

ANALISIS FAKTOR- FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MASYARAKAT BEKASI DALAM MENABUNG DI BANK SYARIAH

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah religiusitas, pelayanan, fasilitas, Literasi Keuangan dan Bagi Hasil berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung pada Bank Syariah di Kota Bekasi serta mengetahui Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan sumber data yaitu data primer. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah yang ada di Kota Bekasi. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 103 orang dengan menggunakan *accidental sampling*. Metode pengumpulan data dengan kuesioner. Data yang diperoleh diolah dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini adalah: (1) variabel religiusitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung pada Bank Syariah di Kota Bekasi; (2) pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung pada Bank Syariah di Kota Bekasi; (3) fasilitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung pada Bank Syariah di Kota Bekasi; (4) literasi keuangan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung pada Bank Syariah di Kota Bekasi; (5) Bagi Hasil memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung pada Bank Syariah di Kota Bekasi

Kata kunci : religiusitas, pelayanan, fasilitas, literasi keuangan, bagi hasil, keputusan menabung.

ABSTRACT

This research aims to find out whether religiosity, service, facility, financial Literacy and profit sharing influencing customers' decision to save money in Syariah Bank in Bekasi City and also to find out the most dominant of them This study was field research with primary data sources. The population of this research was the costumers who save money in Syariah Bank in Bekasi City. The number of the samples of this research was 103 people by using accidental sampling. The data were collected in the form of questionnaire. The data collected analyzed by using multiple linear regression analysis. The results of the research were: (1) the religiosity can influence the customers' decision; (2) the service can influence the customers' decision; (3) the facility can influence the customers' decision; (4) financial Literacy can influence the customers' decision and (5) profit sharing can influence the customers to save in Syariah Bank in Bekasi City.

Keywords: *religiosity, service, facility, financial literacy, profit sharing saving decision.*

LATAR BELAKANG

Bank merupakan suatu lembaga yang mendapatka izin untuk mengerahkan dana masyarakat berupa pinjaman sehingga sebagai perantara nasabah penyimpan dana dan pemakai dana akhir, sedangkan Bank Syariah merupakan lembaga intermediasi keuangan yang kegiatan operasional bebas dari unsur-unsur yang dilarang oleh agama Islam ,yaitu *maysir, garar, riba, risywah, batil*. Dengan demikian, yang berbeda dari bank konvensional yang kegiatan operasional menggunakan bunga yang oleh sebagian besar ulama di katakan sama dengan riba (Hastuti 2013).

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُضَاعَفَةً ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan (Surat Ali 'Imran Ayat 130.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menilai industri keuangan Syariah semakin berkembang di Indonesia. Industri keuangan Syariah juga berpeluang mendorong pertumbuhan ekonomi. Presiden Joko Widodo juga menyampaikan bahwa Indonesia berpotensi menjadi perkembangan keuangan Syariah global mengingat jumlah pelaku dan aktifitas keuangan Syariah yang sudah cukup besar. Pesatnya perkembangan keuangan syariah saat ini yang sudah mencapai sekitar 18 juta rekening. industri perbankan Syariah berdasarkan data OJK per juni 2017 terdiri dari 13 Bank umum Syariah , 21 unit Syariah yang di miliki bank umum konvensional, dan 167 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) pertumbuhan perbankan Syariah di Indonesia dalam lima tahun terakhir mengalami peningkatan. Pada periode tahun 2013 Bank Syariah mempunyai 11 Bank Umum Syariah. Pada periode tahun 2014 hingga tahun 2016 Bank Syariah mempunyai 12 Bank Umum Syariah dan naik pada periode 2017 menjadi 13 Bank Umum Syariah, (OJK).

Tabel 1.
Bank Syariah di Indonesia

Indikator	Tahun				
	2013	2014	2015	2016	2017
Bank Umum Syariah					
- Jumlah Bank	11	12	12	12	13
- Jumlah Kantor	1998	2151	1990	1869	1825
Unit Usaha Syariah					
- Jumlah Bank Umum Konvensional yang memiliki UUS	23	22	22	21	21
- Jumlah Kantor	590	320	311	332	344
Bank Pembiayaan Rakyat Syariah					
- Jumlah Bank	163	163	163	166	167
- Jumlah Kantor	402	439	446	453	441

Sumber : OJK Statistik Perbankan Syariah 2017.

