



ANALISIS KEPUTUSAN NASABAH MENABUNG : PENDEKATAN KOMPONEN DAN MODEL LOGISTIK STUDI KASUS PADA BANK SYARIAH DI KOTA BATAM

Dian Lestari Siregar, Rio Rahmat Yusran

Universitas Putera Batam Indonesia

(Naskah diterima: 1 September 2019, disetujui: 28 Oktober 2019)

Abstract

The characteristics of the sharia banking system which operate on the basis of profit sharing principles provide an alternative banking system that is mutually beneficial to the public and banks, and highlighting aspects of fairness in transactions, ethical investment, promoting the values of togetherness and brotherhood in production, and avoiding speculative activities in financial transactions. By providing a variety of products and diverse banking services with more varied financial schemes, Islamic banking becomes a credible alternative banking system and can be demanded by all classes of Indonesian people without exception, but there are still many people who are hesitant to save at Islamic banks. This is because the public lacks information about Islamic banks, and does not understand the prevailing system of Islamic banking. By analyzing the Component Approach and Logistics Model, the research aims, first to find out what factors influence the customer's decision to save in Islamic banks, second to find out how much influence these factors have on the customer's decision in choosing an Islamic bank and third to find out which factor is the most dominant factor in the customer's decision to save at an Islamic bank

Keywords: Islamic banks, Cochran Q test, and Pepsepsi analysis.

Abstrak

Karakteristik sistem perbankan syariah yang beroperasi berdasarkan prinsip bagi hasil memberikan alternatif sistem perbankan yang saling menguntungkan bagi masyarakat dan bank, serta menonjolkan aspek keadilan dalam bertransaksi, investasi yang beretika, mengedepankan nilai-nilai kebersamaan dan persaudaraan dalam berproduksi, dan menghindari kegiatan spekulatif dalam bertransaksi keuangan. Dengan menyediakan beragam produk serta layanan jasa perbankan yang beragam dengan skema keuangan yang lebih bervariatif, perbankan syariah menjadi alternatif sistem perbankan yang kredibel dan dapat diminati oleh seluruh golongan masyarakat Indonesia tanpa terkecuali, namun masih banyak masyarakat yang ragu-ragu untuk menabung di bank syariah hal ini dikarenakan masyarakat kurang mengetahui informasi tentang bank syariah, dan tidak memahami sistem yang berlaku diperbankan syariah. Dengan analisis Pendekatan Komponen dan Model Logistik, Penelitian bertujuan, Pertama untuk mengetahui Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menabung di bank syariah, kedua Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah dan ketiga untuk mengetahui faktor manakah yang paling dominan terhadap keputusan nasabah dalam menabung di bank syariah

Kata kunci: Bank syariah, Cochran Q test, dan analisis Pepsepsi.

I. PENDAHULUAN

Pada awal masa operasinya, keberadaan bank syariah belumlah memperoleh perhatian yang optimal dalam tatanan sektor perbankan nasional, Landasan hukum operasi bank yang menggunakan sistem syariah, saat itu hanya diakomodir dalam salah satu ayat tentang "bank dengan sistem bagi hasil" pada UU No. 7 Tahun 1992; tanpa rincian landasan hukum syariah serta jenis-jenis usaha yang diperbolehkan (OJK, 018). Karakteristik sistem perbankan syariah di Indonesia beroperasi berdasarkan prinsip bagi hasil memberikan alternatif sistem perbankan yang saling menguntungkan bagi masyarakat dan bank, serta menonjolkan aspek keadilan dalam bertransaksi, investasi yang beretika, mengedepankan nilai-nilai kebersamaan dan persaudaraan dalam berproduksi, dan menghindari kegiatan spekulatif dalam bertransaksi keuangan. Dengan menyediakan beragam produk serta layanan jasa perbankan yang berağam dengan skema keuangan yang lebih bervariatif, perbankan syariah menjadi alternatif sistem perbankan yang kredibel dan dapat diminati oleh seluruh golongan masyarakat Indonesia tanpa terkecuali. Menurut (Maski, 010) banyak hal yang mendorong seorang calon nasabah yang untuk memilih sebuah

bank seperti apakah bank tersebut dapat memberikan keuntungan dan kemudahan, hal ini dikarenakan Setiap nasabah akan memperhatikan dan mempertimbangkan faktor-faktor tertentu untuk memutuskan menabung. Namun hasil penelitian (Daulay, 014) menyatakan bahwa masih banyak masyarakat yang ragu-ragu untuk menabung di bank syariah hal ini dikarenakan masyarakat kurang mengetahui informasi tentang bank syariah, tidak mengetahui informasi bank syariah dan tidak memahami sistem bagi hasil diperbankan syariah.

Tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menabung di bank syariah di kota Batam, Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah dikota Batam Untuk mengetahui faktor manakah yang paling dominan terhadap keputusan nasabah dalam menabung di bank syariah Mandiri. Urgensi dari pelaksanaan penelitian ini adalah berdasarkan data Bank Indonesia Pertumbuhan asset Bank syariah di Propinsi Kepulauan Riau tercatat sebesar Rp2,81 triliun atau tumbuh 16,64% (YOY), lebih rendah bila dibanding pertumbuhan triwulan sebelumnya sebe-

sar 18,01% (YOY) Sebesar 95,17% atau senilai Rp2,88 triliun. Sedangkan Untuk DPK perbankan syariah tumbuh melambat signifikan. Total DPK sebesar Rp1,77 triliun, atau hanya tumbuh 1,10% (YOY), jauh lebih rendah dibanding pertumbuhan pada triwulan sebelumnya sebesar 9,41% (YOY). Selain itu pembiayaan oleh perbankan syariah juga melambat di triwulan I. Total pembiayaan senilai Rp2,31 triliun atau tumbuh 15,36% (YOY), lebih rendah disbanding pertumbuhan pada triwulan IV sebesar 0,20% (YOY). Melihat penurunan kinerja bank Syariah di propinsi Kepulauan Riau tersebut, untuk itu perlu sebuah kajian untuk mengungkap permasalahan yang melatarbelakangi seorang nasabah menabung di sebuah bank syariah di Kota Batam. Berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik untuk melakukan suatu penelitian dengan judul “Analisis keputusan nasabah menabung: pendekatan komponen dan model Logistik studi kasus pada bank syariah di kota Batam”

II. KAJIAN TEORI

2.1. Bank

Menurut (Kasmir, 012) bank diartikan sebagai lembaga keuangan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa-jasa bank,

sedangkan menurut UU No 10 tahun 1998 mendefinisikan bank sebagai badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

2.1.1. Bank syariah

Menurut UU No 1 tahun 008 bank syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Selain itu bank syariah juga didefinisikan sebagai Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan Prinsip Syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Sedangkan menurut (Kasmir, 018) Bank syariah merupakan bank yang didasarkan kepada konsep islam, yaitu kerja sama dalam skema bagi hasil, baik untung maupun rugi.

Sedangkan yang dimaksud dengan Kegiatan Usaha Berdasarkan Prinsip Syariah menurut undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan atau pembiayaan kegiatan

tan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah, antara lain:

- a. Pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (*Mudharabah*)
- b. Pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (*Musharakah*)
- c. Prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (*Murabahah*)
- d. Pembiayaan barang modal berdasarkan sewa murni tanpa pilihan (*Ijarah*) atau
- e. Dengan adanya pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain (*Ijarah wa iqtina*).

2.2. Teori pengambilan keputusan

Dalam (Maski, 010) Keputusan mengandung tiga pengertian, yaitu:

1. Ada pilihan atas dasar logika atau pertimbangan
2. Ada beberapa alternatif yang harus dan dipilih salah satu yang terbaik
3. Ada tujuan yang ingin dicapai, dan keputusan ini makin mendekatkan pada tujuan tersebut.

Lebih lanjut dalam (Maski, 010) Agar pengambilan keputusan dapat lebih terarah, maka perlu diketahui unsur-unsur atau komponen-komponen dari pengambilan keputusan tersebut. Unsur-unsur dari pengambilan keputusan tersebut adalah sebagai berikut: (1) Tu-

juan dari pengambilan keputusan, (2) Identifikasi alternative-alternatif keputusan untuk memecahkan masalah, (3) Perhitungan mengenai faktor-faktor yang tidak dapat diketahui sebelumnya atau di luar jangkauan manusia, (4) Sarana atau alat untuk mengevaluasi atau mengukur hasil dari suatu pengambilan keputusan.

