

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN RELIGIUSITAS TERHADAP  
MINAT MENABUNG DI BANK SYARIAH INDONESIA  
KANTOR CABANG KENDARI ABDULLAH SILONDAE 2**

**NUR AFNI**

Program Studi Perbankan syariah  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kendari

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk melihat dan menguji pengaruh kualitas pelayanan dan religiusitas terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia KC Kendari A Silondae 2. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer berupa kuisisioner.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif karena bertujuan untuk mengkonfirmasi data yang didapatkan dilapangan dengan teori yang ada. Sampel diperoleh sebanyak 100 responden nasabah aktif yang menabung di BSI KC Kendari A Silondae 2, dan tehknik pengumpulan data yang dilakukan menggunakan metode kuisisioner, studi pustaka, dan dokumentasi. Data diolah menggunakan program SmartPLS 3.0.

Dari hasil pengolahan data tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan religiusitas seluruhnya berpengaruh signifikan terhadap variabel minat menabung di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Kendari Abdullah Silondae 2. Hal ini dibuktikan dengan masing-masing nilai *Path Coeficien* > 0,05.

Pertama, untuk variabel Kualitas pelayanan dengan nilai *path coeficien* pada uji hipotesis adalah  $t \text{ statistic} > t \text{ tabel}$  ( $2,467 > 1,985$ ) atau  $p \text{ value}$   $0,014 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat menabung di BSI. Kedua, untuk variabel Religiusitas dengan nilai *path coeficien* pada uji hipotesis adalah  $t \text{ statistic} > t \text{ tabel}$  ( $6,306 > 1,985$ ) atau  $p \text{ value}$   $0,000 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel religiusitas berpengaruh terhadap minat menabung di BSI. Implikasi dari penelitian relevan ini bagi pihak perbankan agar memperhatikan kembali apa saja pengaruh dalam minat nasabah untuk menabung di BSI.

**Kata Kunci : *Kualitas pelayanan, Religiusitas, Minat menabung***

## 1. Pendahuluan

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia telah dimulai pada tahun 1992 dengan diundangkannya Undang-Undang No. 7 tahun 1992 tentang perbankan yang memuat ketentuan-ketentuan yang secara implicit memperbolehkan pengelolaan Bank berdasarkan prinsip bagi hasil (Profit and loss sharing), terutama melalui peraturan pemerintah No. 72 tahun 1992 tentang Bank berdasarkan prinsip bagi hasil. Kemudian dipertegas lagi oleh melalui Undang-Undang No. 10 tahun 1998 yang merupakan amandemen dari Undang-Undang Nomor 7 tahun 1992. Dalam Undang-Undang Nomor 10 tahun 1998 ini, secara tegas membedakan Bank berdasarkan pada pengelolannya terdiri dari Bank konvensional dan Bank Syariah, baik itu Bank umum maupun Bank perkreditan rakyat.

Menurut Undang-Undang Perbankan Syariah No. 21 tahun 2008 menyatakan bahwa Perbankan 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 berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank umum syariah (BUS), unit usaha syariah (UUS), dan Bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS).

Perbankan Syariah dalam melakukan kegiatan usahanya beraskan prinsip Syariah, demokrasi ekonomi dan prinsip kehati-hatian. Dan pasal 35 UUPS Kembali menegaskan bahwa perbankan Syariah dalam melakukan kegiatan usahanya wajib menerapkan prinsip kehati-hatian. Prinsip kehati-hatian adalah pedoman pengelolaan bank yang wajib dianut untuk mewujudkan perbankan yang sehat, kuat, dan efisien sesuai dengan

ketentuan peraturan perundang-undangan (Kalsum, 2018).

Kualitas pelayanan merupakan suatu usaha pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2004). Sebagai agama yang rahmatallil 'alamin, yaitu rahmat bagi seluruh alam, Islam mengatur segala urusan manusia, baik hal terkecil hingga hal terbesar, termasuk dalam hal muamalah, seperti transaksi antara bank syariah dan nasabah. Direksi, manajemen dan karyawan bank syariah harus melayani nasabah dengan baik supaya dapat membantu nasabah dalam memenuhi kebutuhannya. Hal ini pula dijelaskan dalam sebuah hadist: ۞

عن جابر قال : قال رسول هلا صلى هلا عليه وسلم : « المؤمن يألف ويؤلف ، وال خير فيمن ال « يألف ، وال يؤلف ، وخير الناس أنفعهم للناس

Artinya: "Dari Jabir, ia berkata,"Rasulullah Saw bersabda,'Orang beriman itu bersikap ramah dan tidak ada kebaikan bagi seorang yang tidak bersikap ramah. Dan sebaik-baik manusia adalah orang yang paling bermanfaat bagi manusia." (HR. Thabrani dan Daruquthni).

Bank Syariah memainkan peranan penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem industri halal. Keberadaan industry perbankan Syariah di Indonesia sendiri telah mengalami peningkatan dan pengembangan yang signifikan dalam kurun tiga decade ini. Inovasi produk, peningkatan layanan, serta pengembangan jaringan menunjukkan trend yang positif dari tahun ketahun. Bahkan, semangat untuk melakukan percepatan juga tercermin dari banyaknya Bank Syariah yang melakukan aksi korporasi. Tidak terkecuali dengan Bank Syariah yang dimiliki Bank BUMN, yaitu Bank

Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah.

Dalam Islam, perilaku seorang konsumen harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah SWT. Konsumen muslim seharusnya lebih memilih jalan yang dibatasi Allah dengan tidak memilih barang haram, tidak kikir, dan tidak tamak, supaya kehidupannya selamat baik di dunia maupun diakhirat. Seperti yang dijelaskan dalam surah An-nisa ayat 29:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا لَا تَأْكُلُوْا اَمْوَالَكُمْ  
بِئْتِمَارٍ بَيْنَكُمْ سَلْبًا بِذٰلِكَ  
تُحْيَوْنَ اَنْفُسَكُمْ ۗ اَلَا كَذٰلِكَ  
رَحِمْنَا لَعَلَّكُمْ تَتَّقُوْنَ

Terjemahan:” Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu”.

