

BAB V

PEMBAHASAN

A. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung

Pembahasan pertama ini akan membahas sekaligus memberi penjelasan terkait jawaban rumusan masalah pertama yakni, pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan nasabah menabung pada produk Tabungan Barokah BPRS Bhakti Sumekar Sumenep dan akan dijelaskan pada pembahasan berikut:

Hasil penelitian menunjukkan, kualitas layanan punya nilai *T-statistics* 4,197 ($>1,96$) serta *p-values* 0,000 ($< 0,05$). Hal ini mengindikasikan, kualitas layanan punya pengaruh positif signifikan pada keputusan nasabah menabung, sehingga menerima H_a . Nilai *T-statistics* yang positif menunjukkan, makin baik kualitasnya pelayanan yang diberi pada nasabah, maka keputusan nasabah menabung makin meningkat pula. Sebab, kualitas layanan menjadi satu hal yang tidak terpisahkan khususnya pada perusahaan jasa keuangan serta sangat mempengaruhi nasabah memutuskan menggunakan produk yang perbankan syariah tawarkan.

Hasil studi ini memberikan hasil yang jelas berdasarkan fakta di lapangan yang bisa dilihat dari uraian deskriptif pada bab sebelumnya bahwa, kualitas layanan Bank BBS termasuk kategori sangat baik (dengan nilai rata-rata 4,229 pada rentang skala 1 hingga 5). Taraf tersebut mengindikasikan kualitas layanan Bank BBS sudah bagus serta kualitas layanan bank BBS sesuai dengan harapan nasabah. Respon (jawaban) responden pada tiap indikator pada kualitas layanan

juga mencerminkan, kualitas layanan yang diberikan Bank BBS sangat baik sehingga banyak nasabah memutuskan menabung pada produk Tabungan Barokah.

Penjabaran dari jawaban responden pada tiap indikator yaitu: *pertama*, indikator kepatuhan (*compliance*) yakni menggambarkan kepatuhan karyawan pada hukum (aturan) syariat dengan menjalankan perintah dan larangannya, membentuk pribadi bermoral serta beretika.¹ Indikator kepatuhan memiliki pengaruh pada keputusan nasabah menabung, sebab semakin karyawan memiliki tingkat kepatuhan yang baik pada hukum (peraturan) syariat, maka akan membentuk individu bermoral dan beretika dalam memberikan pelayanan pada nasabah serta pada gilirannya akan meningkatkan keputusan menabung. Hal tersebut diperkuat dari jawaban responden yang memberikan pernyataan paling banyak pada jawaban setuju dan sangat setuju bahwa karyawan memiliki tingkat kepatuhan yang baik pada peraturan (hukum) syariat Islam dengan mematuhi larangan (tidak melakukan transaksi yang dilarang seperti riba, tidak menipu nasabah, serta lainnya) dan patuh pada perintah syariat (menjalankan kewajiban agama, menutup aurat, serta lainnya), sekaligus memiliki moral dan etika yang baik dalam pelayanannya kepada nasabah.

Kedua, indikator jaminan (*assurance*) yang memuat kemampuan, kesopanan, pengetahuan, sifat bisa dipercaya, bebas bahaya ataupun resiko keraguan, pengetahuan produk dengan tepat, jaminan keselamatan, keterampilan memberikan keamanan serta kemampuan menanamkan kepercayaan pelanggan pada perusahaan.² Indikator kepatuhan memiliki pengaruh pada keputusan

¹ Rudy Haryanto, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Bank Syariah*, 7.

² Ibid.

nasabah menabung, sebab semakin karyawan mampu memberikan jaminan yang baik pada nasabah, maka keputusan nasabah menabung akan makin meningkat. Hal tersebut diperkuat dari 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 pada bank BBS.

Ketiga, indikator reliabilitas (*reliability*) yaitu kemampuan memberi pelayanan yang dijanjikan secara akurat, segera, memuaskan, kemampuan memberikan pelayanan berdasarkan janji yang ditawarkan berkaitan dengan ketepatan waktu layanan hingga kesesuaian antara harapan serta realisasi waktu.³ Reliabilitas punya pengaruh pada keputusan nasabah menabung, sebab makin karyawan memiliki tingkat reliabilitas yang baik maka keputusan menabung meningkat pula. Hal demikian diperkuat dari banyaknya responden yang memberikan respon setuju serta sangat setuju bahwasanya, karyawan Bank BBS mampu memberikan layanan yang dijanjikan dengan akurat, memuaskan serta mampu memberikan layanan berdasarkan janji yang ditawarkan dengan waktu yang cepat dan tepat waktu sesuai harapan.

Keempat, indikator tampilan atau bukti fisik (*tangible*) memuat fasilitas fisik, pegawai, perlengkapan serta sarana komunikasi.⁴ Tampilan (bukti fisik)

³ Rudy Haryanto, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Bank Syariah*, 7.

⁴ Ibid.

punya pengaruh pada keputusan menabung sebab makin perusahaan memiliki tampilan yang baik maka akan memberi peningkatan pada keputusan menabung. Hal tersebut diperkuat dari banyaknya responden yang 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 dan sopan. 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, indikator empati (*empathy*) ialah kemudahan melaksanakan komunikasi yang baik, hubungan, perhatian pribadi serta memahami apa yang pelanggan butuhkan.⁵ Empati punya pengaruh pada keputusan nasabah menabung, sebab makin baik empati dalam pelayanan pada nasabah, tentunya akan menarik perhatian nasabah untuk memutuskan menggunakan produk Tabungan Barokah. Hal ini terlihat pada hasil jawabannya responden yang dominan 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, indikator daya tanggap (*responsivines*) berkaitan dengan keinginan para staf untuk membantu konsumen serta memberi layanan dengan cepat dan tanggap dalam menangani transaksi, keluhan pelanggan bahkan

⁵ Rudy Haryanto, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Bank Syariah*, 7.

lainnya.⁶ Daya tanggap memiliki pengaruh pada keputusan nasabah menabung, sebab semakin karyawan memiliki daya tanggap yang baik dalam pelayanannya, maka keputusan menabung pada produk Tabungan Barokah makin tinggi. Hal ini terbukti dari perolehan respon responden yang dominan memberi 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.

Respon yang diberikan responden yang bisa dilihat dari statistik deskriptif juga mencerminkan bahwa, indikator kepatuhan, jaminan, tampilan atau bukti fisik, empati sudah masuk kategori sangat baik. Indikator reliabilitas serta daya tanggap termasuk kategori baik. Karenanya kualitas layanan bank BBS sudah termasuk kategori sangat baik dan masih ada potensi untuk ditingkatkan serta dijaga untuk meningkatkan keputusan nasabah menabung.

Informasi dari Madura Press juga memaparkan, Bank BBS terus melakukan inovasi dari aspek layanan seperti dengan memperkenalkan layanan menabung tanpa harus datang ke kantor (*Pick Up* Tabungan), sehingga nasabah dapat melakukan setoran tabungan dengan petugas bank akan mendatangi tempat usaha ataupun rumah nasabah untuk mengambil setoran secara langsung. Layanan tersebut termasuk solusi yang diberikan perusahaan pada nasabah yang tidak memiliki waktu ke bank. Nasabah juga bisa secara berkala menjadwalkan waktu menabungnya, sehingga tetap konsisten meskipun tidak sempat langsung datang

⁶ Rudy Haryanto, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Bank Syariah*, 7.

ke bank. Pelayanan demikian sebagai bentuk komitmen untuk memberikan layanan terbaik kemudahan dan kenyamanan dalam menabung secara efektif.⁷

Bank BBS juga berupaya meningkatkan kalitas layanan secara kompeherensif yang dibuktikan dari diraihnya penghargaan Top Digital 2023 dari majalah ITWorks. Pemberian penghargaan tersebut sebagai bentuk penghargaan pada bank BBS yang melakukan terus berinovasi untuk memudahkan layanan pada nasabah dan kegigihannya dalam meningkatkan pelayanan untuk memuaskan nasabah.⁸