2.3. Perilaku konsumen

Menurut (Kotler & Keller, 012) perilaku konsumen adalah studi bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan menempatkan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka. Sedangkan menurut (Schiffman & Kanuk, 008) Perilaku konsumen adalah perilaku yang ditunjukkan konsumen dalam pencarian akan pembelian, penggunaan, pengevaluasian, dan penggantian produk dan jasa yang diharapkan dapat memuaskan kebutuhan konsumen.

Didalam (Maski, 010) bank harus menyusun berbagai strategi pemasaran yang dapat mengimbangi perilaku nasabah. Untuk menghadapi kelompok nasabah yang berbeda, diperlukan strategi pemasaran yang berbeda pula. Untuk mempelajari nasabah dengan strategi pemasaran yang efektif maka bank harus memahami apa yang mereka pikirkan (kogni-

tif) dan mereka rasakan (pengaruh), apa yang mereka lakukan (perilaku) dan apa serta di mana (kejadian di sekitar) yang mempengaruhi serta dipengaruhi oleh apa yang dipikirkan, dirasa dan dilakukan nasabah.

2.4. Keputusan memilih bank

Dalam (Maski, 010) Keputusan adalah pemilihan di antara alternatif-alternatif yang mengandung tiga pengertian, yaitu: (1) Ada pilihan atas dasar logika atau pertimbangan; (2) Ada beberapa alternatif yang harus dan dipilih salah satu yang terbaik; dan (3) Ada tujuan yang ingin dicapai, dan keputusan ini makin mendekatkan pada tujuan tersebut. Lebih lanjut, keputusan adalah suatu pengakhiran daripada proses pemikiran tentang suatu masalah atau problema untuk menjawab pertanyaan apa yang harus diperbuat guna mengatasi masalah tersebut, dengan menjatuhkan pilihan pada suatu alternatif. Sejalan dengan perilaku konsumen, maka pengambilan keputusan konsumen (*consumer decision making*) dapat didefinisikan sebagai suatu proses dimana konsumen melakukan penilaian terhadap berbagai alternatif pilihan, dan memilih salah satu atau lebih alternatif yang diperlukan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu.

Menurut (Stoner & Charles, 012) Pengambilan keputusan adalah suatu kelanjutan

dari cara pemecahan masalah yang memiliki fungsi antara lain sebagai berikut: (1) Pangkal permulaan dari semua aktivitas manusia yang sadar dan terarah, baik secara individual maupun secara kelompok, baik secara institusional maupun secara organisasional; (2) Sesuatu yang bersifat *futuristic*, artinya bersangkut paut dengan hari depan, masa yang akan datang, di mana efeknya atau pengaruhnya berlangsung cukup lama.

Lebih lanjut menurut (Stoner & Charles, 012) tujuan pengambilan keputusan dapat dibedakan menjadi dua, yaitu: (1) Tujuan yang bersifat tunggal; (2) Tujuan yang bersifat ganda. Agar pengambilan keputusan dapat lebih terarah, maka perlu diketahui unsur-unsur atau komponen-komponen dari pengambilan keputusan tersebut. Unsur-unsur dari pengambilan keputusan tersebut adalah sebagai berikut: (1) Tujuan dari pengambilan keputusan, adalah mengetahui lebih dahulu apa tujuan dari pengambilan keputusan itu; (2) Identifikasi alternatif-alternatif keputusan untuk memecahkan masalah, adalah mengadakan identifikasi alternatif-alternatif yang akan dipilih untuk mencapai tujuan tersebut; (3) Perhitungan mengenai Factor-faktor yang tidak dapat diketahui sebelumnya atau di luar jangkauan manusia, yaitu suatu keadaan yang dapat

dibayangkan sebelumnya, namun manusia tidak sanggup atau tidak berdaya untuk mengatasinya; (4) Sarana atau alat untuk mengevaluasi atau mengukur hasil dari suatu pengambilan keputusan, adalah adanya sarana atau alat untuk mengevaluasi atau mengukur hasil dari pengambilan keputusan itu.