Aktivitas beragama bukan hanya terjadi Ketika seseorang melakukan perilaku ritual (beribadah), tetapi juga melakukan aktivitas lain yang didorong oleh kekuatan lain. Bukan hanya berkaitan Religiusitas adalah sikap atau kesadaran yang muncul yang didasarkan atas keyakinan atau kepercayaan seseorang terhadap suatu agama. Sikap keagamaan merupakan suatu keadaan yang ada pada diri seseorang yang mendorongnya untuk bertingkah laku sesuai dengan kadar ketaatannya terhadap agama (Jalaluddin, 2010) dengan kegiatan yang tampak dan dapat dilihat dengan mata, tetapi juga aktivitas yang tidak tampak dan terjadi pada diriseseorang.

Minat seseorang dalam menabung di Bank Syariah bisa muncul dari diri sendiri ataupun dari lingkungan sosial. Menurut Crow dalam Rouf (2011) ada tiga faktor utama pembentuk minat yaitu faktor dari dalam diri seseorang, faktor motif sosial, dan faktor emosional. Faktor dari dalam diri seseorang merupakan keinginan seseorang muncul

karena kebutuhan fisik yang harus dipenuhi, jikaseseorang menabung di Bank Syariah karena ia butuh dan menganggap hal itu pentingmaka ia akan mengerjakannya. Faktor motif sosial yaitu penyesuaian diri terhadap lingkungan agar dapat diterima dan diakui oleh ligkunganya. Jika lingkungan seseorang memiliki minat menabung di bank syariah baik, maka akan mempengaruhi diri seseorang untuk menabung di bank syariah. Sedangkan faktor emosional yaitu minat yang erat hubungannya dengan perasaan

atau emosi dimana keberhasilan dalam beraktifitas yang didorong oleh minat akan membawa rasa senang dan memperkuat minat yang sudah ada.

Minat merupakan hal yang penting bagi perbankan. Minat adalah kecenderungan yang menetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa aktivitas. minat merupakan suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa adanya yang menyeluruh, minat selalu diikuti dengan perasaan senang yang akhirnya memperoleh kepuasan (Sutikno, 2009).

Seseorang yang minat terhadap aktivitas akan memperhatikan aktivitas itu secara konsisten dengan rasa senang di dalam dunia perbankan sendiri. Minat masyarakat untuk menabung juga sangat penting (Djamarah, 2008).

Menabung merupakan bagian dari mempersiapkan perencanaan masa yang akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan. Secara teknis, cara menabung yaitu menyisihkan harta yang dimiliki saat ini untuk memenuhi kebutuhan masa depan. Menabung merupakan kegiatan yang positif, dengan menabung kita bisa menjadi pribadi yang hemat dan tentu juga kita dapat mengatur keuangan (Jamalul, 2015).

Pada 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Penggabungan ini akan menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing di tingkat global (Sodiman et al., 2022), (Alwahidin et al., 2023), (Kalsum, 2014; Rahmasuciana et al., 2016), (Maguni et al., 2020), (Rahmasuciana et al., 2016), (Halim et al., 2022), (Halim et al., 2022; Maguni et al., 2020), (Ulfa et al., 2022) (Zainal et al., 2022)

Penggabungan ketiga Bank Syariah tersebut merupakan ikhtiar untuk melahirkan Bank Syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajah perbankan Syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (Rahmatan Lil 'Aalamiin)(OJK, 2022).

Bank Syariah Indonesia (BSI) mampu membuktikan bahwa kinerja perbankan syariah bisa cemerlang di masa pandemi Covid-19. Hal ini menegaskan prospek dan potensi ekonomi syariah yang sangat besar dalam membangkitkan ekonomi dari tekanan krisis di dalam negeri. Direktur Utama PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) Hery Gunardi, mengatakan masyarakat melihat perbankan syariah sebagai alternatif layanan jasa keuangan karena lebih transparan, lebih berpihak kepada publik dan tidak memberatkan. Selain itu, perbankan syariah mempermudah masyarakat melakukan transaksi sosial seperti zakat, infaq dan

wakaf tanpa harus berinteraksi langsung. Hery yang juga menjabat sebagai Ketua Umum Asosiasi Bank Syariah Indonesia (Asbisindo) menjelaskan bahwa di tengah kondisi ekonomi yang menantang karena pandemi Covid-19, total aset perbankan syariah secara nasional tetap tumbuh. Pada Juli 2021, aset perbankan syariah di Tanah Air tumbuh sekitar 16,35%, pembiayaan tumbuh 6,82% dan Dana Pihak Ketiga (DPK) tumbuh 17,98%. "Ini tanda-tanda positif, artinya sebagaimana masyarakat sudah melirik perbankan syariah karena cukup kompetitif. Diharapkan dengan peran perbankan syariah dapat mengambil posisi dan kontribusi agar potensi besar ini memberikan manfaat lebih bagi masyarakat," ujarnya optimistis. Adapun untuk kinerja BSI, bank syariah terbesar di Tanah Air itu pun mampu membukukan catatan manis di saat kondisi ekonomi yang menantang. Pada semester I/2021, BSI mencatat perolehan laba bersih sebesar Rp1,48 triliun, atau naik sekitar 34,29% secara year on year (yoy). Kenaikan laba tersebut dipicu oleh pertumbuhan pembiayaan dan dana pihak ketiga (DPK) yang berkualitas. Dengan kinerja yang positif itu, BSI berhasil mencatatkan total aset sebesar Rp247,3 triliun hingga Juni 2021. Jumlah itu naik sekitar 15,16% secara yoy. Untuk pembiayaan, BSI menyalurkan Rp161,5 triliun atau tumbuh sekitar 11,73% secara yoy. Dengan angka tersebut, BSI berhasil menguasai pangsa pasar industri perbankan Syariah di Indonesia saat ini.