Di Indonesia sendiri terdapat beberapa perbankan Syariah besar, salah satunya yaitu, Bank Syariah Mandiri yang dapat ditunjukkan dengan total dana pihak ketiga yang dimiliki Bank Syariah tersebut merupakan yang terbesar dibandingkan perbankan Syariah lainnya. Selain dana pihak ketiga, total aset Bank Syariah Mandiri menjadi pemilik total aset terbesar diantara Bank Syariah di Indonesia. Hal tersebut yang menjadikan Bank Syariah Mandiri menjadi *market leader* di Indonesia, (OJK).

Tabel 2.
DPK (miliaran)

Nama Bank	Tahun				
	2013	2014	2015	2016	2017
Bank Syariah Mandiri	56.461	59.821	62.113	69.950	77.903
BNI Syariah	11.422	16.246	19.322	24.233	29.379
BRI Syariah	13.794	16.964	19.648	22.991	26.373

Sumber: Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah dan BRI Syariah

Pada data di atas Bank Syariah Mandiri mengalami peningkatan Dana Pihak Ketiga (DPK) miliaran dari tahun 2013 yaitu sebesar 56.461 sampai 2014 yaitu sebesar 59.821 terus meningkat pada tahun 2015 yaitu sebesar 62.113 ke tahun 2016 yaitu sebesar 69.950 pada tahun 2017 yaitu sebesar 77.930, Tetapi berbeda pada Bank BNI Syariah terus meningkat dari tahun 2013 yaitu sebesar 11.422 ke tahun 2014 yaitu sebesar 16.246, di tahun 2015 mengalami peningkatan yaitu sebesar 19.322 pada tahun 2016 yaitu sebesar 24.233 terus meningkat ke tahun 2017 yaitu sebesar 29.379.

Pada bank BRI Syariah juga terus meningkat dalam 5 tahun terakhir yaitu pada tahun 2013 yaitu sebesar 13.794 tahun 2014 yaitu sebesar 16.964 pada tahun 2015 yaitu 16.968, pada tahun 2016 yaitu sebesar 22.991 dan pada tahun 2017 yaitu sebesar 26.373.

Tabel 3.
Total Aset (Dalam Miliaran)

Nama Bank	Tahun				
	2013	2014	2015	2016	2017
Bank Syariah Mandiri	63.965	66.956	70.370	78.832	87.940
BNI Syariah	14.708	19.492	23.017	28.314	34.828
BRI Syariah	17.400	20.341	24.230	27.687	31.543

Sumber: bank syariah mandiri, BNI syariah dan BRI syariah diolah

Berdasarkan data di atas, Bank Syariah Mandiri menjadi salah satu perbankan Syariah yang menjadi *market leader*. Hal ini dikarenakan Bank Syariah Mandiri awalnya merupakan unit usaha dari Bank Mandiri di mana Bank Mandiri merupakan salah satu bank konvensional terbesar di Indonesia. Hal ini yang membuat masyarakat lebih mengenal Bank Syariah Mandiri.

Semakin berkembangnya Bank Syariah di Indonesia membuat persaingan antar bank menjadi lebih kompetitif. Persaingan yang terjadi tidak hanya antara Bank Syariah dengan Bank konvensional saja tetapi antar Bank Syariah sendiri juga mempunyai persaingan yang cukup kompetitif. Di saat persaingan semakin ketat inilah, pihak perbankan akan berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah sehingga menyebabkan nasabah memiliki banyak pilihan dalam menggunakan jasa perbankan. Pengambilan keputusan seorang nasabah menggunakan jasa perbankan dipengaruhi oleh

perilaku seorang konsumen. Perilaku konsumen adalah proses dan aktivitas ketika seseorang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Perilaku konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain: faktor kebudayaan, kelas sosial, keluarga, status, kelompok/komunitas, usia, pekerjaan, gaya hidup dan lain- lain.