2.5. Penelitian terdahulu

State of the Art (penelitian terdahulu) tentang analisis keputusan nasabah menabung pada sebuah perbankan sudah banyak dilakukan Berikut penelitian – penelitian terdahulu tentang analisis keputusan nasabah menabung pada sebuah perbankan :

Tabel .1. Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	(Ahmad & Omar, 016)	<i>Perception of Non-Muslims towards Islamic Banking Revisited: SEM Approach</i>	terdapat hubungan yang signifikan antara persepsi di antara non-Muslim yang ditunjukkan oleh keyakinan dan kriteria seleksi bank, dalam penerimaan sistem perbankan Islam di Malaysia
2	(Lujja, Mohammed, & Hassan, 018)	<i>Islamic Banking: An Exploratory Study of Public Perception in Uganda</i>	Masyarakat islam lebih memiliki pengetahuan tentang bank syariah namun memiliki kesadaran rendah tentang terminologi bank syariah
3	(Umair Riaz, Musafar Khan, 017)	<i>An Islamic banking perspective on consumers' perception in Pakistan</i>	Persepsi konsumen secara keseluruhan adalah positif tentang perbankan Islam dan keuangan di Pakistan. Analisis statistic menunjukkan bahwa tingkat kesadaran, pengetahuan dan religiusitas memiliki nilai positif pengaruh pada persepsi konsumen tentang produk dan layanan pembiayaan syariah
4	(Hassan, Eljelly, & Abdullah, 016)	<i>Consumers' attitude towards e-banking services in Islamic banks: the case of Sudan</i>	ada perbedaan di antara teknologi perbankan yang harus dipertimbangkan oleh bank-bank Sudan dalam merancangnya menumbuhkan perbankan berbasis teknologi di Sudan.
5	(Yulianto, Yuniarinto, & Surachman, 010)	Analisis Pengaruh Faktor Bauran Pemasaran Terhadap Pertimbangan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah Di Kota Medan	faktor-faktor bauran pemasaran (<i>marketing mix</i>) yang terdiri dari produk (<i>product</i>), tempat dan saluran distribusi (<i>place</i>), dan pelayanan pegawai (<i>people</i>), berpengaruh secara signifikan terhadap pertimbangan nasabah dalam memilih bank syariah di kota Medan

2.6. Hipotesis

Hipotesis studi ini dibangun dari latar belakang masalah, dan tinjauan pustaka sebagai mana dikemukakan terdahulu. Untuk itu, hipotesis yang diajukan dalam studi ini adalah adanya faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menabung di bank syariah dengan menggunakan pendekatan komponen dan model Logistik

III. METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah desain penelitian eksploratif dan deskriptif. Dimana Penelitian eksploratif bertujuan untuk menyelidiki suatu masalah atas situasi untuk mendapatkan pengetahuan dan pemahaman yang baik. Sedangkan penelitian deskriptif memiliki pertanyaan yang

jelas mengenai permasalahan yang dihadapi, hipotesis yang spesifik dan informasi yang detail yang dibutuhkan.

3.2. Lokasi penelitian

Lokasi Penelitian dalam penelitian ini akan dilakukan di kota Batam Provinsi Kepulauan Riau, dengan obyek penelitian berupa Masyarakat yang menabung di bank syariah.

3.3. Populasi dan sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Batam. Sedangkan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat kota Batam yang menabung di bank syariah.