Menurut Candra, dkk., kualitas layanan yakni seberapa jauhkah perbedaannya mengenai harapan serta kenyataan atas pelayanan yang diterima nasabah.⁹ Menurut Lopiyoadi serta Hamdani, kualitas layanan ialah pernyataan terkait sikap serta hubungan yang diperoleh dari perbandingan harapan serta hasil.¹⁰ Karenanya, apabila kualitas jasa yang diterima sesuai harapan bisa dikatakan memuaskan (baik), bila kualitas jasanya yang diterima lebih dari harapan bisa dikatakan ideal dan jika kualitas jasanya yang diterima lebih kecil dibandingkan harapan bisa dikatakan kualitasnya buruk.¹¹

Sesuai teori Rudy Haryanto juga memaparkan, kualitas pelayanan merupakan kunci keberhasilan dari berbagai usaha yang bersifat jasa, seperti halnya perbankan syariah. Bank syariah sebagai lembaga keuangan harus

⁷ Madurapers, "Tak Perlu Ke Bank, BPRS Bhakti Sumekar Hadirkan Solusi Menabung dari Rumah," Diakses dari <https://www.madurapers.com/tak-perlu-ke-bank-bprs-bhakti-sumekar-hadirkan-solusi-menabung-dari-rumah> pada Tanggal 15 Januari 2024 Pukul 08.000 WIB.

⁸ Beritata, "BPRS Bhakti Sumekar Sumenep Raih Penghargaan Top Digital 2023 dari Majalah ITWorks," Diakses dari <http://www.beritata.com/bprs-bhakti-sumekar-sumenep-raih-penghargaan-top-digital-2023-dari-majalah-itworks> pada Tanggal 15 Januari Pukul 08.00 WIB.

⁹ Teddy Chandra, Stefani Chandra dan Layla Hafni, *Service Quality, Costumer Satisfaction, dan Consumer Loyalty: Tinjauan Teoritis*, 60.

¹⁰ Rambat Lopiyoadi dan A Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, 173.

¹¹ Rudy Haryanto, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah (Teori dan Praktik)*, 26.

mempunyai pelayanan yang baik untuk menumbuhkan keputusan nasabah dalam menggunakan produknya. Kualitas layanan yang baik dalam Islam yaitu, karyawan syariah harus memiliki karakter ketuhanan yang merupakan bentuk ciri khas bersifat religius sehingga individu akan selalu merasa bahwa Allah selalu mengawasi, memiliki karakter etis, realistis, humanistik. Karenanya, kualitas layanan bank syariah yang baik mampu membuat nasabah mempergunakan produk perbankan tersebut.¹²

Kualitas layanan perbankan syariah dikatakan baik apabila memenuhi standar penilaian seperti kepatuhan sebagaimana al-Quran surah Al-Maidah [5]: 49:¹³

وَأَنِ احْكُم بَيْنَهُم بِمَا أَنزَلَ اللَّهُ وَلَا تَتَّبِعْ أَهْوَاءَهُمْ وَاحْذَرْهُمْ أَنْ يَفْتِنُوكَ عَنْ بَعْضِ مَا أَنزَلَ اللَّهُ إِلَيْكَ فَإِنْ تَوَلَّوْا فَاعْلَمُوا أَنَّهُ يُرِيدُ اللَّهُ أَنْ يُصِيبَهُمْ بِبَعْضِ دُورِهِمْ وَإِنَّ كَثِيرًا مِنَ النَّاسِ لَفَاسِقُونَ ﴿٥٩﴾

“Dan hendaklah engkau memutuskan perkara di antara mereka menurut apa yang diturunkan Allah, dan janganlah engkau mengikuti keinginan mereka. Dan waspadalah terhadap mereka, jangan sampai mereka memperdayakan engkau terhadap sebagian apa yang telah diturunkan Allah kepadamu. Jika mereka berpaling (dari hukum yang telah diturunkan Allah), maka ketahuilah bahwa sesungguhnya Allah berkehendak menimpakan musibah kepada mereka disebabkan dosa-dosa mereka. Dan sungguh, kebanyakan manusia adalah orang-orang yang fasik.”

Ayat diatas mencerminkan bahwa, pengetahuan suatu individu mengenai syariah akan meningkatkan kepatuhannya pada larangan ataupun perintah Allah. Selain itu suatu pelayanan juga harus memiliki jaminan yang memuat pengetahuan, kesopanan, kemampuan serta sifat yang bisa dipercaya yang harus dimiliki para staf. Pelayanan berkualitas juga harus andal, memiliki bukti fisik yang baik,

¹² Rudy Haryanto, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah (Teori dan Praktik)*, 38-41.

¹³ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Quranulkarim & Terjemah*, 116.

tempat yang baik serta daya tanggap yang baik untuk mewujudkan pelayanan berkualitas.¹⁴

Hasil studi ini selaras pada studi yang dilaksanakan Widyasari serta Sukaris yang memaparkan, kualitas layanan punya pengaruh positif signifikan pada keputusan nasabah menabung. Baiknya kualitas pelayanan yang diberikan karyawan pada nasabah, maka makin mempengaruhi nasabah ketika pengambilan keputusannya untuk menabung. Sebab, kualitas layanan termasuk situasi dinamis yang berkaitan pada jasa, produk, proses, manusia serta lingkungan yang harus terpenuhi ataupun melebihi harapannya nasabah.¹⁵

Hasil studi ini juga selaras pada studi yang dilaksanakan Siregar, yakni kualitas layanan punya pengaruh signifikan pada keputusan menabung. Semakin layanan berkualitas, maka nasabah akan memandang bahwasanya bank syariah mampu memberikan pelayanan sesuai dengan keinginan serta kebutuhan nasabah dan semakin menarik perhatian nasabah untuk menabung.¹⁶ Regiasa pada studinya juga memaparkan hal serupa, bahwasanya kualitas produk mampu mempengaruhi keputusan menabung. Karena, pelayanan merupakan poin utama yang memberikan dampak langsung pada nasabah sehingga penting untuk meningkatkan kualitas layanan pada sebuah perusahaan (khususnya jasa keuangan).¹⁷

¹⁴ Rudy Haryanto, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Bank Syariah*, 7.

¹⁵ Qori Widyasari dan Sukaris, "Pengaruh Citra Merek, Promosi, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung pada Produk Tabungan Haji RTJH," 174-183.

¹⁶ Sandi Amaldi Siregar, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Menabung (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia Kota Pematang Siantar)," 90.

¹⁷ Tubagus Regiasa, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Periklanan Terhadap Keputusan Nasabah dalam Menabung pada PT. BPR Kabupaten Serang," *Jurnal Studi Akuntansi dan Bisnis* 11, no. 1 (2023): 1-10.

Rudy Haryanto pada studinya juga memaparkan, kualitas layanan berbasis syariah yang memiliki kesesuaian pada nilai-nilai syariat serta karyawan yang memiliki karakter ketuhanan, etis, realistis dan humanistik akan menjadi daya tarik tersendiri untuk nasabah yang religius karena nasabah ingin memastikan kegiatan finansialnya sesuai dengan nilai syariat. Layanan berkualitas berbasis syariah yang diterapkan perbankan sesuai standar syariah mengindikasikan komitmen pada integritas serta kejujuran, sehingga nasabah lebih percaya dan memutuskan menabung pada produk tersebut karena dikelola secara transparan dan etis. Karenanya kualitas layanan berbasis syariah punya pengaruh pada keputusan nasabah menabung, sebab layanan tersebut bukan hanya memenuhi kebutuhan finansial tapi juga spiritual, karenanya layanan sesuai syariat mampu memberikan rasa aman, nyaman dan berkah serta mendorong nasabah memutuskan menabung.¹⁸

Studi ini tidak selaras pada studi yang dilaksanakan Yusuf, dkk., pada studinya yang memaparkan jika kualitas layanan tidak punya pengaruh pada keputusan menabung. Sebab, kualitas layanan bukan menjadi satu-satunya hal yang sering diperhatikan nasabah saat memutuskan menabung. Namun ada faktor lain yang bisa memberi pengaruh pada keputusan menabung seperti kualitas produk, pengetahuan produk, promosi serta lainnya.¹⁹

Alasan mengapa studi ini tidak selaras dengan studi Yusuf, dkk., karena studi ini dilakukan hanya pada satu lembaga saja yakni Bank BBS, sementara studi Yusuf, dkk., dilakukan pada bank Aceh Syariah Kota Langsa yang ruang

¹⁸ Rudy Haryanto, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Bank Syariah*, 80-81.