Selain faktor-faktor tersebut, religiusitas juga merupakan faktor pembentuk perilaku konsumen. Dalam Islam, perilaku seorang konsumen harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah SWT, konsumen muslim lebih memilih jalan yang dibatasi Allah dengan tidak memilih barang haram, tidak kikir, dan tidak tamak supaya kehidupannya selamat baik di dunia maupun di akhirat Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Utami dkk. (2015) menyatakan bahwa variabel religiusitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah di kota Banjarmasin

Seorang calon nasabah yang akan menabung tentu akan memilih bank dimana dirinya akan mendapatkan keuntungan dan kemudahan. Untuk itu salah satu cara yang dapat dilakukan oleh Bank Syariah adalah dengan membenahi pelayanannya demi menarik perhatian nasabah. Bentuk pelayanan berupa kecepatan, tepat, sopan dan ramah akan membuat nasabah nyaman serta membentuk kepercayaan terhadap bank tersebut bahkan dapat merekomendasikan kepada calon-calon nasabah lainnya. Hal serupa juga ditemui pada penelitian yang dilakukan oleh Maski (2010) yang menyatakan bahwa variabel pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah studi kasus pada bank syariah di Malang.

Kemudahan yang menjadi salah satu alasan seorang nasabah memilih suatu bank dapat dilihat dari fasilitas yang dimiliki seperti lokasi yang strategis, teknologi dan gedung yang memadai, keberadaan Anjuran Tunai Mandiri (ATM). yang mudah dijumpai. Beberapa hal tersebut dianggap akan memudahkan nasabah dalam menjalankan proses transaksi. Hal serupa juga terjadi dalam penelitian yang dilakukan oleh Maski (2010) menyatakan bahwa variabel fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung pada Bank Syariah di Malang.

Financial bagi masyarakat bukan berarti sekedar bisa menabung. Ini merupakan proses untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan dalam diri untuk mengelola keuangan lebih baik. Masyarakat harus bisa bertanggung jawab atas keputusan yang telah mereka buat. Permasalahan-permasalahan keuangan yang sering timbul pada masyarakat adalah mereka belum memiliki pendapatan yang besar, Selain itu, sikap boros dari masyarakat merupakan permasalahan yang sering dihadapi. Dilihat dari masih rendahnya literasi keuangan di Indonesia, hal ini yang menjadi salah satu tantangan tersendiri bagi Bank Syariah untuk dapat menarik minat menabung nasabah karena pengetahuan tentang keuangan merupakan dasar untuk melakukan suatu keputusan keuangan. Meningkatnya jumlah Bank Syariah di Indonesia dan aktivitas perbankan dengan tingkat literasi keuangan yang masih rendah maka perlu adanya peningkatan pengetahuan bagi nasabah. Penelitian yang di lakukan Huriyatul Akmal dan Yogi Eka Saputra (2016) mengadakan penelitian literasi keuangan dengan judul "Analisis Tingkat Literasi Keuangan perbankan". Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Hasil dari pengolahan data penelitian mengenai tingkat literasi keuangan Analisis Tingkat Literasi mahasiswa FEBI IAIN Imam Bonjol Padang berpengaruh positif dan signifikan.

Prinsip bagi hasil menjadi dasar transaksi pembiayaan untuk usaha kerjasama untuk mendapatkan barang dan jasa sekaligus Prinsip bagi hasil terdiri dari Al-musyarakah dan Al-mudharabah. Berdasarkan Penelitian yang di lakukan Hastuti (2013) yang berjudul “Kualitas Pelayanan dan Pola Bagi Hasil Terhadap Kepuasan Nasabah Menyimpan Pada Bank Syariah”. Dengan menggunakan metode survey dan kuesioner serta analisis regresi didapat hasil bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan atas kualitas layanan dan pola bagi hasil terhadap kepuasan nasabah

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “**Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Masyarakat Bekasi Dalam Menabung Di Bank Syariah.**”

TINJUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Bank Syari’ah

a. Pengertian Bank Syariah

Kata Bank berasal dari kata *Banque* dalam bahasa Prancis, dan dari kata *Banco* dalam bahasa Italia, yang menyiratkan fungsi sebagai tempat penyimpanan benda-benda berharga. Istilah perbankan di dalam Al-Qur’an tidak disebutkan secara eksplisit tetapi yang dimaksud adalah sesuatu yang memiliki unsur-unsur seperti struktur, manajemen, fungsi, hak dan kewajiban maka semua itu disebutkan dengan jelas, seperti zakat, sadaqah, *ghanimah* (rampasan perang), *bai’* (jual beli), *dayn* (utang dagang, *maal* (harta dan sebagainya, yang memiliki fungsi yang dilaksanakan oleh pihak tertentu dalam kegiatan ekonomi (Sudarsono, 2008).