Untuk menjaga pertumbuhan ke depan, Hery menyebut BSI akan terus meningkatkan kapabilitas digital. Hal ini dapat dilihat dari volume transaksi kanal digital BSI yang tumbuh signifikan sepanjang triwulan kedua 2021. Hingga Juni 2021, nilai transaksi

kanal digital BSI sudah menembus Rp 95,13 triliun. Hal ini didorong oleh jumlah pengguna mobile banking yang menembus 2,5 juta (<https://www.bankbsi.co.id>).

Pada tanggal 27 Januari 2021, OJK menerbitkan izin untuk PT Bank Syariah Indonesia (BSI) sebagai entitas baru. Bank Syariah terbesar ini merupakan hasil merger daritiga bank syariah di Indonesia (BRI Syariah, Mandiri Syariah, dan BNI Syariah) dan diharapkan dapat berkontribusi dalam pengembangan ekonomi syariah, memenuhi kebutuhan nasabah sesuai prinsip syariah serta mewujudkan pemerataan ekonomi masyarakat. Khusus di wilayah Sulawesi Tenggara, BSI telah memiliki empat kantor cabang untuk memberi pelayanan pada nasabah. Kantor cabang BSI antara lain terletak di kawasan MT Hariyono (samping Lippo Plaza Kendari) dan Kawasan jalan Silondae (Kantor Eks BRI Syariah). Sementara untuk layanan skala kecil di sejumlah kabupaten, BSI memiliki 10 outlet baru yang tersebar di Kabupaten Kolaka, Kota Kendari, Muna dan Baubau. Kantor layanan diatas dapat melayani 7 transaksi dasar diantaranya, layanan pindah buku, pindah saldo dan transaksi perbankan lain yang bersifat umum (BSI Sultra, 2021).

Penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya, yaitu penelitian yang dilakukan oleh (Mardiana et al., 2021) dengan judul “Analisis Religiusitas Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Kota Pekanbaru”. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa faktor seperti religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat guru Pondok Modern al-Kautsar Pekanbaru untuk menabung di bank syariah. Sehingga semakin tinggi religiusitas maka semakin tinggi minat guru Pondok al-Kautsar Pekanbaru untuk

menabung di bank syariah. Penelitian ini menyarankan bagiperbankan syariah perlu mengupayakan adanya kerjasama antara institusi terkait dengan pihak Pondok Pesantren. Kemudian mengoptimalkan upaya sosialisasi yang intensif baik melalui personal ( Kiyai/guru), media masa elektronik dan media cetak lainnya.

Dalam penelitian lain yang dilakukan oleh (Sari, 2018) memaparkan bahwa tingkat religiusitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menabung di perbankan syariah ditunjukkan dengan besarnya nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari nilai alpha 5% atau 0,05 dengan nilai ttest menunjukkan angka 24,5%. Hal ini mengindikasikan semakin tinggi tingkat religiusitas nasabah maka semakin tinggi minat menabung di perbankan syariah. Selanjutnya dalam penelitian yang dilakukan oleh (Maghfiroh, 2018b) menunjukkan hasil bahwa religiusitas tidak memiliki pengaruh terhadap minat menabung di bank syariah sedangkan pendapatan dan lingkungan sosial berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya adalah penelitian ini dilakukan di Kota Kendari. Populasi dari penelitian ini merupakan nasabah aktif yang menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Kendari Abdullah Silondae 2. Alasan pengambilan sampel tersebut dikarenakan keterbatasan peneliti dalam melakukan penelitian baik itu waktu maupun biaya, sehingga hanya terbatas disekitar Kota Kendari. Pertimbangan lain yaitu, nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Kendari Abdullah Silondae 2 tentu memiliki kepercayaan terhadap Bank Syariah Indonesia (BSI) sehingga memungkinkan bagi mereka untuk

menabung di Bank tersebut, hasil dari penelitian ini di dapatkan bahwa kualitas pelayanan dan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Kendari Abdullah Silondae 2, selain itu seperti yang kita ketahui bahwa Bank Syariah Indonesia (BSI) baru saja melakukan merger dari berbagai bank syariah di Indonesia yang dimana menurut hitungan BSI, hasil integrasi ini akan membuat jumlah nasabah berkisar 14,5 juta hingga 15,5 juta rekening sedangkan untuk nasabah aktif BSI di Kota Kendari berjumlah sekitar 3.200 setelah melakukan merger. Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka judul penelitian ini yaitu :Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Kendari Abdullah Silondae 2.”

## 2. Landasan Teori

### Teori Kualitas Pelayanan

Definisi dari Nasution (2004) Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Maulana, 2016).

Menurut Lupiyoadi (2014) indikator yang mengukur variabel kualitas pelayanan sebagai berikut:

- a. Berwujud (*tangibles*)
- b. Reliabilitas (*reliability*)
- c. Ketanggapan (*responsiveness*)
- d. Jaminan (*assurance*)
- e. Empati (*empathy*)

### Teori Religiusitas

Jalaluddin dan Ramayulis dalam (Widiyawati, 2015) religiusitas atau keberagaman merupakan suatu keadaan yang ada dalam diri seseorang yang mendorong seseorang untuk bertingkah laku yang berkaitan dengan agama. Keberadaan terbentuk karena adanya

konstansi antara kepercayaan terhadap agama sebagai komponen kognitif persamaan terhadap agama sebagai komponen konatif. Didalam sikap keagamaan antara komponen konatif, efektif, dan konatif saling berintegrasi sesamanya secara kompleks.

Menurut Glock dan Stark dalam (Pontoh, 2015) indikator dari religiusitas yakni:

- a. keyakinan
- b. Praktik agama
- c. pengalaman
- d. pengetahuan Agama
- e. pengalaman dan konsekuensi

### Teori Minat

Minat menabung merupakan kecenderungan nasabah untuk memilih suatu produk atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pemilihan untuk tingkat kemungkinan nasabah melakukan penyimpanan (Priansa, 2017).