¹⁹ Rauzah Yusuf, dkk., "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Bagi Hasil dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Nasabah Menabung pada Bank Aceh Syariah Kota Langsa," 68-77.

lingkupnya lebih luas. Sementara itu teori serta indikator yang digunakan studi ini serta studi Yusuf, dkk., tidak sama karena studi ini menekankan kepada kualitas layanan berbasis syariah teori dari Rudy Haryanto sementara studi Yusuf, dkk., kurang menekankan kualitas layanan berbasis syariah dengan menggunakan teori Tjiptono dan Chandra.

Kesimpulan dari hipotesis yang diajukan pada studi ini, yaitu ada pengaruh positif signifikan kualitas layanan terhadap keputusan nasabah menabung pada produk Tabungan Barokah Bank BBS. Karenanya, hipotesis pertama diterima. Semakin baik kualitas layanan, maka keputusan menabung nasabah pada produk Tabungan Barokah Bank BBS akan meningkat serta sebaliknya.

B. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Nasabah Menabung

Pembahasan kedua ini akan membahas sekaligus memberi penjelasan terkait jawaban rumusan masalah kedua yakni, pengaruhnya kualitas produk terhadap keputusan nasabah menabung pada produk Tabungan Barokah BPRS Bhakti Sumekar Sumenep dan akan dijelaskan pada pembahasan berikut:

Hasil studi menunjukkan, angka *T-statistics* pada variabel kualitas produk ialah 2,522 ($>1,96$) dan *p-values* 0,012 ($< 0,05$). Hal ini mengindikasikan, kualitas produk punya pengaruh positif signifikan pada keputusan nasabah menabung, sehingga menerima H_a . Nilai *T-statistics* yang positif menunjukkan, semakin baik kualitas produk, maka keputusan nasabah menabung akan meningkat serta sebaliknya. Sebab, produk yang berkualitas akan menarik perhatian nasabah untuk menggunakan produk tabungan yang perusahaan perbankan tawarkan.

Hasil studi ini memberikan hasil yang jelas berdasarkan fakta di lapangan yang bisa dilihat dari uraian deskriptif pada bab sebelumnya bahwa, kualitas layanan Bank BBS termasuk kategori sangat baik (dengan nilai rata-rata 4,219 pada rentang skala 1 hingga 5). Taraf tersebut mengindikasikan kualitas layanan Bank BBS sudah bagus serta kualitas produk bank BBS sesuai kebutuhan serta keinginan nasabah. Respon (jawaban) responden pada tiap indikator pada kualitas layanan juga mencerminkan, kualitas produk Tabungan Barokah bank BBS sangat baik sehingga banyak nasabah memutuskan menabung pada produk tersebut.

Penjabaran dari jawaban responden pada tiap indikator yaitu: *pertama*, indikator kinerja (*performance*) yakni berkaitan pada aspek fungsional produk itu sendiri serta termasuk karakteristik utama yang konsumen pertimbangkan saat membeli prroduk. Karakteristik utama produk perbankan syariah ialah didasarkan pada prinsip syariat Islam, bebas riba, aman, dan halal.²⁰ Kinerja berpengaruh pada keputusan nasabah menabung sebab semakin baik kinerja suatu produk maka nasabah akan lebih memutuskan mempergunakan produk Tabungan Barokah Bank BBS daripada produk lainnya. Hal demikian terlihat dari dominannya respon responden yang memberikan jawaban setuju serta sangat setuju bahwasanya dari aspek kinerja, produk Tabungan Barokah sudah mempergunakan prinsip syariah, halal, bebas riba, menggunakan akad *wadiah*, *saving* dan aman.

Kedua, tampilan (*features*) ialah ciri-ciri keistimewaan, karakteristik tambahan ataupun sekunder ataupun pelengkapny dari kinerja.²¹ Tampilan memiliki pengaruh pada keputusan nasabah menabung, sebab produk memiliki

²⁰ Rudy Haryanto, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Bank Syariah*, 26-27.

²¹ Ibid.

tampilan yang baik, nasabah akan tertarik memutuskan mempergunakan produk Tabungan Barokah Bank BBS. Hal demikian terbukti dari respon responden yang lebih banyak memberi jawaban setuju serta sangat setuju bahwasanya dari aspek tampilan (ciri keistimewaan, karakteristik tambahan, pelengkap dari kinerja), produk Tabungan Barokah Bank BBS setoran awalnya ringan, biaya administrasi bulanan tidak ada, 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*) ialah karakteristik yang merefleksikan kemungkinan tingkat keberhasilan penggunaannya produk.²² Keandalan punya pengaruh pada keputusan nasabah menabung sebab semakin produk memiliki keandalan yang baik, maka nasabah semakin memutuskan mempergunakan produk tersebut. Hal demikian terbukti dari dominannya respon responden yang memberi jawaban 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*), ialah berhubungan pada tingkat kesesuaian pada spesifikasi yang awalnya sudah ditetapkan berdasar keinginannya konsumen. Konfirmasi memberi refleksi derajat dimana karakteristiknya desain produk serta operasinya memenuhi standar yang ditetapkan.²³ Kesesuaian punya

²² Rudy Haryanto, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Bank Syariah*, 26-27.

²³ Ibid.

pengaruh pada keputusan nasabah menabung sebab apabila suatu produk sesuai dengan spesifikasi yang nasabah inginkan, tentunya nasabah akan semakin memutuskan mempergunakan produk tersebut. Hal demikian terbukti dari respon responden dominan memberi jawaban setuju serta sangat setuju bahwasanya produk Tabungan Barokah Bank BBS sesuai dengan spesifikasi yang sudah ditetapkan berdasarkan kebutuhannya serta keinginannya konsumen, sesuai prinsip syariah, karakteristik desain produk serta operasionalnya sudah memenuhi standar yang ditetapkan dan sesuai dengan syariat Islam.

Respon yang diberikan responden yang bisa dilihat dari statistik deskriptif juga mencerminkan, indikator kinerja dan kesesuaian sudah masuk kategori sangat baik. Indikator tampilan serta keandalan termasuk kategori baik. Karenanya kualitas produk Tabungan Barokah bank BBS sudah termasuk kategori sangat baik dan masih ada potensi untuk ditingkatkan serta dijaga untuk meningkatkan keputusan menabung.