Berdasarkan pendapat di atas maka Bank Syariah adalah Bank yang aktivitasnya dan pengelolaannya menanggalkan sistem bunga yang merupakan suatu riba. Bank Syariah bisa juga disebut sebagai Bank Islam atau Bank muamalah adalah lembaga keuangan atau perbankan dimana kegiatan utamanya memberikan kredit dan jasa-jasa perbankan pada umumnya serta peredaran uang yang pengoperasiannya sesuai dengan prinsip-prinsip Syariah Islam yang berlandaskan Al-Qur’an dan Hadist. Jadi dengan adanya Bank Syari’ah maka akan tercipta suatu sistem bermuamalat secara Islam yang mengacu kepada ketentuan Al-Qur’an dan Hadist. Sistem ini dimaksudkan untuk mencapai suatu mamfaat yang tidak hanya mamfaat duniawi tapi juga mamfaat akhirat (Sudarsono, 2008).

b. Fungsi dan Peran Bank Syari’ah

Selayaknya suatu usaha yang dibangun atas dasar kemaslahatan umat baik di dunia dan akhirat, maka Bank Syari’ah hendaknya melakukan fungsi dan perannya sesuai dengan ajaran Islam dimana ajaran ini berlandaskan Al-Qur’an dan Hadist. Adapun Fungsi dan peran Bank Syari’ah yang sesuai dengan pembukaan standar akuntansi yang dikeluarkan oleh AAOIFI (*Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institution*) dalam Sudarsono (2008), sebagai berikut ini:

- 1) Bank Syari’ah berperan sebagai manajer investasi, yaitu dapat mengelola investasi dana nasabah.
- 2) Bank Syari’ah berperan sebagai investor yang dapat menginvestasikan

dananya sendiri maupun dana nasabah yang dipercayakan kepadanya.

- 3) Bank Syari'ah dapat melakukan kegiatan-kegiatan jasa-jasa layanan perbankan sebagaimana lazimnya.
- 4) Pelaksanaan kegiatan sosial, sebagai ciri yang melekat pada entitas keuangan Syari'ah, Bank Islam juga memiliki kewajiban untuk mengeluarkan dan mengelolah (menghimpun, mengadministrasikan, mendistribusikan) zakat serta dana-dana sosial lainnya.

c. Tujuan Bank Syari'ah

Dibandingkan dengan Bank konvensional, Bank Syariah memiliki tujuan lebih luas daripada Bank konvensional, namun tetap mencari keuntungan dimana keuntungan tersebut didapatkan dengan cara-cara yang Syari'ah dan berasal dari sektor riil sehingga tidak adanya unsur riba. Adapun tujuan Bank Syari'ah sebagai berikut: Menyediakan lembaga keuangan perbankan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat.

- 1) Memotivasi masyarakat untuk ikut serta dalam pembangunan.
- 2) Merubah cara berpikir masyarakat agar lebih baik dan lebih ekonomis agar masyarakat tersebut lebih baik dalam hidupnya.
- 3) Melalui produk perbankan Syari'ah yang ada, akan menyadarkan masyarakat mengenai pentingnya berbagi dan bagi hasil. Artinya masyarakat tidak lagi melakukan riba.

d. Ciri- ciri bank syariah

Sumitro dalam Sudarsono (2008) mengatakan bahwa Bank Syari'ah mempunyai ciri-ciri berbeda dengan Bank konvensional, adapun ciri-ciri Bank Syari'ah adalah:

- 1) Beban biaya yang disepakati bersama pada waktu akad perjanjian diwujudkan dalam bentuk jumlah nominal, yang besarnya tidak kaku dan dapat dilakukan dengan kebebasan untuk tawar-menawar dalam batas wajar. Beban biaya tersebut hanya dikenakan sampai batas waktu sesuai dengan kesepakatan dalam kontrak.
- 2) Penggunaan presentase dalam hal kewajiban untuk melakukan pembayaran selalu dihindari, karena bersifat melekat pada sisa utang meskipun batas waktu perjanjian telah berakhir.
- 3) Didalam kontrak-kontrak pembiayaan proyek, Bank Syari'ah tidak menerapkan perhitungan berdasarkan keuntungan yang pasti yang ditetapkan dimuka, karena pada hakikatnya yang mengetahui tentang ruginya suatu proyek yang dibiayai Bank hanyalah Allah semata.
- 4) Pengetahuan dana masyarakat dalam bentuk deposito tabungan oleh penyimpan dianggap sebagai titipan (*al-wadiah*) sedangkan bagi Bank dianggap sebagai titipan yang diamanatkan sebagai penyertaan dana pada proyek-proyek yang dibiayai Bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip Syari'ah sehingga pada penyimpanannya tidak dijanjikan imbalan yang pasti.
- 5) Dewan pengawas Syari'ah (DPS) bertugas mengawasi operasionalisasi Bank dari sudut Syari'ahnya. Selain itu manajer dan pimpinan Bank Islam harus menguasai dasar-dasar *muamalah* Islam.
- 6) Fungsi kelembagaan Bank Syari'ah selain menjembatani antara pihak

pemilik modal dengan pihak yang membutuhkan dana, juga mempunyai fungsi khusus yaitu fungsi amanah, artinya fungsi berkewajiban menjaga unsur ketidakpastian (*gharar*) dalam transaksi.

e. Pengertian Produk Syari'ah

Produk merupakan salah satu aspek dalam *Marketing Mix* yang dianggap sangat penting dan berpengaruh. Baik buruknya produk pada umumnya akan menentukan kemajuan suatu perusahaan. Walaupun pada perusahaan jasa produk bukanlah hal yang sangat menentukan karena masih ada variabel pelayan yang baik yang berpengaruh. Produk suatu perusahaan haruslah memiliki suatu keunggulan ataupun kelebihan dari produk yang dihasilkan oleh perusahaan lain, dalam hal ini perusahaan

Menurut Mc.Carty dalam Simamora (2003) bahwa produk adalah suatu tawaran dari sebuah perusahaan yang memuaskan atau yang memenuhi kebutuhan. Berdasarkan pengertian diatas maka produk masih bersifat umum dimana produk tidak hanya berarti barang yang berbentuk konkret namun juga produk merupakan suatu jasa yang sifatnya abstrak. Perbedaan antara produk dalam hal ini barang dengan produk jasa tidak hanya pada sifat, tetapi juga pada kualitas dimana barang dapat distandarisasi sementara jasa kualitasnya berbaeda seiring dengan berjalannya waktu. Kemudian barang dapat disimpan tetapi jasa tidak dapat disimpan. Lebih jauh membahas mengenai produk Syari'ah sebenarnya tidak ada perbedaan dengan produk pada umumnya karena produk Syari'ah pada dasarnya sama, yang membedakan adalah pada masalah produk tersebut dan produk Syari'ah sesuai dengan sistem Islam yang berlandaskan pada ajaran-ajaran Syari'ah. Dengan kata lain, produk Syari'ah sifatnya berguna bagi konsumen maupun nasabah (Soedarsono, 2008).

f. Jenis-jenis produk Syari'ah

Sudarsono (2008) mengatakan bahwa dalam memenuhi kebutuhan modal dan pembiayaan, Bank Syari'ah memiliki ketentuan-ketentuan yang berbeda dengan Bank konvensional.

2. Definisi Pengambilan Keputusan

Terdapat beberapa pengertian pengambilan keputusan menurut para ahli, antara lain :

- a. Winardi (2001) menjelaskan bahwa pengambilan keputusan adalah proses memilih prosedur tertentu dari berbagai kemungkinan alternatif. Dalam hidup setiap orang memiliki problem dan dicarikan jalan keluarnya berbagai alternatif pemecahan pun muncul dan melahirkan keputusan. Keputusan seseorang dipengaruhi oleh tingkat pendidikan, usia, penghasilan, dll.
- b. Maridjo (2001) menjelaskan bahwa mengambil keputusan adalah memilih salah satu alternatif pemecahan masalah untuk dilaksanakan, perlu dipertimbangkan masak-masak terlebih dahulu, karena setiap keputusan yang di ambil selalu membawa resiko. Sebaiknya semua alternatif yang dipilih dibahas terlebih dahulu dengan staff, rekan kerja, atau konsultan, sehingga dapat memilih alternatif yang tepat, Alternatif yang paling tepat adalah alternatif yang membawa kerugian paling sedikit.