Menurut Ferdinand dalam Ferista W. (2014) dalam Skripsi (Husna, 2021) minat dapat diukur dengan 4 indikator, yaitu:

- a. Minat transaksional
- b. Minat refrensial
- c. Minat preferensial
- d. Minat eksploratif

## 3. Metodologi Penelitian

Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian Explanatory (Penelitian penjelasan). Penelitian Explanatory (penelitian penjelasan) merupakan cara-cara yang menyoroti hubungan antara variabel-variabel penelitian serta menguji hipotesa yang telah dirumuskan pada penelitian sebelumnya. Oleh karena itu, penelitian jenis ini biasa disebut juga dengan penelitian pengujian hipotesis (Hypothesis testing). Penelitian ini bertujuan untuk

mengetahui serta menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan dan religiusitas terhadap minat menabung di BSI Kantor Cabang Kendari Abdullah Silondae 2.

Populasi yang akan dijadikan obyek dalam penelitian ini adalah nasabah yang menabung di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Kendari Abdullah Silondae 2, jumlah populasi sebesar 3200 nasabah. Adapun teknik untuk menentukan jumlah sampel yaitu dengan menggunakan rumus Taro Yamane. Berdasarkan hasil dari perhitungan rumus, maka diketahui jumlah responden yang akan dijadikan sampel penelitian adalah sejumlah 96,9697 dan dibulatkan menjadi 97 orang kemudian dibulatkan kembali menjadi 100 responden.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua jenis sumber data sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diterima langsung oleh sipengguna dari objek yang diteliti. Data primer dari penelitian ini adalah hasil pengisian kuisisioner oleh nasabah yang menabung di BSI.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan dari sumber lain seperti majalah, koran, publikasi dan penerbitan resmi. Data sekunder dalam penelitian ini adalah data yang dikutip dari website dan juga data-data keputusan seperti buku-buku dan jurnal ilmiah.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

1. Kuesioner
2. Observasi
3. Dokumentasi

Skala yang digunakan dalam pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan skala likert yaitu skala yang didasarkan pada penjumlahan

sikap responden dalam merespon pertanyaan berkaitan indikator-indikator suatu konsep atau variabel yang sedang diukur.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Analisis Deskriptif

Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yakni analisis deskriptif dengan menggunakan smartPLS yang dimana dalam SmartPLS sendiri dapat meminimalisir terjadinya kesalahan dalam memasukan data.

2. Evaluasi Model

Adapun model strukturan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Outer Model (Model Pengukuran)
- b. Inner Model (Model Struktural)

#### 4. Hasil Dan Pembahasan

##### Pengujian Model Struktural (Inner model)

a. Koefisien Determinan (R-Square)

Dilakukanya koefisien determinan adalah untuk mengukur seberapa besar variasi variabel dependen dijelaskan oleh variabel independen. Semakin besar nilai koefisien determinan maka baik model yang di ajukan. Untuk melihat nilai R-square pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

	R Square
Minat Menabung Y	0,640

Berdasarkan tabel R-square diatas menunjukkan bahwa nilai R-square pada variabel dependen sebesar 0,640, yang artinya bahwa pengaruh variabel kualitas pelayanan (X1) dan religiusitas (X2) terhadap variabel minat menabung (Y) memberikan nilai sebesar 0,640 yang dapat diinterpretasikan bahwa variabel minat menabung dapat dijelaskan oleh variabel kualitas

pelayanan (X1) dan religiusitas (X2) sebesar 64,0% sedangkan sisanya 36,0% dijelaskan oleh variabel lain.

**b. Analisis Uji Hipotesis**

Uji Hipotesis dilakukan dengan membandingkan t hitung dan t tabel, perbandingan t hitung dan t tabel digunakan untuk melihat ada tidaknya hubungan antar variabel. Untuk menjawab hipotesis pada penelitian ini maka penelitian akan menganalisis uji hipotesis untuk melihat hasil dari T Statistic dan P Values. Hipotesis dapat diterima apabila P Value < 0,05. Untuk nilai t hitung dilihat pada tabel Path Coefficient yang berada pada bootstrapping SmartPLS.

Pada uji path coefficient ini akan menunjukkan seberapa kuat pengaruh dari variable independent terhadap variable dependen. Berdasarkan skema inner model yang telah ditampilkan pada gambar, dan juga pada table path coefficient dapat menjelaskan pengaruh terbesar sampai terkecil.

**Hasil Pengujian Pengaruh Langsung (Path Coefficient)**

Model	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Kualitas Pelayanan X1 -> Minat Menabung Y	0,245	0,254	0,099	2,467	0,014
Religiusitas X2 -> Minat Menabung Y	0,601	0,615	0,095	6,306	0,000

Sumber : Hasil Olah Data Primer, 2022

Dapat dijelaskan bahwa pengaruh terbesar ditunjukkan pada pengaruh variable religiusitas terhadap minat menabung dengan nilai sebesar 6,306. Pengaruh terkecil adalah pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat menabung dengan nilai 2,467.

Berdasarkan hasil uraian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa keseluruhan model dalam variable ini memiliki Path coefficient yang positif. Hal ini dapat diketahui karena semakin besar nilai path coefficient maka semakin kuat juga pengaruh atau hubungan variable independent dan variable dependen tersebut.

Untuk menentukan signifikan

atauti daknya dapat dilihat dengan P value dimana hasil analisisnya, sebagai berikut:

- Secara parsial nilai yang dihasilkan variable religiusitas terhadap minat menabung dengan t statistic 6,306 dan P value 0,000. Sehingga dapat disimpulkan bahwa t statistic > t table dimana t table adalah (db= n-2 untuk n=100 dengan taraf signifikan 5% adalah 1,985) maka t statistic > t table (6,306 > 1,985) atau p value 0,000 < 0,05 maka secara keseluruhan dapat diartikan bahwa variable religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat menabung.

- Secara parsial nilai yang dihasilkan variable kualitas pelayanan terhadap minat menabung dengan t statistic 2,467 dan p value 0,014. Sehingga dapat disimpulkan bahwa t statistic > t table dimana t table adalah (db = n-2 untuk n = 100 dengan taraf signifikan 5% adalah 1,985) maka t statistic > t table (2,467 > 1,985) atau p value 0,014 < 0,05 maka secara statistik artinya variable kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung.

