ABSTRAK

Putri Ayu Firawati, 2025, *Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Nasabah Menabung dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating (Studi pada Produk Tabungan Barokah di BPRS Bhakti Sumekar Sumenep)*, Tesis, Program Studi Ekonomi Syariah (ES), Program Magister (S2) Pascasarjana IAIN Madura, Pembimbing: Prof. Dr. H. Rudy Haryanto, S.ST.,M.M, dan Dr. Fadllan, M.A.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Religiusitas, Keputusan Nasabah Menabung.

Pertumbuhan simpanan (Dana Pihak Ketiga) pada perbankan syariah lebih tinggi dibandingkan bank konvensional, sehingga mencerminkan kesadaran masyarakat untuk memutuskan menabung pada bank syariah semakin meningkat daripada bank konvensional. Keputusan menabung tersebut dipengaruhi oleh kualitas layanan dan kualitas produk dengan dimoderasi oleh religiusitas (Islami). Studi ini fokus pada produk Tabungan Barokah di BPRS (Bank Pembiayaan Rakyat Syariah) Bhakti Sumekar Sumenep selaku BPRS terbesar se-Madura, se-Jawa Timur dan se-Indonesia. Studi ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, kualitas produk dan religiusitas terhadap keputusan menabung dan mengetahui efektivitas religiusitas dalam memoderasi kualitas layanan dan kualitas produk terhadap keputusan menabung.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan populasi *infinit population* dan diperoleh sampel 190 responden dengan menggunakan tekhnik *purposive sampling*. Instrumen studi ini menggunakan kuesioner dengan *skala likert.* Data dikumpulkan melalui data primer (kuesioner) yang disebarkan kepada responden melalui google formulir. Analisis data penelitian ini menggunakan *Moderating Structural Equation Modeling* (MSEM) dengan aplikasi Smart-PLS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: *pertama,* kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah menabung dengan *t-statistic* > t-hitung (4,197 > 1,96) dan *p-values* 0,000 < 0,05. *Kedua,* kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah menabung dengan *t-statistic* > t-hitung 2,522 > 1,96 dan *p-values* 0,012 < 0,05. *Ketiga,* religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah menabung dengan *t-statistic* > t-hitung (2,272 >1,96) dan *p-values* 0,024 < 0,05. *Keempat,* religiusitas efektif memoderasi (memperkuat) pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan nasabah menabung dengan *t-statistic* > t-hitung (2,874 >1,96) dan *p-values* 0,004 < 0,05. *Kelima,* religiusitas efektif memoderasi (memperkuat) pengaruh kualitas produk terhadap keputusan nasabah menabung dengan *t-statistic* > t-hitung (3,051 > 1,96) dan *p-values* 0,002 < 0,05.

ABSTRACT

Putri Ayu Firawati, 2025, The Influence of Service Quality and Product Quality on Customers' Decisions to Save with Religiosity as a Moderating Variable (Study on Barokah Savings Products at BPRS Bhakti Sumekar Sumenep), Thesis, Sharia Economics (ES) Study Program, Postgraduate Masters (S2) Program IAIN Madura, Supervisor: Prof. Dr. H. Rudy Haryanto, S.ST., M.M, and Dr. Fadllan, M.A.

Keywords: Service Quality, Product Quality, Religiosity, Customer Decision to Save.

The growth of deposits (Third Party Funds) in Islamic banking is higher than conventional banks, thus reflecting the increasing public awareness to decide to save in Islamic banks than conventional banks. The decision to save is influenced by the quality of service and product quality moderated by religiosity (Islamic). This study focuses on the Barokah Savings product at BPRS (Bank Pembiayaan Rakyat Syariah) Bhakti Sumekar Sumenep as the largest BPRS in Madura, East Java and Indonesia. This study aims to determine the effect of service quality, product quality and religiosity on saving decisions and to determine the effectiveness of religiosity in moderating service quality and product quality on saving decisions.

This study uses a quantitative method with an infinite population and a sample of 190 respondents was obtained using a purposive sampling technique. The study instrument uses a questionnaire with a Likert scale. Data were collected through primary data (questionnaires) distributed to respondents via Google forms. Data analysis in this study used Moderating Structural Equation Modeling (MSEM) with the Smart-PLS application.