- c. Menurut George R. Terry
Pengambilan keputusan adalah pemilihan alternatif perilaku (kelakuan) tertentu dari dua atau lebih alternatif yang ada.
- d. Menurut S.P. Siagian
Pengambilan keputusan adalah suatu pendekatan yang sistematis terhadap hakikat alternatif yang dihadapi dan mengambil tindakan yang menurut perhitungan merupakan tindakan yang paling tepat.
- e. Menurut James A.F. Stoner
Pengambilan keputusan adalah proses yang digunakan untuk memilih suatu tindakan sebagai cara pemecahan masalah.
Dari pengertian-pengertian pengambilan keputusan di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa pengambilan keputusan merupakan suatu proses pemilihan alternatif terbaik dari beberapa alternatif secara sistematis untuk ditindaklanjuti (digunakan) sebagai suatu cara pemecahan suatu masalah.

3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah

a. Religiusitas

1) Pengertian *Religiusitas*

Menurut Harun Nasution yang dikutip Jalaluddin (2010) pengertian agama berasal dari kata, yaitu: *al-Din*, *religi* (*relegere*, *religare*) dan agama. *Al-Din* (semit) berarti undang-undang atau hukum. Kemudian dalam bahasa arab, kata ini mengandung arti menguasai, menundukkan, patuh, utang, balasan, kebiasaan. Sedangkan dari kata *religi* (latin) atau *relegere* berarti mengumpulkan dan membaca. Kemudian *religare* berarti mengikat. Adapun kata agama terdiri dari a = tidak; gam = pergi mengandung arti tidak pergi, tetap ditempat atau diwarisi turun-temurun.

2) Pandangan Ahli Tentang Religiusitas

Menurut Nurcholis Majid, agama bukanlah sekedar tindakan-tindakan ritual seperti shalat dan membaca do'a. Agama lebih dari itu, yaitu keseluruhan tingkah laku manusia yang terpuji, yang dilakukan demi memperoleh ridha atau perkenan Allah (Sahlan, 2011).

b. Pelayanan

Pelayanan dapat diartikan sebagai perbuatan atau tindakan seseorang maupun organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah. *Customer Service* berasal dari dua kata yaitu *Customer* yang berarti pelanggan dan *Service* yang berarti pelayanan. Sedangkan Pelayanan Nasabah atau *Customer Service* menurut Buku Operasional Bank Rakyat Indonesia adalah suatu kelompok kerja pelayanan yang merupakan kumpulan dari pegawai yang memiliki profesional dibidang pelayanan dan ditujukan untuk meningkatkan kepuasan kepada nasabah, dengan cara memenuhi kebutuhan maupun harapannya (Kasmir, 2002).

c. Fasilitas

Bisnis jasa adalah suatu bisnis yang sensitif terhadap kemajuan informasi dan teknologi karena dalam operasi bisnis jasa data-data mengenai konsumen, transaksi dan karyawan-karyawan adalah alat yang esensial yang dapat membedakan jasa tersebut dengan jasa pesaing, juga dapat meningkatkan kualitas jasa dan pelayanan jasa itu sendiri. Selain itu, aspek fisik juga turut membuat service menjadi menarik dalam melakukan

transaksinya, dengan kata lain kondisi fisik dimana jasa dipasarkan yaitu lokasi, gedung (interior dan eksterior), dan teknologi

d. Literasi Keuangan

Pemahaman tentang literasi keuangan menjadi hal yang vital yang harus dimiliki setiap individu untuk menuju kehidupan yang sejahtera secara ekonomi di masa yang akan datang. Karena dengan pengalokasian pendapatan dan keuangan yang baik dan tepat menjadi salah satu syarat seseorang untuk menunjang kesejahteraan hidup yang lebih baik. Seberapapun besar pendapatan atau penghasilan seseorang, jika tidak adanya pemahaman pengelolaan keuangan dengan baik dan tepat, maka hal tersebut malah akan menjadi ganjalan untuk kehidupan di masa depan.

