus sesuai syariat Islam mencerminkan integritas perusahaan perbankan dalam menjalankan aktivitas operasionalnya dan memberikan yang terbaik kepada nasabah. Selain itu, tingkat religiusitas Islami nasabah juga menjadi pendorong untuk meningkatkan keputusan menabung nasabah karena nasabah religius akan lebih memilih menabung pada produk perbankan yang jelas kehalalannya, bebas riba, tindakan spekulatif, dan aman.

Interaksi religiusitas dengan kualitas layanan menunjukkan, religiusitas efektif memoderasi pengaruhnya kualitas layanan pada keputusan nasabah menabung dengan angka *T-statistics* yang positif (2,874). Interaksi religiusitas

²⁷ Muhammad Ilham dan Firdaus, *Islamic Branding dan Religiusitas serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian oleh Konsumen pada Swalayan al-Baik Kota Tanjungpinang*, 29-30.

²⁸ Rudy Haryanto, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Bank Syariah*, 43-70.

dengan kualitas produk menunjukkan, religiusitas efektif memoderasi pengaruh kualitas produk pada keputusan nasabah menabung dengan angka *T-statistics* yang positif (3,051). Karenanya, semakin religius nasabah, dan semakin baik kualitas layanan serta kualitas produk, keputusan menabung nasabah akan meningkat, serta sebaliknya.