Kualitas produk Tabungan Barokah bank BBS dikatakan sangat baik sesuai dengan informasi dari Kabar Panji, bahwasanya Tabungan Barokah merupakan tabungan yang menawarkan beberapa keuntungan sesuai syariat Islam yang mampu menarik nasabah untuk menabung pada produk Tabungan Barokah. Bank BBS juga membantu mengelola titipan murni nasabah agar menjadi lebih barokah dan menawarkan kualitas produk yang baik kepada nasabah sebagai bentuk upaya

bank BBS untuk meningkatkan kualitas produk Tabungan Barokah sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabah.²⁴

Menurut Damayanti, dkk., kualitas produk dapat diartikan sebagai kemampuan produk menampilkan fungsinya, atau kemampuannya perusahaan memberi identitas (ciri) pada tiap produknya sehingga produknya bisa konsumen kenali.²⁵ Menurut Tjiptono, produk ialah semua yang ditawarkan produsen supaya dibeli, dikonsumsi, diminta dalam rangka pemenuhannya keinginan serta pasar.²⁶ Kualitas produk bank syariah tentunya berbeda dengan konvensional, sebab kualitas produk bank syariah didasarkan pada syariat Islam, halal, bebas riba, aman, dan *saving* sehingga akan memiliki nilai tambah, manfaat dan menghadirkan kebaikan bagi nasabah baik dalam aspek spiritual, moral dan material.²⁷

Studi ini selaras dengan hasil studi Rudy Haryanto bahwasanya kualitas produk mampu mempengaruhi keputusan menabung nasabah. Dimana, kualitas produk bank syariah yang mampu memenuhi (melebihi) harapannya nasabah bisa membentuk hubungan jangka panjang antara bank serta nasabah. Sebab, kualitas produk tabungan perbankan syariah punya nilai lebih daripada produk bank lainnya seperti konvensional pada aspek produk yang lebih unggul. Bank syariah memberikan manfaat penuh bagi para nasabahnya, sebab terdapatnya tuntutan hidup secara syariat memberi nilai tambah pada kualitas tabungannya bank syariah

²⁴ Kabar Panji, "Buka Rekening Tabungan Barokah Hanya 10 Ribu Rupiah di BPRS Bhakti Sumekar," Diakses dari <https://www.panjinasional.net/buka-rekening-tabungan-barokah-hanya-10-ribu-rupiah-di-bprs-bhakti-sumenar> pada Tanggal 15 Januari Pukul 09.000 WIB.

²⁵ Dila Damayanti, dkk., *Keputusan Pembelian dalam Perilaku Konsumen*, 31.

²⁶ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, 95.

²⁷ Rudy Haryanto, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah (Teori dan Praktik)*, 22.

yang mengacu pada syariat Islam. Dimana, bank syariah memposisikan dirinya dengan nasabahnya sebagai mitra sejajar.²⁸

Keunggulan produk perbankan syariah khususnya produk tabungan yaitu tidak ada praktik riba (bunga) sesuai dengan al-Quran surah Ali-Imran [3]: 130:²⁹

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً وَاتَّقُوا اللَّهَ
لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٣٠﴾

“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda, dan bertakwalah kepada Allah agar kamu beruntung.”

Melalui praktik bebas riba, serta praktik yang dilarang dalam Islam, mengindikasikan bahwasanya produk perbankan syariah sudah jelas lebih unggul dari pada perbankan konvensional. Selain itu Islam memandang, produk yang punya kualitas tinggi yakni produk yang selaras pada syariat dengan mempunyai manfaat serta nilai guna yang bisa menghasilkan kebaikan bagi kita konsumen.³⁰

Studi ini juga selaras pada studi yang dilaksanakan Syarifuddin, Gani dan Rahman bahwasanya kualitas produk punya pengaruh positif signifikan pada keputusan menabung nasabah. Sebab, Kualitas produk berbasis syariah dirancang untuk memenuhi kebutuhan finansial nasabah dan mematuhi prinsip syariah yang memberikan nilai tambah bagi nasabah yang religius atau peduli pada aspek etika keuangan berbasis syariah. Selain itu kualitas produk menjadi penting dalam Islam dengan adanya anjuran mempergunakan produk halal, baik serta bermanfaat.³¹

²⁸ Rudy Haryanto, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah (Teori dan Praktik)*, 23-56.

²⁹ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Quranulkarim & Terjemah*, 66.

³⁰ Firza Oktavia Nurul Kumala dan Moch. Khoirul Anwar, “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan PT. Hasanah Mulia Investama,” 26-40.

³¹ Muhammad Arief Firmansyah Syarifuddin, Nuraeni Gani, dan Muh. Akil Rahman, “Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Di Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar,” 18-36.

Produk berbasis syariah sudah pasti sesuai dengan syariat Islam, halal dalam pengelolaannya, transparan, juga menawarkan pendekatan berfokus pada kemitraan dan keadilan antara bank dan nasabah, sehingga hubungan finansial didasarkan pada kolaborasi bukan sekedar transaksi *profit oriented*, memiliki nilai tambah spiritual sehingga nasabah bukan hanya menabung untuk kebutuhan duniawi namun memperoleh berkah dalam kegiatan finansialnya. Hal demikian didasarkan pada pemaparan Nugroho, pada studinya juga memaparkan kualitas produk punya pengaruh positif pada nasabah saat memutuskan menabung.³²

Faruq serta Jennah pada studinya juga memaparkan bahwasanya kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan menabung. Sebab nasabah akan memiliki kecenderungan tertarik serta percaya bila produknya yang ditawarkan punya kualitas tinggi sesuai dengan kebutuhan serta harapannya nasabah. Baiknya kualitas produk mengindikasikan komitmen perbankan syariah dalam menawarkan produk berdasarkan prinsip syariah dan berikan nilai tambah untuk nasabah.³³

Studi ini tidak selaras pada studi yang dilaksanakan Widya, pada studinya yang memaparkan jika kualitas produk tidak punya pengaruh pada keputusan menabung. Sebab, kualitas produk bukan menjadi satu-satunya hal yang sering diperhatikan nasabah saat memutuskan menabung. Namun ada faktor lainnya yang

³² Bayu Santo Nugroho, "Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Religiusitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Purwokerto," 98.

³³ Umarul Faruq dan Nurul Jennah, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Menabung pada Produk Tabungan Mudharabah di KSPPS BMT NU Cabang Camplong," *Mabny: Journal of Sharia Management and Business* 3, no. 1 (2023): 22-34.

memberi pengaruh pada keputusan menabung seperti kualitas layanan, religiusitas, pengetahuan nasabah, promosi serta lainnya.³⁴

Alasan mengapa studi ini tidak selaras dengan studi Widya karena perbedaan objek, populasi dan sampel pada studi widya yang lebih sedikit dibanding studi ini. Sementara itu, teori serta indikator yang digunakan studi ini serta studi Widya tidak sama, studi ini menekankan pada kualitas produk berbasis syariah teori dari Rudy Haryanto sementara studi Widya kurang menekankan kualitas produk berbasis syariah dengan menggunakan teori Phip Kotler.

Kesimpulan dari hipotesis yang diajukan pada studi ini, yaitu ada pengaruh positif signifikan kualitas produk terhadap keputusan menabung pada produk Tabungan Barokah Bank BBS. Karenanya, hipotesis kedua diterima. Karenanya, makin baik kualitasnya produk, keputusan menabung nasabah pada produk Tabungan Barokah Bank BBS akan meningkat serta sebaliknya.

C. Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Menabung

Pembahasan ketiga ini akan membahas sekaligus memberi penjelasan terkait jawaban rumusan masalah ketiga yakni, pengaruhnya religiusitas terhadap keputusan menabung nasabah pada produk Tabungan Barokah BPRS Bhakti Sumekar Sumenep dan akan dijelaskan pada pembahasan berikut:

Hasil studi menunjukkan, nilai *T-statistics* yang diperoleh pada variabel religiusitas ialah 2,272 ($>1,96$) dan *p-values* 0,024 ($< 0,05$) yang mengindikasikan, religiusitas punya pengaruh positif signifikan pada keputusan nasabah menabung,

³⁴ Widya Ayu Yogi Syafii, "Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Anggota dalam Menabung di Baitul Mal wat-Tamwil Istoqomah Karangrejo Tulungagung," 80.

sehingga menerima Ha. Nilai *T-statistics* yang positif menunjukkan, semakin nasabah memiliki tingkat religiusitas yang tinggi dan disertasi kualitas layanan yang baik, nasabah tentu lebih memutuskan menabung pada produk Tabungan Barokah akan makin tinggi serta sebaliknya. Sebab, semakin religius nasabah maka akan memilih menggunakan produk tabungan perbankan syariah yang sudah jelas sesuai dengan prinsip syariah, halal, aman, bebas riba.