e. Bagi Hasil

Menurut Undang Undang No.21 tahun 2008 Bank syariah merupakan bank yang tidak mengenal bunga melainkan bagi hasil. Bagi hasil dalam system perbankan syariah merupakan prinsip kegiatan usaha yang didasarkan atas perjanjian antara pihak pemilik dana (*shahibul maal*) dengan pihak yang menggunakan dana (*mudharib*) mengenai pembagian keuntungan atau kerugian dengan besar pembagian tertentu dari sejumlah dana

HIPOTESIS

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- H₁ = di duga terdapat pengaruh positif dan signifikan religiousitas terhadap keputusan Masyarakat menabung pada Bank Syariah di Bekasi
- H₂ = di duga terdapat pengaruh positif dan signifikan pelayanan terhadap keputusan Masyarakat menabung pada Bank Syariah di kota Bekasi.
- H₃ = di duga terdapat pengaruh positif dan signifikan fasilitas terhadap keputusan Masyarakat menabung pada Bank Syariah di kota Bekasi.
- H₄ = di duga terdapat pengaruh positif dan signifikan Literasi Keuangan terhadap keputusan Masyarakat menabung pada Bank Syariah di kota Bekasi.
- H₅ = di duga terdapat pengaruh positif dan signifikan bagi hasil terhadap keputusan masyarakat menabung pada Bank Syariah di kota Bekasi

METODE PENELITIAN

Objek dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Bekasi yang dapat terdiri dari masyarakat umum. Sedangkan subjek dalam penelitian adalah nasabah Bank Syariah yang ada di kota Bekasi. Penelitian ini mengambil responden masyarakat yang menabung pada Bank Syariah kota Bekasi.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer sendiri merupakan data atau informasi yang didapat langsung dari sumbernya. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil dari pengisian kuesioner responden yang merupakan masyarakat yang menabung di Bank Syariah kota Bekasi.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan penelitian ini adalah *non-probability sampling*, dengan jenis *accidental sampling*. *Accidental sampling* yaitu metode dalam memilih sampel, dimana peneliti tidak mempunyai pertimbangan lain kecuali berdasarkan kemudahan saja. Teknik ini dilakukan dengan mengambil responden yang kebetulan ada atau tersedia, yaitu siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2005).

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Menurut Arikunto (2010) kuesioner disini dapat berarti beberapa pertanyaan tertulis yang digunakan untuk mendapat informasi dari responden, atau hal-hal yang ia ketahui. Kuesioner disini akan menggunakan skala *Likert*. Menurut Simamora (2002) skala Likert adalah sebuah teknik pengukuran sikap seorang responden yang paling luas digunakan dalam riset pemasaran. Dalam prosedur menggunakan skala *Likert* sejumlah pertanyaan telah disusun dengan pilihan jawaban responden antara sangat setuju hingga sangat tidak setuju.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Uji Kualitas Instrumen dan Data

1. Uji Validitas

Untuk menguji validitas masing-masing item pernyataan dari variabel penelitian. Menurut Ghazali (2006), Uji Validitas digunakan untuk mengetahui valid tidaknya suatu kuesioner atau angket, suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian dilakukan secara statistik yaitu menggunakan dukungan komputer.

Pengujian validitas menggunakan bantuan SPSS. Variabel dikorelasikan dengan total nilai masing-masing butir pernyataan dengan menggunakan teknik *product moment*. Kemudian nilai korelasi (r_{hitung}) yang telah diperoleh dibandingkan dengan nilai korelasi pada tabel (r_{tabel}). Jika nilai lebih besar dari maka artinya ada nilai korelasi yang menunjukkan bahwa alat ukur tersebut valid, begitu juga sebaliknya.