Berdasarkan pernyataan diatas dilihat melalui pengaruh pada masing-masing indikator baik pada variable kualitas pelayanan dan religiusitas memperlihatkan adanya pengaruh yang signifikan dan berhubungan positif. Maka dapat disimpulkan variable kualitas pelayanan (X1) dan religiusitas (X2) berpengaruh signifikan terhadap minat menabung (Y) yang artinya semua hipotesis diterima.

**Analisis Indikator Variabel Kualitas Pelayanan**

Hasil penelitian deskripsi responden menunjukkan bahwa nilai mean (skor rata-rata) diperoleh total keseluruhan untuk variabel Kualitas pelayanan sebesar 4,117 berada pada arah positif atau sebagian besar



responden menilai baik jika dilihat dari fakta empiris yang sesungguhnya. Dari kelima indikator Kualitas pelayanan yang menjadi nilai tertinggi yaitu indikator assurance dengan skor 4,265 dari indikator yang lain dalam pengukuran variabel kualitas pelayanan yang mana rata-rata responden memberikan nilai 4 (setuju) pada setiap pernyataan yang ada pada indikator assurance. Kondisi ini menggambarkan bahwa responden menyatakan bahwa kualitas pelayanan pada BSI Kc Kendari Abdullah Silondae 2 sangat tinggi.

Penelitian yang mendukung dari pada indikator assurance seperti penelitian yang dilakukan oleh (Prayoga, 2022) Pengaruh risiko dan kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah pengguna BSI Mobile Banking (Studi Kasus Pada Mahasiswa IAIN Kendari) ditemukan hasil dari penelitian yang dilakukan oleh (Prayoga, 2022) ialah diketahui bahwa pada variable kualitas layanan ditemukan rata-rata sebesar 4.08. Atau Sebagian responden menilai baik. Dari 6 indikator yang disajikan pada analisis deskriptif ternyata untuk indicator tertinggi ada pada indicator kedua yakni Assurance dengan rata-rata sebesar 4.33. Dari hasil pernyataan tersebut dapat diartikan bahwa mahasiswa IAIN Kendari mempercayai adanya jaminan yang diberikan oleh pihak bank Ketika mereka melakukan transaksi pada BSI Mobile.

Ketanggapan/responsiveness menjadi indikator yang memiliki nilai rata-rata terendah yakni sebesar 4,01 dari indikator yang lain dalam pengukuran variabel kualitas pelayanan. Meskipun ketanggapan/ responsiveness merupakan indikator yang memiliki nilai rata-rata paling rendah tetapi hal tersebut dapat mewakili dari kualitas pelayanan terhadap minat menabung.

Selanjutnya hasil penelitian yang dilakukan oleh (Pereira et al., 2016) Pengaruh Service Quality Terhadap Satisfaction dan Customer Loyalti Koperasi Dadirah di Dili Timor-Leste ditemukan hasil bahwa secara keseluruhan dari skor nilai rata-rata, maka yang menjadi skor nilai rata-rata tertinggi yaitu berada pada indikator berwujud/tangibles dengan nilai sebesar 3,78 yang berarti bahwa responden sangat setuju bahwa penampilan karyawan, kantor koperasi, sarana, dan peralatan yang dimiliki koperasi Dadirah adalah baik. Nilai rata-rata persepsi kedua adalah assurance dengan skor nilai rata-rata sebesar 3,77, indikator reliability dengan skor nilai rata-rata sebesar 3,64, indikator responsiveness skor nilai rata-rata sebesar 3,63, dan indikator empathy dengan skor nilai rata-rata terkecil sebesar 3,60.

Menurut Kotler dan Keller (2009) dalam (Cahyani, 2016) mendefinisikan pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi yang dinamis yang berhubungan dengan 3 orientasi yaitu persepsi pelanggan, produk atau jasa dan proses. Pada pelayanan, kepuasan konsumen merupakan faktor penentu kualitas, maka setiap Bank harus dapat memberikan layanan yang diharapkan mampu memberikan kepuasan kepada konsumennya.

### **Analisis Indikator Variabel Religiusitas**

Hasil dari penelitian deskripsi responden menunjukkan bahwa nilai mean (skor rata-rata) diperoleh total keseluruhan untuk variabel Religiusitas sebesar 3,998 hal ini dapat dikatakan bahwa sebagian besar responden

menilai baik. Dari lima indikator yang dikemukakan oleh. Maka dari hasil analisis deskripsi diatas menunjukkan bahwa keyakinan memiliki nilai rata-rata tertinggi yaitu sebesar 4,185 dari indikator yang lain dalam pengukuran variabel religiusitas yang mana rata-rata responden memberikan nilai 4 (setuju) pada setiap pernyataan yang ada pada indikator keyakinan. Dari pernyataan tersebut dapat diartikan bahwa setelah dilihat dari hasil data diatas sebagian besar responden mengemukakan bahwa nasabah merasa yakin dalam menggunakan BSI karena sesuai dengan syariat islam.

Indikator keyakinan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Alfikri, 2021) yang melakukan penelitian tentang pengaruh Persepsi, Tingkat Religiusitas nasabah, dan Kualitas Pelayanan terhadap keputusan menabung pada Bank Syariah Inonesia TBK Cabang Radio Dalam. Menunjukkan hasil distribusi jawaban variabel tingkat religiusitas, nilai rata-rata tertinggi adalah sangat setuju terdapat pada indikator keyakinan sebesar 29%, kemudian setuju sebesar 24%, tidak berpendapat sebesar 23%, tidak setuju sebesar 18% dan sangat tidak setuju sebesar 6%. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai tertinggi berada pada jawaban sangat setuju dengan indikator keyakinan ini menunjukkan bahwa tingkat religiusitas nasabah sangat tinggi.

Menurut (Muhaimin, 2002) religiusitas adalah pengabdian terhadap agama, kesalehan. Keberagaman atau religiusitas lebih melihat aspek di dalam lubuk hati nurani pribadi, sikap personal yang misterius karena menafaskan intimitas jiwa, etika rasa yang mencakup totalitas (termasuk rasio dan rasa manusiawi) kedalam pribadi manusia (Rachmawati & Widana, 2019).