The research results show that: first, service quality has a significant positive effect on customers savings decisions with t-statistics > t-count (4,197 > 1,96) and p-values 0,000 < 0,05. Second, product quality has a significant positive effect on customers decisions to save with t-statistics > t-count 2,522 > 1,96 and p-values 0,012 < 0,05. Third, religiosity has a significant positive effect on customers savings decisions with t-statistics > t-count (2.272 > 1.96) and p-values 0,024 < 0,05. Fourth, religiosity effectively moderates (strengthens) the influence of service quality on customers savings decisions with t-statistics > t-count (2,874 > 1,96) and p-values 0,004 < 0,05. Fifth, religiosity effectively moderates (strengthens) the influence of product quality on customers savings decisions with t-statistics > t-count (3,051 > 1,96) and p-values 0,002 < 0,05.

الملاخص

بوتري أيو فيرواتي ، ٥٢٠٢ ، تأثير جودة الخدمة وجودة المنتج على قرار العملاء في الادخار مع التدين كمتغير مُعدِّل (دراسة على منتج التوفير باروكاه في بنك التمويل الشعبي الإسلامي بهكتي سوميكر – سومينب)، رسالة ماجستير، برنامج دراسات الاقتصاد الإسلامي ، برنامج الدراسات العليا (ماجستير) في معهد العلوم الإسلامية الحكومية مادورا، تحت إشراف: بروفيسور دكتور ح. رودي هاريانتو، س.س.ت، م.م.، دكتور فضلّان، م.أ

الكلمات المفتاحية: جودة الخدمة، جودة المنتج، التدين، قرار العميل بالادخار. في العقو.

إن نمو الودائع (أموال الغير) في المصارف الإسلامية أعلى من المصارف التقليدية، مما يعكس زيادة وعي الجمهور لاتخاذ قرار الادخار في المصارف الإسلامية أكثر من المصارف التقليدية. ويتأثر قرار الادخار بجودة الخدمة وجودة المنتجات التي تتأثر بالتدين (الإسلامي). وتركز هذه الدراسة على منتجات الادخار في بنك بهاكتي سومكار سومينيب (بنك التمويل الشعبي الشرعي) في بهاكتي سومكار سومينيب كأكبر بنك ادخار إسلامي في مادورا في جاوة الشرقية وفي إندونيسيا. تهدف هذه الدراسة إلى تحديد تأثير جودة الخدمة وجودة المنتج والتدين على قرارات الادخار وتحديد فعالية التدين في تعديل جودة الخدمة وجودة المنتج على قرارات الادخار.

تستخدم هذه الدراسة الأساليب الكمية مع عدد غير محدود من السكان، وتم الحصول على عينة مكونة من ٠٩١ مبحوثًا باستخدام أسلوب أخذ العينات الانتقائية. استخدمت أداة الدراسة استبيانًا باستخدام مقياس ليكرت. تم جمع البيانات من خلال البيانات الأولية (الاستبيانات) التي تم توزيعها على المبحوثين عبر استمارات جوجل. استخدم في تحليل بيانات هذا البحث نمذجة المعادلات الهيكلية الوسيطة (أمسم) مع سمارت–بي إل إس.

تظهر نتائج البحث ما يلي: أولا، تظهر الأبحاث أن جودة الخدمة لها تأثير إيجابي على قرارات العملاء المدخرين بقيمة ٠٠,٠ < ٥٠,٠ مع ت–الإحصاءات > ت–الحساب (٧٩١,٤ > ٦٩,١). ثانيا، تؤثر جودة المنتج بشكل إيجابي على قرار العميل بتوفيره بقيم ت–الإحصاءات> ت–الحساب (٢٢٥,٢ > ٦٩,١) وقيمة ب ٢١٠,٠ < ٥٠,٠. ثالثا ، يؤثر الدين بشكل إيجابي على قرار العميل بتوفير ت–الإحصاءات> ت–الحساب (٢٧٢,٢ > ٦٩,١) وقيمة ب ٤٢٠,٠ < ٥٠,٠. رابعا، إن التدين الفعال ينظم (قوة) تأثير جودة الخدمة على قرارات توفير العملاء من خلال ت–الإحصاءات > ت–الحساب (٤٧٨,٢ > ٦٩,١) وقيمة ب ٤٠٠,٠ < ٥٠,٠. خامسا، التدين الفعال ينظم (تصلب) تأثير جودة المنتج على قرارات الادخار للعملاء مع ت–الإحصاءات > ت–الحساب (١٥٠,٣ > ٦٩,١) وقيمة ف– ب ٢٠٠,٠ < ٥٠,٠.