Hasil studi ini memberikan hasil yang jelas berdasarkan fakta di lapangan yang bisa dilihat dari uraian deskriptif pada bab sebelumnya bahwa, kualitas layanan Bank BBS termasuk kategori sangat baik (dengan nilai rata-rata 4,212 pada rentang skala 1 hingga 5). Hal ini terlihat pada hasil respon (jawaban) responden pada tiap indikator pada religiusitas yang mencerminkan, tingkat religiusitas nasabah tergolong tinggi sehingga nasabah akan lebih menggunakan produk tabungan yang sudah jelas kehalalannya, tidak ada praktik yang dilarang seperti riba, aman sesuai dengan prinsip syariah seperti produk Tabungan Barokah.

Penjabaran dari jawaban responden pada tiap indikator yaitu: *pertama*, keyakinan yang mengindikasikan tingkat keyakinan individu muslim pada kebenaran ajaran agamanya.³⁵ Indikator keyakinan memiliki pengaruh pada keputusan nasabah menabung, sebab semakin suatu individu memiliki tingkat keyakinan yang baik terhadap ajaran agamanya, maka individu muslim akan lebih memutuskan menggunakan produk Tabungan Barokah. Hal ini selaras pada pernyataannya responden yang lebih banyak menjawab setuju serta sangat setuju bahwasanya nasabah memiliki tingkat keyakinan yang tinggi pada ajaran Islam

³⁵ Muhammad Ilham dan Firdaus, *Islamic Branding dan Religiusitas serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian oleh Konsumen pada Swalayan al-Baik Kota Tanjungpinang*, 29-30.

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, rasul, hari kiamat, qada, qadar, surga, neraka serta lainnya.

Kedua, praktik agama ataupun peribadatan, mengindikasikan tingkat kepatuhannya individu muslim saat menjalankan kewajiban ritual agamanya.³⁶

Praktik agama atau peribadatan punya pengaruh pada keputusan nasabah menabung sebab ketika nasabah memiliki praktik peribadatan yang baik akan memunculkan jiwa religiusitas yang tinggi sehingga lebih memutuskan menggunakan produk tabungan sesuai syariat. Hal ini dikuatkan oleh dominannya respon responden yang memberi jawaban setuju serta sangat setuju bahwa nasabah memiliki praktik peribadatan yang baik dengan menjalankan kewajiban shalat tepat waktu serta tidak terganggu oleh aktivitas menabung, memiliki praktik peribadatan yang baik dalam menjalankan puasa, zakat, haji, membaca al-Quran dan lainnya.

Ketiga, *Feeling* ataupun penghayatan, yakni mengindikasikan perasaan keagamaan yang pernah dirasakan ataupun dialami individu muslim.³⁷

Penghayatan memiliki pengaruh pada keputusan nasabah menabung sebab semakin nasabah memiliki tingkat penghayatan yang baik, maka akan lebih memutuskan menggunakan produk tabungan sesuai syariat. Hal ini terbukti dari responden yang dominan memberikan respon setuju serta sangat setuju bahwasanya nasabah memiliki penghayatan yang baik karena merasa dekat

³⁶ Muhammad Ilham dan Firdaus, *Islamic Branding dan Religiusitas serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian oleh Konsumen pada Swalayan al-Baik Kota Tanjungpinang*, 29-30.

³⁷ Ibid.

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, mengindikasikan seberapa jauh tingkatan pemahaman serta pengetahuan individu muslim pada ajaran agamanya.³⁸ Pengetahuan memiliki pengaruh pada keputusan nasabah menabung sebab semakin nasabah punya pengetahuan yang baik mengenai agamanya, tentu lebih mengetahui produk yang halal dan haram sehingga lebih memutuskan menggunakan produk tabungan sesuai syariat. Hal ini diperkuat dari dominannya responden yang 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 Islam larang misalnya *riba*, *gharar*, *maysir* serta transaksi lainnya yang tidak diperbolehkan syariat.

Kelima, pengamalan ataupun konsekuensi, mengindikasikan sejauh manakah implikasi ataupun pengaruhnya ajaran agama pada perilaku individu muslim pada kehidupan kesehariannya.³⁹ Pengamalan (konsekuensi) memiliki pengaruh pada keputusan nasabah menabung, sebab ketika nasabah memiliki tingkat pengamalan yang baik tentunya akan lebih memutuskan mempergunakan produk tabungan sesuai syariat. Hal demikian dikuatkan dari dominannya respon responden yang memberi jawaban setuju serta sangat setuju bahwasanya nasabah

³⁸ Muhammad Ilham dan Firdaus, *Islamic Branding dan Religiusitas serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian oleh Konsumen pada Swalayan al-Baik Kota Tanjungpinang*, 29-30.

³⁹ Ibid.

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.

Respon yang diberikan responden yang bisa dilihat dari hasil deskriptif juga mencerminkan bahwa, indikator keyakinan, praktik agama (peribadatan) dan *feeling* (penghayatan) masuk pada kategori sangat baik. Indikator pengetahuan agama serta pengamalan (konsekuensi) termasuk kategori baik. Karenanya religiusitas nasabah tergolong sangat baik dan masih ada potensi untuk ditingkatkan agar memiliki tingkat religius yang semakin baik lagi dan pada gilirannya akan berefek pada pengambilan keputusan nasabah saat menabung.

Religiusitas masyarakat khususnya wilayah Madura (Kabupaten Sumenep, Pamekasan, Sampang, Bangkalan) memang sudah terkenal dengan saloka “berhantal syahadat berselimut iman” (*abhantal syahadat asapok iman*).⁴⁰ Masyarakat wilayah Madura juga didominasi agama Islam dan sangat mencintai agamanya yang terlihat dari ketaatan terhadap ajaran Islam yang sangat mewarnai realitas kehidupannya. Hal demikian mencerminkan masyarakat Madura termasuk sosok yang patuh dan taat pada ajaran Islam yang tercermin dengan ketaatan dan kepatuhannya pada segala hal berbentuk perintah ataupun larangan syariat, termasuk memutuskan memilih produk tabungan sesuai anjuran Islam.⁴¹

⁴⁰ Kabupaten Sumenep, “Memahami Etos dan Nilai Religiusitas Warga Madura,” Diakses dari <https://sumenepkab.go.id/memahami-etos-dan-nilai-religiusitas-warga-madura> pada Tanggal 15 Januari 2025 Pukul 10.00.

⁴¹ Rudy Haryanto, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Bank Syariah*, 92-93.

Menurut Hamka, religiusitas ialah implementasi kepercayaan yang termuat dalam hati berbentuk kegiatan ibadah yang dilakukan berdasarkan keyakinan, keimanan sehingga pada ibadah harus terdapat pembenaran serta kepatuhan.⁴² Religiusitas bisa pula diartikan sebagai aspek religi yang termuat pada hati serta selalu individu hayati.⁴³ Religiusitas konsumen ialah merujuk pada semua fungsi jiwa suatu individu yang memuat keyakinannya, perasaannya serta perilakunya yang diarahkan dengan bersungguh-sungguh serta sadar pada ajaran agamanya (Islam), dipengaruhi informasi serta dampak agama tersebut. Faktor ini berdampak pada penilaian konsumen.⁴⁴

Hasil penelitian tersebut mencerminkan bahwa religiusitas nasabah pada penelitian ini sangat baik dan berpengaruh pada keputusan nasabah menabung. Selaras dengan pemaparan Juliana, religiusitas konsumen termasuk sub budaya yang sangat memberikan pengaruh pada perilaku konsumen termasuk saat melakukan keputusan pembelian terkait membeli ataupun menggunakan suatu produk termasuk produk perbankan, terlebih khusus pada produk tabungan perbankan syariah.⁴⁵

Nasabah yang religius tentunya akan memilih melakukan keputusan pembelian pada produk perbankan syariah dibandingkan perbankan konvensional yang sudah jelas mengandung transaksi yang dilarang Islam (yaitu riba). Sebab, nasabah yang religius akan memiliki keyakinan yang baik, melaksanakan praktik agama Islam sebagaimana yang terdapat dalam aturan syariat, memiliki

⁴² Hamka, *Tasawuf Modern*, 75.

⁴³ Muhammad Ilham dan Firdaus, *Islamic Branding dan Religiusitas serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian oleh Konsumen pada Swalayan al-Baik Kota Tanjungpinang*, 24.