Religiusitas pada penelitian ini diukur menggunakan 5 (lima) indikator sebagai dasar pengukurannya yaitu sebagai berikut:

- Keyakinan

Menurut Ancok (2008), keyakinan berkenaan dengan seberapa tingkat keyakinan seseorang terhadap kebenaran ajaran agamanya, terutama terhadap ajaran-ajaran yang fundamental atau bersifat dogmatis. Dalam Islam, isi dari dimensi keyakinan adalah menyangkut keyakinan tentang adanya Allah, Malaikat, Rasul/Nabi, Kitab Allah, surga, neraka, qodho dan godar.

- Praktek agama berkenaan dengan seberapa tingkat kepatuhan seseorang dalam mengerjakan kegiatan-kegiatan ritual sebagaimana diperintahkan atau dianjurkan oleh agama yang dianutnya. Unsur yang ada dalam dimensi ini mencakup pemujaan, ketaatan serta hal-hal yang lebih menunjukkan komitmen seseorang dalam agama yang dianutnya. Wujud dari dimensi ini adalah perilaku masyarakat pengikut agama tertentu dalam menjalankan ritual-ritual yang berkaitan dengan agama. Dalam Islam, isi dimensi praktek agama meliputi kegiatan-kegiatan seperti pelaksanaan shalat, puasa, haji (bila berkemampuan), pembacaan Al-qur'an, pemanjatan doa, dan sebagainya.

- Pengalaman berkenaan dengan seberapa tingkat seseorang dalam merasakan dan mengalami perasaan dan pengalaman religius. Dalam Islam, isidimensi pengalaman meliputi perasaan dekat dengan Allah, dicintai Allah, doa-doa sering dikabulkan, perasaan tenteram dan Bahagia karena menuhankan Allah, dan diselamatkan dari musibah, menerima pendapatan yang tidak terpikirkan sebelumnya, seperti hibah, hadiah, dan warisan.

- Pengetahuan agama berkenaan

dengan seberapa tingkat pengetahuan dan pemahaman seseorang terhadap agamanya, terutama mengenai ajaran pokok sebagaimana termuat dalam kitab sucinya. Dalam Islam, isi dimensi pengetahuan agama meliputi pengetahuan tentang isi Al-qur'an, pokok-pokok ajaran yang harus diimani dan dilaksanakan, hukum Islam, dan pemahaman terhadap kaidah-kaidah keilmuan ekonomi Islam/perbankan syariah.

• Pengalaman dan konsekuensi berkenaan seberapa tingkat seseorang dalam berperilaku yang dimotifasi oleh ajaran agamanya. Perilaku yang dimaksud adalah perilaku duniawi, yakni bagaimana individu berhubungan dengan dunianya. Dalam Islam isi dimensi pengalaman/konsekuensi meliputi perilaku suka menolong, berderma, menegakkan kebenaran dan keadilan, berlaku jujur, menjaga amanat, menjaga lingkungan, tidak mencuri, tidak berjudi, tidak menipu, berjuang untuk kesuksesan hidup menurut ukuran Islam, dan mematuhi serta menjalankan norma-norma Islam dalam berbudaya, bermasyarakat, berpolitik, dan berekonomi (transaksibisnis/perbankan) secara non-riba (Iranati, 2017).

#### **Analisis Indikator Variabel Minat Menabung**

Hasil dari penelitian deskripsi responden menunjukkan bahwa nilai mean (skor rata-rata) diperoleh total keseluruhan untuk variabel minat menabung yaitu sebesar 4,04875 hal ini dapat dikatakan bahwa sebagian besar responden menilai baik. Dari empat indikator minat menabung yang dikemukakan oleh Ferdinand, (2006) yaitu (Y1.1) Minat Transaksional, (Y1.2) Minat Refrensial, (Y1.3) Minat Preferensial, dan (Y1.4) Minat Eksploratif. Maka dari hasil analisis deskripsi diatas menunjukkan bahwa

minat eksploratif memiliki nilai rata-rata tertinggi yaitu sebesar 4,115 dari indikator yang lain dalam pengukuran variabel minat menabung yang mana rata-rata responden memberikan nilai 4 (setuju) pada setiap pernyataan yang ada pada indikator minat eksploratif. Dari pernyataan tersebut dapat diartikan bahwa setelah dilihat dari hasil data diatas sebagian besar responden mengemukakan bahwa menabung dan bertransaksi di BSI sangatlah mudah.

Minat menabung pada penelitian ini diukur menggunakan 4 (empat) indikator sebagai dasar pengukurannya yaitu sebagai berikut:

Menurut Ferdinand (2006) dalam (Syahriyal, 2018a) indikator minat menabung antara lain:

• Minat Transaksional yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.

• Minat refrensial yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.

• Minat preferensial yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki prefrensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.

• Dan minat eksploratif yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

#### **Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap minat menabung**

Menurut Kotler dan Keller (2009) dalam (Cahyani, 2016) mendefinisikan pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun.

Kualitas pelayanan merupakan keseluruhan ciri dan karakteristik dari suatu produk/jasa dalam memenuhi kebutuhan dan selera pelanggan/nasabah (Rambat Lupiyoadi, 2001) dalam (Astuti & Mustikawati, 2013), pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat, tepat, dan dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya. Menurut Lupiyoadi kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antar kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima atau peroleh (Hasanah, 2019).

Hasil atau Output path coefficient menunjukkan bahwa nilai  $t$  statistik untuk variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) terhadap minat menabung ( $Y$ ) sebesar 2,467 yang dimana nilai ini  $>$   $t$  table (1,985), yang artinya kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung secara parsial.

Nilai koefisien pada variabel kualitas pelayanan pada output path coefficient sebesar 0,245 yang dapat disimpulkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat menabung berpengaruh positif. Hal ini menunjukkan bahwa dengan tingginya tingkat kualitas pelayanan maka semakin tinggi pula minat menabung di BSI. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis ( $H_1$ ) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung di BSI diterima.

Kualitas pelayanan dengan minat menabung nasabah sangat erat hubungannya, dengan tingginya kualitas pelayanan ini, akan menciptakan kepuasan nasabah dalam menggunakan tabungan BSI maka secara langsung dapat meningkatkan minat nasabah menabung di BSI.