3.4. Definisi operasional Variabel penelitian

Tabel 3.1. Definisi operasional variabel

Variabel	Indikator
Faktor karakteristik	<ol style="list-style-type: none">1. Memperhatikan prinsip Syariah2. Memperhatikan Produk-produk Islami3. Memperhatikan bagi hasil
Faktor pelayanan dan kepercayaan	<ol style="list-style-type: none">1. Mampu memberikan kepercayaan dan keyakinan2. Pelayanan cepat, tepat, sesuai dan terpercaya3. Pelayanan yang sopan, ramah dan nyaman
Faktor pengetahuan	<ol style="list-style-type: none">1. Mengetahui sistem perbankan syariah2. Mengetahui informasi bank syariah3. Pengaruh nama dan citra bank
Faktor objek fisik	<ol style="list-style-type: none">1. Lokasi yang strategis2. Daya tarik fisik (eksterior dan interior) <i>banking hall</i> yang memuaskan3. Fasilitas komputer, ATM, <i>Phone plus</i> yang memuaskan

3.5. Analisis data

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala pengukuran skala guttman skala liket yang digunakan adalah sebagai berikut:

1: Ya

0: Tidak

Berdasarkan sifatnya, penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif. Di dalam penelitian ini data yang digunakan berupa angka yang akan dianalisa menggunakan metode statistika. Jenis data yang digunakan di dalam penelitian ini adalah data primer. Pada penelitian ini, data primer diperoleh melalui penyebaran kuisioner kepada nasabah bank syariah mandiri, dari data yang dikumpulkan melalui kuisioner akan dilakukan pengujian uji validitas dan reabilitas.

Model analisis statistik yang digunakan mengacu pada penelitian (Maski, 010) yaitu metode *Logistic Regression* atau Analisis Model Logistic (LOGIT). Model Logit adalah merupakan perkembangan lebih lanjut dari model probabilitas linier yang menjelaskan bahwa, model Logit digunakan untuk estimasi probabilitas suatu fenomena dengan mereduksi kelemahan-kelemahan yang terdapat pada model probabilitas linier. Model Logit digunakan untuk menguji apakah probabilitas terja-

dinya variabel terikat dapat diprediksi dengan variabel bebasnya.

IV. HASIL PENELITIAN

4.1 Persepsi responden

Menurut (Maski, 010) Sebagai seorang konsumen, nasabah secara rasional akan berusaha mencapai kepuasan maksimal dalam rangka memenuhi kebutuhannya. Nasabah akan mempertimbangkan keuntungan dan kerugian menjadi suatu nasabah suatu bank. Jika bank tersebut banyak memberikan keuntungan dan kemudahan baginya maka ia akan memilih menjadi nasabah bank tersebut. Untuk mengetahui persepsi responden bank syariah terhadap masing-masing item dari karakteristik bank(X1), pelayanan dan kepercayaan pada bank(X2), pengetahuan(X3) serta obyek fisik bank(X4) dapat dijelaskan dalam Tabel kontijensi berikut ini:

a. Variabel Karakteristik Bank

Persepsi responden terhadap karakteristik bank ini dapat dilihat dalam Tabel 4.1.

Tabel 4.1. Faktor karakteristik

No	Uraian	Responden Bank Syariah
1	Memperhatikan Prinsip Syariah Ya Tidak Total	100 75 175
2	Memperhatikan Produk-Produk Islami Ya Tidak Total	79 96 175

3	Memperhatikan System Bagi Hasil Ya Tidak Total	116 59 175
---	---	------------------

Dari Tabel 4.1 dapat dilihat bahwa responden yang berdasarkan faktor karakteristik menabung di bank sebagian besar dikarenakan memperhatikan prinsip syariah sebanyak 100 orang responden, Sedangkan yang memperhatikan Produk-produk Islami sebanyak 79 orang responden dan yang memperhatikan sistem bagi hasil 116 orang responden

b. Variabel pelayanan dan kepercayaan

Persepsi responden terhadap pelayanan dan kepercayaan dapat dilihat dalam Tabel 4.2.

Tabel 4.2. Pelayanan dan kepercayaan

NO	Uraian	Responden bank syariah
1	Mampu memberikan kepercayaan dan keyakinan Ya Tidak Total	165 10 175
2	Pelayanan cepat, tepat, sesuai dan terpercaya Ya Tidak Total	162 13 175
3	Pelayanan yang sopan, ramah dan nyaman Ya Tidak Total	159 16 175

Dari Tabel 4.2 dapat dilihat bahwa responden yang berdasarkan faktor pelayanan dan kepercayaan menabung di bank sebagian besar dikarenakan Mampu memberikan kepercayaan dan keyakinan sebanyak 165 orang

responden, mampu memberikan Pelayanan cepat, tepat, sesuai dan terpercaya sebanyak 162 orang responden dan mampu memberikan Pelayanan yang sopan, ramah dan nyaman sebanyak 159 responden

c. Variabel pengetahuan

Persepsi responden terhadap pengetahuan dapat dilihat dalam Tabel 4.3.