⁴⁴ Julina, *Perilaku Religiusitas Konsumen Berdasarkan Perspektif Islam*, 39-41.

⁴⁵ Ibid, 48-51.

penghayatan yang baik, pengetahuan agama yang baik serta pengalaman yang baik berdasarkan ajaran syariat Islam. Religiusitas akan memberikan tuntunan pada memeluknya supaya memperdalam pengetahuannya terkait keyakinan ajaran, perintah, aturan serta membuat penganutnya menghindari larangan yang sudah termuat diajarkan tersebut.⁴⁶ Allah berfirman pada surah asy-Syarah [94]: 7-8:⁴⁷

فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ ۖ وَإِلَىٰ رَبِّكَ فَارْغَبْ

“Maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap.”

Ayat tersebut mengindikasikan bahwa komitmen terkait menjalankan agama yang dipeluknya bisa jadi faktor terpenting yang punya pengaruh pada konsumen, sehingga mencerminkan sampai dimana nilai pragmatis yang stabil serta tidak berubah (religius) bisa konsumen pertahankan. Konsumen yang patuh pada ajaran agamanya dengan memiliki sikap religius yang baik maka konsumen tersebut akan melakukan pengamalan berdasarkan ajaran agamanya untuk menjalankan hidup dalam mewujudkan kebagian didunia serta akhiratnya.⁴⁸

Hasil studi ini selaras pada studi yang dilaksanakan Maisur, Arfan dan Shabri yang memaparkan religiusitas Islami punya pengaruh pada keputusan menabung. Sebab, perilaku ekonomi ditentukan tingkat religius suatu individu yang selanjutnya perilaku tersebut mewujudkan kecenderungannya perilaku konsumsi. Perspektif demikian, berlaku pula pada perilaku keputusan menabung.

⁴⁶ Julina, *Perilaku Religiusitas Konsumen Berdasarkan Perspektif Islam*, 48-51.

⁴⁷ Ibid.

⁴⁸ Handayani R, dkk., “Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Memilih Bank Syariah Melalui Kepercayaan Merek (Studi pada Nasabah Bank Syariah Kota Mataram),” 49-50.

Dalam artian, nilai keislaman memiliki peran penting dalam cara individu membuat keputusan finansial termasuk kegiatan menabung.⁴⁹

Nasabah dengan tingkat religius yang tinggi memiliki kecenderungan menerapkan prinsip syariah pada aktivitas keuangannya (termasuk menabung), menginginkan keberkahan pada pengelolaan keuangannya yang sesuai nilai-nilai Islam, mendorong individu menabung sebagai bentuk tanggung jawab pada dirinya sendiri serta masyarakat. Karenanya menurut Usvita pada studinya menyatakan, religiusitas Islami berpengaruh pada keputusan nasabah menabung, sebab nasabah akan mampu mendorong dan mengintegrasikan nilai spiritual, moral dan syariah pada keputusan menabungnya.⁵⁰

Nasabah religius juga akan memandang bahwa, bank syariah yang memiliki produk tabungan sesuai syariat akan memiliki citra positif yang baik, bahkan nasabah religius juga akan lebih mendukung sistem keuangan Islami yang dianggap lebih adil dan berorientasi pada kemaslahatan umat sehingga lebih memutuskan menampung pada produk tabungan syariah. Hal tersebut sesuai dengan hasil studi Utami, Sangen serta Rachman dimana pada studinya menyatakan bahwasanya religiusitas berpengaruh pada keputusan menabung.⁵¹

Studi ini tidak selaras pada studi yang dilaksanakan Saodin pada studinya yang memaparkan jika religiusitas tidak berpengaruh pada keputusan menabung.

⁴⁹ Maisur, Muhammad Arfan dan M. Shabri, "Pengaruh Prinsip Bagi Hasil, Tingkat Pendapatan, Religiusitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah pada Bank Syariah di Banda Aceh," *Jurnal Magister Akuntansi Pascasarjana Universitas Syiah Kuala* 4, no. 2 (2018): 1-8.

⁵⁰ Mega Usvita, "Pengaruh Religiusitas dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Keputusan Menabung pada Bank Nagari Syariah KCP Simpang Empat," *E-Jurnal Apresiasi Ekonomi* 9, no. 1 (2021): 47-53.

⁵¹ Wahyu Utami, Marijati Sangen dan M. Yudy Rachman, "Analisis Pengaruh Religiusitas, Kelompok Referensi dan Motivasi Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah (Studi pada Nasabah Bank Syariah di Kota Banjarmasin)," *Jurnal Wawasan Manajemen* 3, no. 1 (2018): 79-89.

Sebab, nasabah belum punya keinginan kuat melaksanakan perintah-Nya serta larangan Allah. Selain itu nasabah juga belum menerapkan nilai-nilai keislaman dengan baik sehingga hal tersebut memiliki pengaruh besar saat mengambil keputusan dalam menggunakan produk termasuk produk tabungan.⁵²

Alasan mengapa studi ini tidak selaras dengan studi Saodin karena perbedaan objek, populasi dan sampel pada studi Saodin yang lebih sedikit dibandingkan studi ini. Sementara itu, teori serta indikator yang digunakan studi ini serta studi Saodin tidak sama, karena studi ini menekankan pada religiusitas Islami teori dari Ilham dan Firdaus, sementara studi Saodin kurang spesifik menekankan religiusitas pada agama apa dengan menggunakan teori Ancok.

Kesimpulan dari hipotesis yang diajukan pada studi ini, yakni ada pengaruh positif signifikan religiusitas terhadap keputusan menabung pada produk Tabungan Barokah Bank BBS. Karenanya, hipotesis kedua diterima. Semakin baik tingkat religiusitas Islami nasabah, keputusan nasabah menabung pada produk Tabungan Barokah Bank BBS akan meningkat serta sebaliknya.

D. Religiusitas Efektiv Memoderasi Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung

Pembahasan keempat ini akan membahas sekaligus memberi penjelasan terkait jawaban rumusan masalah keempat yakni, efektivitas religiusitas dalam memoderasi pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan nasabah menabung pada produk Tabungan Barokah BPRS Bhakti Sumekar Sumenep dan akan dijelaskan pada pembahasan berikut:

⁵² Saodin, "Pengaruh Kesadaran Halal, Religiusitas dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menabung di BMT Al-Hafidz Kalianda," *Jurnal Ekonomi Manajemen* 9, no. 1 (2018): 35-59.

Hasil penelitian mendapatkan nilai *T-statistics* yang diperoleh pada variabel religiusitas ialah 2,874 ($>1,96$) dan *p-values* 0,004 ($< 0,05$). Hal ini mengindikasikan, religiusitas mampu memoderasi pengaruhnya kualitas layanan pada keputusan nasabah menabung secara positif signifikan, sehingga menerima H_a .

Menilik kembali hasil perolehan respon responden pada religiusitas dan kualitas layanan masuk pada ketogori sangat baik, mencerminkan bahwa jawaban rata-rata yang diperoleh dalam respon responden pada hal tersebut lebih banyak yang menyatakan setuju serta sangat setuju. Hal ini menggambarkan semakin tingkat kualitas layanan yang karyawan berikan pada nasabah sesuai syariat serta dimoderasi oleh tingginya tingkat religiusitas Islami, maka makin meningkat pula keputusannya nasabah menabung pada produk Tabungan Barokah.

Religiusitas ialah preferensi suatu individu, kepercayaan, emosi serta tindakan yang mengacu pada agama yang ada (khususnya agama Islam). Religius dapat pula diartikan sebagai tingkat religius suatu individu dalam menjalankan agamanya. Religiusitas konsumen ialah merujuk pada semua fungsi jiwanya suatu individu yang memuat keyakinannya, perasaannya serta perilakunya yang diarahkan dengan bersungguh-sungguh serta sadar pada ajaran agama (Islam), dipengaruhi informasi serta dampak agama tersebut.⁵³ Karenanya, indikator religiusitas ialah keyakinan, praktik agama (peribadatan), *feeling* atau penghayatan, pengetahuan agama serta konsekuensi atau pengamalan.⁵⁴

⁵³ Julina, *Perilaku Religiusitas Konsumen Berdasarkan Perspektif Islam*, 41.