Berdasarkan Hasil hipotesis penelitian, ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan para peneliti terdahulu yang memaparkan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi minat menabung nasabah yang dilakukan oleh (Astuti & Mustikawati, 2013), (Faqih, 2020), (Sumantri, 2014), dan (Ulwiya, 2021).

(Astuti & Mustikawati, 2013) melakukan penelitian tentang Pengaruh persepsi nasabah tentang tingkat suku bunga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah, adapun hasil pada penelitian ini ditemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat menabung nasabah, (Faqih, 2020), Melakukan penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan dan bagi hasil terhadap minat menabung nasabah pada tabungan marhamah Pt Bank Sumut Kcp Syariah karya, (Sumantri, 2014) melakukan penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan dan produk pembiayaan terhadap minat dan keputusan menjadi nasabah di Bank syariah, dan (Ulwiya, 2021) melakukan penelitian tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Persepsi Religiusitas Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia. Dari keempat peneliti tersebut mendapatkan hasil bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi minat menabung nasabah di BSI. Hasil dari penelitian terdahulu yang telah disebutkan diatas sesuai dengan hasil penelitian ini yaitu kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat menabung di BSI.

Hal ini menunjukkan bahwa manfaat pelayanan perbankan khususnya BSI yang efisien, efektif dan fleksibel dapat menarik minat nasabah menabung di BSI. Berdasarkan karakteristik responden, responden yang berprofesi sebagai pelajar/mahasiswa dan Pegawai Negeri Sipil merupakan

mayoritas menabung di BSI. Jadi dapat disimpulkan bahwa penelitian ini membuktikan bahwa hubungan antara kualitas pelayanan terhadap minat menabung di BSI berpengaruh signifikan.

### **Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Menabung**

Menurut Jalaluddin (2001) dalam (Triuspitorini, 2019) religiusitas merupakan suatu keadaan yang ada dalam diri seseorang yang mendorongnya untuk bertingkah laku sesuai dengan kadar ketaatannya terhadap agama. Beberapa ahli ekonomi syariah telah membuat kesimpulan menarik berkaitan dengan hubungan antara perilaku ekonomi (economic behavior) dan tingkat keyakinan/keimanan masyarakat (Omer, 19992). Menurutnya, perilaku ekonomi sangat ditentukan oleh tingkat keimanan seseorang atau masyarakat. Persepsi tersebut juga berpengaruh terhadap perilaku menabung (Mehboob ul Hassan, 2007) dalam (Muhlis, 2011). Kesimpulan tersebut menjelaskan tiga karakteristik perilaku ekonomi dengan menggunakan tingkat keimanan sebagai asumsi:

1. Ketika keimanan ada pada tingkat yang cukup baik, maka motif berekonomi (berkonsumsi menabung atau berproduksi) akan didominasi oleh motif mashlahah (public interest), kebutuhan (needs) dan kewajiban (obligation). Karakter ini disebut sebagai muslim taat.

2. Ketika keimanan ada pada tingkat yang kurang baik, maka motif berekonomi (berkonsumsi/menabung atau berproduksi) tidak hanya didominasi oleh tiga hal tersebut, tetapi juga akan dipengaruhi secara signifikan oleh ego, rasionalisme (materialisme) dan keinginan yang bersifat individualitas. Karakter ini disebut sebagai muslim yang kurang taat.

3. Ketika keimanan ada pada tingkat yang buruk, maka motif berekonomi (berkonsumsi/menabung atau berproduksi) akan didominasi oleh nilai-nilai individualitis (selfishness), ego, keinginan dan rasionalisme. Karakter ini dikategorikan sebagai muslim tidak taat.

Menurut Lestari (2015), Religiusitas merupakan bentuk aspek religi yang telah dihayati oleh individu didalam hati. Maka religiusitas digambarkan dalam berbagai aspek-aspek yang harus dipenuhi sebagai petunjuk mengenai bagaimanapun menjalankan hidup dengan benar agar manusia dapat mencapai kebahagiaan baik didunia maupun di akhirat. Keberagaman atau religiusitas seseorang diwujudkan dalam berbagai sisi kehidupannya. Bukan hanya berkaitan dengan kegiatan yang tampak dan dapat dilihat dengan mata, tetapi juga aktivitas yang tidak tampak dan terjadi pada diri seseorang. Berdasarkan sikap ini maka manusia dalam melakukan suatu aktivitas sesuai dengan ketentuan agama, sesuai dengan perintah tuhanya dengan tujuan mendapatkan keridhaannya (Syamsurizal, 2021).

Hasil atau Output Path coefficient menunjukkan bahwa nilai t statistic untuk variable religiusitas (X2) terhadap minat menabung (Y) sebesar 6,306 yang dimana nilai ini > t table (1,985), yang artinya religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat menabung secara parsial.

Nilai koefisien pada variabel religiusitas pada output path coefficient sebesar 0,601 yang dapat disimpulkan bahwa pengaruh religiusitas terhadap minat menabung berpengaruh positif. Hal ini menunjukkan bahwa dengan tingginya tingkat religiusitas maka semakin tinggi pula minat nasabah menabung di BSI. Sehingga dapat

disimpulkan bahwa hipotesis (H2) yang menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung di BSI diterima.

Berdasarkan Hasil hipotesis penelitian, ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hasanah, 2019) yang membahas mengenai Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang Pada Bank Syariah, dari hasil penelitiannya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara religiusitas dan minat menabung di Bank Syariah. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh (Lestari, 2015) yang juga membahas mengenai Pengaruh Religiusitas, Produk Bank, Kepercayaan, Pengetahuan, Dan Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Pada Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bawijaya Malang), hasil yang ditemukan pada penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh religiusitas terhadap preferensi menabung pada perbankan syariah.