Tabel 4.3. Pengetahuan

NO	URAIAN	RESPONDEN BANK SYARIAH
1	Mengetahui sistem perbankan syariah Ya Tidak Total	85 90 175
2	Mengetahui informasi bank syariah Ya Tidak Total	90 85 175
3	Pengaruh nama dan citra bank Ya Tidak Total	139 36 175

Dari Tabel 4.3 dapat dilihat bahwa responden yang berdasarkan faktor pengetahuan menabung di bank sebagian besar dikarenakan Mengetahui sistem perbankan syariah sebanyak 85 orang responden, Mengetahui informasi bank syariah sebanyak 90 orang responden, dan Pengaruh nama dan citra bank sebanyak 139 orang responden,

d. Variabel Objek fisik

Persepsi responden terhadap objek fisik dapat dilihat dalam Tabel 4.4.

Tabel 4.4. objek fisik

NO	URAIAN	RESPONDEN BANK SYARIAH
1	Lokasi yang strategis Ya Tidak Total	130 45 175
2	Daya tarik fisik (eksterior dan interior) <i>banking hall</i> yang memuaskan Ya Tidak Total	117 58 175
3	Fasilitas komputer, ATM, <i>Phone plus</i> yang memuaskan Ya Tidak Total	160 15 175

Dari Tabel 4.4 dapat dilihat bahwa responden yang berdasarkan faktor objek fisik menabung di bank sebagian besar dikarenakan Lokasi yang strategis sebanyak 130 orang responden, Daya tarik fisik (eksterior dan interior) *banking hall* yang memuaskan sebanyak 117 orang responden, dan Fasilitas komputer, ATM, *Phone plus* yang memuaskan sebanyak 160 orang responden.

4.2 Regresi Logistik

Hasil dari pengujian P value melalui regresi logistik terhadap sub variabel yang diduga mempengaruhi keputusan nasabah dalam menabung di bank syariah di Kota Batam dilihat pada tabel 4.5.

Tabel 4.5 Hasil Pengujian

Sub variabel	P value
Memperhatikan Prinsip Syariah	0.564
Memperhatikan Produk-produk Islami	0.308
Memperhatikan sistem bagi hasil	0.093
Memberikan kepercayaan dan keyakinan	0.530
Pelayanan cepat, tepat, sesuai dan terpercaya	0.177
Pelayanan yang sopan, ramah dan nyaman	0.618
Sistem perbankan syariah	0.400
Informasi bank syariah	0.330
Citra bank	0.739
Lokasi	0.014
Daya Tarik	0.191
Fasilitas komputer, ATM, <i>Phone plus</i> yang memuaskan	0.206

Dari hasil pengujian tersebut hanya lima

variabel yang memiliki nilai p valuenya <

0,25. Yaitu variabel :

1. Memperhatikan sistem bagi hasil,
2. Pelayanan cepat, tepat, sesuai dan terpercaya,
3. Lokasi,
4. Daya Tarik
5. Fasilitas komputer, ATM, *Phone plus* yang memuaskan

Hasil tersebut mengungkapkan bahwa dari 12 sub variabel yang diduga mempengaruhi nasabah dalam menabung di bank syariah ternyata hanya lima variabel yang berpengaruh keputusan nasabah dalam menabung di Bank Syariah

Tabel 4.6 Hasil Pengujian

Sub variabel	P value
Memperhatikan sistem bagi hasil	0.093
Pelayanan cepat, tepat, sesuai dan terpercaya	0.177
Lokasi	0.014
Daya Tarik	0.191
Fasilitas komputer, ATM, <i>Phone plus</i> yang memuaskan	0.206

Dari kelima variabel tersebut akan di uji manakah variabel yang paling berpengaruh dalam mempengaruhi keputusan nasabah dalam menabung di Bank Syariah, dengan cara mengeluarkan subvariabel yang memiliki p value terbesar, dari hasil pengujian tersebut maka didapatlah Lokasi merupakan variabel yang paling berpengaruh dalam mempengaruhi keputusan nasabah dalam menabung di Bank Syariah di kota Batam.