⁵⁴ Muhammad Ilham dan Firdaus, *Islamic Branding dan Religiusitas serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian oleh Konsumen pada Swalayan al-Baik Kota Tanjungpinang*, 29-30.

Kualitas pelayanan merupakan kunci keberhasilan dari berbagai usaha yang bersifat jasa, contohnya perbankan syariah. Bank syariah selaku lembaga keuangan harus mempunyai pelayanan yang baik untuk menumbuhkan keputusan nasabah dalam menggunakan produknya. Kualitas layanan syariah ialah sejauh manakah perbedaannya harapan serta kenyataan atas pelayanan yang diterima nasabah.⁵⁵ Indikator kualitas layanan berbasis syariah mengadopsi dari model Carter yakni *compliance* (kepatuhan), *assunance* (jaminan), *reliability* (reliabilitas), *tangibles* (tampilan/bukti fisik), *emphaty* (empati), *responsiveness* (ketanggapan dan kepedulian). Indikator kepatuhan termasuk indikator terpenting terkait pengukurannya kualitas jasa syariah sebab kepatuhan pada syariat termasuk eksistensi individu Islam sehingga pelayanan jasa harus patuh pada syariah yang punya nilai etika serta moral.⁵⁶

Sesuai dengan hasil studi Handayani dan Pratama, religiusitas bisa memperkuat pengaruhnya kualitas layanan pada keputusan nasabah menabung dikarenakan nilai-nilai keagamaan memberikan pengaruh pada preferensi, prioritas serta pola pikir nasabah dalam evaluasi layanan yang ditawarkan. Dalam aspek pelayanan yang diberikan karyawan Bank BBS, ada kesesuaian antara layanan dengan prinsip religiusutas Islami. Nasabah yang memiliki tingkat religius yang tinggi memiliki kecenderungan mempertimbangkan apakah layanan yang diberikan sesuai dengan nilai dan prinsip agama Islam. Seperti dalam konteks bank syariah, tentunya layanan yang sesuai syariat, jujur, ramah, beretika,

⁵⁵ Teddy Chandra, Stefani Chandra dan Layla Hafni, *Service Quality, Costumer Satisfaction, dan Consumer Loyalty: Tinjauan Teoritis*, 60.

⁵⁶ Rudy Haryanto, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Bank Syariah*, 7.

bermoral dan transparan lebih penting daripada layanan dengan efisiensi tinggi tetapi tidak memenuhi prinsip syariah.⁵⁷

Nasabah yang memiliki religius yang tinggi lebih mementingkan etika dan integritas dalam pelayanan. Sebab kualitas layanan bukan hanya diukur pada aspek teknis seperti kecepatan ataupun kenyamanan, namun juga terlihat dari aspek etika dan moral. Contohnya seperti sikap jujur, memiliki etika dan moral yang baik, karenanya pelayanan petugas bank menjadi faktor utama yang memberikan pengaruh pada keputusan nasabah menabung. Hal tersebut sejalan dengan studi Farida dan Mahfud yang menyatakan religiusitas efektif memperkuat pengaruhnya kualitas layanan pada keputusan menabung.⁵⁸

Religius sering berhubungan erat pada kepercayaan. Nasabah yang memiliki tingkat religius yang tinggi mempercayai institusi ataupun produk keuangan yang menunjukkan komitmen pada nilai keagamaan. Hal demikian membuat nasabah lebih mempertimbangkan layanan yang mencerminkan moralitas religius daripada hanya kualitas teknis layanan. Selain itu nasabah yang religius, dalam memutuskan menabung sering berhubungan pada tujuan yang bersifat spiritual ataupun moral seperti persiapan untuk menjalankan prinsip hidup sederhana atau hal lainnya. Sehingga nasabah lebih peka terhadap layanan yang mendukung tujuan ini daripada layanan berkualitas tinggi tapi tidak relevan dengan nilai-nilai syariat. Hal demikian senada dengan studi yang dilaksanakan

⁵⁷ Sri Handayani dan Abdul Aziz Nugraha Pratama, "Pengaruh Produk, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Mudharabah dengan Religiusitas Sebagai Variabel Pemoderasi," 1-21.

⁵⁸ Beti Saniyatun Farida dan Yusqi Mahfud, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Nasabah dengan Religious Behavior Sebagai Variabel Moderator," *JEBE* 2, no. 1 (2021): 348-356.

Sholikah, yang memaparkan religiusitas mampu memoderasi pengaruhnya kualitas layanan pada keputusan nasabah.⁵⁹

Hasil studi ini tidak selaras pada studi Gulton, Siregar, Sugianto yang menjelaskan, religiusitas tidak memoderasi pengaruhnya kualitas layanan pada keputusan nasabah. Sebab, keyakinan, kekuatan beragama, pengetahuan, penghayatan dan pengamalan tidak memoderasi pengaruhnya kualitas pelayanan pada keputusan menabung. Perbankan syariah bisa menjadi alternatif untuk umat Islam yang ingin bertransaksi secara syariah. Pada faktanya, nilai religius tidak mendorong nasabah menabung pada bank syariah meski produk syariah ialah produk yang dianjurkan serta halal.⁶⁰

Alasan mengapa studi ini tidak selaras dengan studi Gulton, Siregar, Sugianto karena perbedaan objek, populasi dan sampel pada studi dahulu yang lebih luas dari pada studi ini yang hanya meneliti satu lembaga saja. Sementara itu, teori serta indikator yang digunakan studi ini serta studi Gulton, Siregar, Sugianto tidak sama, karena studi ini menekankan pada kualitas layanan berbasis syariah teori Rudy Haryanto dan religiusitas Islami teori dari Ilham dan Firdaus, sementara studi Gulton, Siregar, Sugianto menggunakan teori kualitas layanan yang dikemukakan Burhanuddin dan kurang spesifik menekankan pada religiusitas pada agama apa dengan menggunakan teori Aisyah, dkk.

Religiusitas mampu memperkuat pengaruh kualitas layanan dikarenakan adanya dimensi yang terdapat dalam religiusitas dalam menilai layanan yang

⁵⁹ Hesty Maratus Sholikah, "Pengaruh Persepsi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating," (Tesis: IAIN Ponorogo, 2022), 123-125.

⁶⁰ Selfi Afriani Gulton, Saparuddin Siregar, dan Sugianto, "Apakah Religiusitas Memoderasi Keputusan Nasabah Bank Syariah," 1348-1356.

diterima. Karenanya semakin kualitas layanan tersebut baik dan selaras dengan nilai-nilai religius Islami yang diyakini nasabah, maka keputusan nasabah menabung pada produk Tabungan Barokah Bank BBS akan semakin meningkat serta sebaliknya.

Kesimpulan hipotesis yang diajukan pada studi ini, yaitu religiusitas efektif memperkuat hubungan pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan nasabah menabung pada produk Tabungan Barokah Bank BBS. Karenanya, hipotesis keempat diterima. Semakin kualitas layanan selaras pada syariat yang dimoderasi religiusitas Islami nasabah yang tinggi, maka keputusannya nasabah menabung pada produk Tabungan Barokah Bank BBS akan meningkat serta sebaliknya.

E. Religiusitas Efektiv Memoderasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Nasabah Menabung

Pembahasan kelima ini akan membahas sekaligus memberi penjelasan terkait jawaban rumusan masalah kelima yakni, efektivitas religiusitas dalam memoderasi pengaruhnya kualitas produk terhadap keputusan nasabah menabung pada produk Tabungan Barokah BPRS Bhakti Sumekar Sumenep dan akan dijelaskan pada pembahasan berikut:

Hasil penelitian mendapatkan nilai *T-statistics* yang diperoleh pada variabel religiusitas ialah 3,051 ($>1,96$) dan *p-values* 0,002 ($< 0,05$). Hal ini mengindikasikan, religiusitas mampu memoderasi pengaruhnya kualitas produk pada keputusan nasabah menabung secara positif signifikan, sehingga menerima H_a .