Hal ini sejalan tinggi dan rendahnya kualitas religiusitas seseorang akan mempengaruhinya dalam memahami dan menerapkan nilai-nilai agama dalam kehidupan sehari-hari salah satunya minat dalam memilih perbankan syariah untuk menghindari riba.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung**

Hasil atau Output Path coefficient menunjukkan bahwa nilai t statistik untuk variabel kualitas pelayanan (X1) dan religiusitas (X2) terhadap variabel minat menabung (Y) sebesar 2,467 dan 6,306 yang dimana nilai ini  $>$  t table (1,98), yang artinya

kualitas pelayanan dan religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat menabung secara simultan. Hal ini menunjukkan bahwa dengan tingginya tingkat kualitas pelayanan dan religiusitas maka semakin tinggi pula minat nasabah menabung di BSI.

Berdasarkan hasil hipotesis penelitian, ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan (Purwaningsih, 2020) yang dimana penelitian ini membahas mengenai Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi empiris pada nasabah Bank Syariah di Gunungkidul), adapun hasil pada penelitian ini ditemukan bahwa kualitas pelayanan dan religiusitas berpengaruh terhadap minat menabung pada nasabah Bank Syariah di Gunungkidul.

### **5. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian di atas maka ditarik kesimpulan jika variabel kualitas pelayanan dan religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di BSI KC Kendari A Silondae 2 yang dimana nasabah yang di maksud adalah nasabah aktif BSI. Hal ini dapat di buktikan dalam kesimpulan di bawah ini:

1. Variabel Kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung di BSI KC Kendari A Silondae 2. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai t statistik yang nilainya adalah 2,467  $>$  1,98 lebih besar dari t table dan nilai koefisien yang didapat adalah 0,245. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan maka akan semakin tinggi minat nasabah dalam menabung di BSI.
2. Variabel Religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung di BSI KC Kendari A Silondae 2. Hal ini dapat dilihat dari nilai t statistik yang nilainya

adalah  $6,306 > 1,984$  lebih besar dari t table dan nilai koefisien yang didapat adalah 0,601. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi religiusitas seseorang maka akan semakin tinggi pula minat nasabah menabung di BSI.

3. Variabel kualitas pelayanan dan religiusitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat nasabah menabung di BSI. Hal tersebut dapat dilihat dari t statistik dari masing-masing variabel yang nilainya adalah 2,467 dan  $6,306 > 1,984$  lebih besar dari t table dan nilai koefisien yang didapat adalah 0,245 dan 0,60.

Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan dan religiusitas maka akan semakin baik pula minat nasabah dalam menabung di BSI.

## 6. Saran

Sesuai dengan hasil temuan pada penelitian ini, maka selanjutnya ada beberapa hal yang akan direkomendasikan pada penelitian:

Dari sisi perbankan, untuk tetap menjaga kesetiaan serta memberikan keperluan ataupun kebutuhan yang dibutuhkan oleh pihak nasabah salah satunya yakni untuk lebih meningkatkan keamanan dan juga jaminan agar nasabah merasa aman untuk terus menabung di BSI, tidak hanya keamanan tetapi juga dalam kenyamanan, nasabah akan terus menabung di BSI ketika mereka merasa aman dan nyaman.

Dan untuk nasabah yang masih tetap menabung di BSI dalam bertransaksi untuk hendaknya memberikan saran ataupun masukan kepada pihak BSI agar pihak BSI dapat lebih meningkatkan kualitas yang diberikan untuk nasabah agar nasabah merasa lebih aman dan nyaman dalam menabung di BSI.

Selanjutnya penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan informasi untuk pihak BSI sebagai salah satu perwakilan nasabah dan juga untuk penelitian selanjutnya diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat menjadi sumber informasi untuk meningkatkan ruang lingkup penelitian dengan variabel yang lebih beragam dan juga jumlah sampel yang lebih luas sehingga diperoleh informasi yang lebih akurat terkait BSI.

## Reference

- Alwahidin, Jufra, A. A., Mulu, B., & Sari, K. N. (2023). A NEW ECONOMIC PERSPECTIVE: UNDERSTANDING THE IMPACT OF DIGITAL FINANCIAL INCLUSION ON INDONESIAN HOUSEHOLDS CONSUMPTION. *Buletin Ekonomi Moneter Dan Perbankan*, 26(2).  
<https://doi.org/10.59091/1410-8046.2070>
- Halim, A., Atikah, D., Rezki, A., Nurul Fadillah, F., & Astuti, D. (2022). Student Reflections on Intercultural Communicative Competence: A Case Study of EFL Islamic Higher Education Students in Kendari. *KnE Social Sciences*.  
<https://doi.org/10.18502/kss.v7i8.10754>
- Kalsum, U. (2014). Fiat Money dalam Perspektif Ekonomi dan Hukum Islam. *Al-Adalah*, 12(2).
- Maguni, W., Mulu, B., Turmudi, H. Muh., Insawan, H., & Ni'mah, F. (2020). Analysis of Financial Ratio on Profitability Level (Return on Equity) in PT. Bank Muamalat Indonesia TBK. *Al-Ulum*, 20(1).  
<https://doi.org/10.30603/au.v20i1.696>
- Rahmasuciana, D. Y., Alwahidin, A., Utomo, A. S., & Rofi'i, M. (2016). Stock Returns and Liquidity Changes Around the Screening Announcement: An Empirical Study in Indonesia. *Global Review of Islamic Economics and Business*, 3(2).  
<https://doi.org/10.14421/grieb.2015.032-02>
- Sodiman, Dudung Abdurahman, & Ahmad Muttaqin. (2022). Islam in The Practice of Maritime Economy in Indonesia. *HIKMATUNA: Journal for Integrative Islamic Studies*, 8(1).  
<https://doi.org/10.28918/hikmatuna.v8i1.5641>
- Ulfa, U., Zainal, A., Mayasari, R., & Rezki, A. (2022). The Relationship Between Self-Concept, Interpersonal Communication and Self-Adjustment in Students. *KnE Social Sciences*.  
<https://doi.org/10.18502/kss.v7i8.10766>
- Zainal, A., Rezki, A., Binti Awad, F., & Ainul Rafiah, W. (2022). Cultural Misrepresentations

of the COVID-19 Response in Indonesia. *KnE Social Sciences*. <https://doi.org/10.18502/kss.v7i8.10738>