Untuk mengetahui tingkat keeratan dan hubungan antar variabel dilakukan uji statistik. Uji statistik yang telah dilakukan hasilnya ditampilkan dalam Tabel berikut ini:

Tabel 4.7 Tingkat keeratan

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	234.488 ^a	.026	.034

Berdasarkan Tabel 4.7, dapat dilihat bahwa R2 (Negelkerke R2) yaitu sebesar 0,034 Angka tersebut menunjukkan total kontribusi variabel bebas dalam ikut menjelaskan keragaman variabel terikat. Sehingga total variasi yang dapat dijelaskan melalui model yang terpakai adalah sebesar 3,4%.

Pengujian model *logistic regression* dengan analisis *Hosmer and Lemeshow Test* dapat dilihat pada Tabel 4.8 berikut ini:

Tabel 4.8 Omnibus Tests of Model Coefficients

		Chi-square	df	Sig.
Step 1	Step	4.529	5	.476

Berdasarkan Tabel 4.8 dapat disimpulkan bahwa model yang diajukan adalah baik karena nilai statistik Hosmer and Lemeshow Goodness-of fit lebih besar dari 0,05, maka hipotesis nol tidak dapat ditolak dan berarti model mampu memprediksi nilai observasinya atau dapat dikatakan model dapat diterima. Tampilan output SPSS menunjukkan bahwa besarnya nilai statistik Hosmer and Lemeshow Goodness of fit sebesar 4.529 dengan probabi-

litas 0,476 yang nilainya jauh diatas 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model dapat diterima.

V. KESIMPULAN

Kesimpulan dari hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa dari 12 sub variabel yang diduga mempengaruhi nasabah dalam menabung di bank syariah ternyata hanya lima variabel yang berpengaruh keputusan nasabah dalam menabung di Bank Syariah yaitu :

1. Memperhatikan sistem bagi hasil
2. Pelayanan cepat, tepat, sesuai dan terpercaya
3. Lokasi
4. Daya Tarik
5. Fasilitas komputer, ATM, *Phone plus* yang memuaskan

Dari kelima variabel tersebut variabel yang paling berpengaruh dalam mempengaruhi keputusan nasabah dalam menabung di Bank Syariah, dengan nilai p value terbesar maka didapatkan variabel Lokasi merupakan variabel yang paling berpengaruh dalam mempengaruhi keputusan nasabah dalam menabung di Bank Syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, W., & Omar, W. 2016. Perception of Non-Muslims towards Islamic Banking Revisited: SEM Approach Hafizah Abdul Rahim. *Mediterranean Journal of*

- Social Science*, 7(1), 139–149.
<https://doi.org/10.5901/mjss.2016.v7n1p139>
- Hassan, I., Eljelly, & Abdullah. 2016. Consumers' attitude towards e-banking services in Islamic banks: the case of Sudan. *Review of International Business and Strategy*, 26(2).
- Lujja, S., Mohammed, M. O., & Hassan, R. 2018. Islamic Banking: An Exploratory Study of Public Perception in Uganda. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 9(3).
- Maski, G. 2010. Analisis Keputusan Nasabah Menabung: pendekatan komponen dan model logistik studi pada bank syariah di malang. *Journal of Indonesian Applied Economics*, 4(1), 43–57.
- Umair Riaz, Musafar Khan, N. K. 2017. An Islamic banking perspective on consumers' perception in Pakistan. *Qualitative Research in Financial Markets*, 9(4).
<https://doi.org/10.1108/QRFM-03-2017-0020>
- Yulianto, F., Yuniarinto, A., & Surachman. 2010. ANALISIS PENGARUH FAKTOR BAURAN PEMASARAN TERHADAP PERTIMBANGAN NASABAH DALAM MEMILIH BANK SYARIAH DI KOTA MEDAN. *Wacana*, 13(4), 537–551.