Menilik kembali hasil perolehan respon responden pada religiusitas dan kualitas produk termasuk pada kategori sangat baik, yang dibuktikan dari jawaban rata-rata yang diperoleh pada respon responden lebih banyak menyatakan setuju serta sangat setuju. Hal ini menggambarkan semakin tingkat kualitas produk yang diberikan karyawan kepada nasabah sesuai dengan nilai-nilai Islam dan dimoderasi oleh tingkat religiusitas Islami nasabah yang tinggi, maka makin meningkat pula keputusannya nasabah menabung pada produk Tabungan Barokah.

Religiusitas ialah preferensi suatu individu, kepercayaan, emosi serta tindakan yang mengacu pada agama yang ada (khususnya agama Islam). Religius dapat pula diartikan sebagai tingkat religius suatu individu dalam menjalankan agamanya. Religiusitas konsumen ialah merujuk pada semua fungsi jiwanya suatu individu yang memuat keyakinannya, perasaannya serta perilakunya yang diarahkan dengan bersungguh-sungguh serta sadar pada ajaran agama (Islam), dipengaruhi informasi serta dampak agama tersebut.⁶¹ Indikator religiusitas ialah keyakinan, praktik agama ataupun peribadatan, *feeling* ataupun penghayatan, pengetahuan agama serta konsekuensi ataupun pengamalan.⁶²

Kualitas produk dapat diartikan sebagai kemampuan produk menampilkan fungsinya, atau kemampuan entitas memberikan identitas (ciri) ditiap produknya sehingga produknya bisa dikenal konsumen.⁶³ Kualitas produk bank syariah tentunya berbeda dengan konvensional, sebab kualitas produk bank syariah didasarkan pada syariat Islam, halal, aman dan bebas riba. Tujuan adanya

⁶¹ Julina, *Perilaku Religiusitas Konsumen Berdasarkan Perspektif Islam*, 41.

⁶² Muhammad Ilham dan Firdaus, *Islamic Branding dan Religiusitas serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian oleh Konsumen pada Swalayan al-Baik Kota Tanjungpinang*, 29-30.

⁶³ Dila Damayanti, dkk., *Keputusan Pembelian dalam Perilaku Konsumen*, 31.

pelaksanaan kualitas produk berbasis syariah yakni untuk memberikan pengaruh pada konsumen saat menentukan pilihan mempergunakan produk sehingga memberikan kemudahan pada konsumen ketika mengambil keputusan menggunakan suatu produk. Indikator kualitas produk yaitu *performance* (kinerja), *features* (tampilan), *reliability* (keandalan), *conformance* (kesesuaian).⁶⁴

Studi ini selaras dengan studi Asraf bahwasanya, religiusitas memperkuat pengaruhnya kualitas produk pada keputusan nasabah menampung dikarenakan aspek religius mampu mempengaruhi cara individu memandang nilai, kepercayaan serta prioritas dalam pengambilan keputusan termasuk keputusan menabung. Nasabah yang religius memiliki kecenderungan mempertimbangkan nilai keagamaan saat memutuskan sesuatu. Misalnya nasabah lebih memungkinkan memilih produk tabungan yang selaras pada prinsip syariah atau tidak bertentangan pada keyakinan nasabah, bahkan jika kualitas produk tersebut sedikit berbeda daripada produk konvensional.⁶⁵

Nasabah yang religius seringkali memprioritaskan etika dan intensitas dalam aspek produknya. Apabila produk memiliki kualitas tinggi, namun tidak sesuai dengan nilai religius nasabah maka nasabah tidak akan tertarik untuk memilih. Sebaliknya, apabila kualitas produk tabungan tersebut memenuhi standar religius Islami yang nasabah yakini, maka nasabah akan lebih memilih produk tersebut daripada produk lain. Hal demikian sesuai pemaparan Handayani dan Pratama pada studinya yang menyatakan religiusitas mampu memperkuat

⁶⁴ Rudy Haryanto, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Bank Syariah*, 6.

⁶⁵ Asraf, "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Menyimpan Dana di Bank Muamalat Indonesia Cabang Pasaman Barat dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderator," 61-72.

pengaruhnya kualitas produk pada keputusan nasabah menabung modalnya pada bank syariah.⁶⁶

Agama Islam sudah memberikan pemaparan jelas bahwa menabung diangkat sebagai tindakan yang dianjurkan, terutama apabila dilaksanakan dengan tujuan yang baik seperti mempersiapkan masa depan atau hal lainnya. Religius mampu memperkuat motivasi ini sehingga keputusan menabung lebih dipengaruhi keyakinan moral dan spiritual yang diiringi kualitas produk tabungan itu sendiri. Dengan demikian, religiusitas memperkuat pengaruh kualitas produk dikarenakan menambahkan dimensi spiritual dan nilai keagamaan dalam proses pengambilan keputusan yang melampaui aspek rasional terkait kualitas produk semata. Hal ini sesuai pemaparan Farida dan Mahfud pada studinya yang memaparkan religiusitas mampu memoderasi pengaruhnya kualitas layanan pada keputusan nasabah.⁶⁷

Hasil studi ini tidak selaras pada studi Febriyanto yang menjelaskan, religiusitas tidak bisa memoderasi pengaruhnya kualitas produk pada keputusan nasabah. Sebab, nilai religius tidak mampu mendorong nasabah menabung pada bank syariah meskipun kualitas produk bank syariah unggul, produk yang dianjurkan Islam, bebas riba, dan halal. Namun, bagi umat Islam, produk perbankan syariah hanya mampu menjadi alternatif bagi umat Islam yang ingin menabung pada produk berbasis syariah.⁶⁸

⁶⁶ Sri Handayani dan Abdul Aziz Nugraha Pratama, "Pengaruh Produk, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Mudharabah dengan Religiusitas Sebagai Variabel Pemoderasi," 1-21.

⁶⁷ Beti Saniyatun Farida dan Yusqi Mahfud, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Nasabah dengan Religious Behavior Sebagai Variabel Moderator," 348-356.

⁶⁸ Yusuf Febriyanto, "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Islamic Branding dan Reputasi Bank Terhadap Keputusan Nasabah Perbankan Syariah dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus BPRS Sukowati KC Boyoyali)," 84.

Alasan mengapa studi ini tidak selaras dengan studi Febriyanto karena perbedaan objek, populasi dan sampel pada studi Febriyanto yang lebih sedikit. Sementara itu, teori serta indikator yang digunakan studi ini serta studi Febriyanto tidak sama, karena studi ini menekankan pada kualitas layanan berbasis syariah teori Rudy Haryanto dan religiusitas Islami teori dari Ilham dan Firdaus, sementara studi Febriyanto menggunakan teori kualitas layanan yang dikemukakan Philip Kotler dan kurang spesifik menekankan pada religiusitas pada agama apa dengan menggunakan teori Glock dan Rodney.

Religiusitas mampu memperkuat pengaruh kualitas produk dikarenakan adanya dimensi pada religiusitas dalam menilai produk yang diterima. Karenanya semakin kualitas produk tersebut baik dan selaras dengan nilai-nilai religius Islami yang diyakini nasabah, maka keputusan nasabah menabung pada produk Tabungan Barokah Bank BBS akan semakin meningkat serta sebaliknya.

Kesimpulan dari hipotesis yang diajukan pada studi ini, yaitu religiusitas efektif memperkuat hubungan pengaruhnya kualitas produk terhadap keputusan nasabah menabung pada produk Tabungan Barokah Bank BBS. Karenanya, hipotesis kelima diterima. Semakin kualitas produk sesuai dengan nilai religiusitas Islami serta makin tinggi tingkat religiusitas Islami nasabah, keputusan nasabah menabung pada produk Tabungan Barokah Bank BBS akan meningkat serta sebaliknya.