Dari hasil analisis dapat dilihat nilai korelasi antara skor pernyataan dengan skor total. Nilai ini kemudian dibandingkan dengan nilai r_{tabel} . Nilai r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$. Dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan K adalah konstruk. Padahal semacam ini, besarnya df dapat dihitung $103-2 = 101$ dengan *alpha* 0,05% (α 5%), maka akan didapatkan nilai r_{tabel} sebesar 0,192 dengan jumlah total keseluruhan sampel sebanyak 103 responden dengan menggunakan uji 2 sisi (Priyanto, 2008). Untuk mempermudah perhitungan dari validitas koefisien yang akan digunakan, maka jumlah nilai dari hasil angket akan dikelompokkan menurut masing-masing variabelnya.

2. Uji Reabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengukur sejauh mana hasil suatu pengukuran yang telah dilakukan dapat dipercaya. Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila memiliki *Cronbach Alpha* yang lebih besar dari 0,60 (Imam Ghazali, 2005). Uji reliabilitas terhadap masing-masing pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel keputusan menabung, religiusitas, pelayanan, fasilitas, Literasi Keuangan dan Bagi Hasil menggunakan program SPSS. Berikut rumus dari *Cronbach Alpha*:

$$r_1 = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right)$$

Keterangan:

r_1 = reliabilitas instrumen

k = banyaknya pernyataan

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varian butir

σ_b^2 = varian butir

(Arikunto, 1993 dan Sugiyono, 2012)

B. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Pengujian asumsi ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Data penelitian yang baik adalah data yang berdistribusi normal. Menurut Setiawan (2015), ada dua cara untuk mengetahui data normal atau tidak, yaitu dengan analisis grafik atau uji statistik. Uji statistik Kolmogorov-Smirnov dan Shapiro-Walk untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak dengan nilai signifikansi $> 0,05$.

Tabel 4.
Uji Normalitas

	Unstandardized Residual
Kolmogorov-Smirnov	0,836
Sig	0,486

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dari hasil *test of normality* pada Tabel 4 di atas menunjukkan hasil uji normalitas menggunakan nilai Kolmogorov Smirnov atau menunjukkan nilai sig sebesar 0,836 (83,6 persen) dan 0,486 (48,6 persen) lebih besar dari nilai *alpha* (α) 5 persen (0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa data telah terdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk melihat apakah ada atau tidaknya penyimpangan antara variabel dependen dengan variabel independen dalam model regresi. Menurut Setiawan (2015), untuk menguji multikolinearitas yaitu melihat nilai VIF pada variabel. Jika nilai VIF < 10 maka data bebas dari multikolinearitas.

Tabel 5.
Uji Multikolinearitas

Variabel	Toleransi	VIF	Keterangan
Religiusitas	0,446	2,241	Non Multikolinearitas
Pelayanan	0,622	1,607	Non Multikolinearitas
Fasilitas	0,587	2,703	Non Multikolinearitas
Literasi Keuangan	0,499	2,004	Non Multikolinearitas
Bagi Hasil	0,723	1,384	Non Multikolinearitas

Sumber: Data primer, diolah (2019)

Tabel 5. di atas menunjukkan hasil pengujian multikolinearitas dan bisa dilihat bahwa nilai *tolerance* keseluruhan *independent variable* lebih besar dari

0,1 dengan nilai *Variance Inflation Factors* (VIF) kurang dari (<) 10. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas antar *independent variable* atau dengan kata lain asumsi non multikolinearitas pada uji ini terpenuhi dalam model regresi.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Jika varian berbeda, maka disebut heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas ini dilakukan untuk melihat atau untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik pada model regresi.

Tabel 6.
Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Signifikan	Keterangan
Religiusitas	0,234	Tidak Ada Heteroskedastisitas
Pelayanan	0,795	Tidak Ada Heteroskedastisitas
Fasilitas	0,366	Tidak Ada Heteroskedastisitas
Literasi Keuangan	0,376	Tidak Ada Heteroskedastisitas
Bagi Hasil	0,454	Tidak Ada Heteroskedastisitas

Sumber: Data Primer, diolah 2019

Pada Tabel 6 dapat dilihat bahwa semua variabel independen yaitu religiusitas, pelayanan, fasilitas, dan Literasi Keuangan, Bagi Hasil tidak mengalami atau tidak adanya heteroskedastisitas pada model regresi dengan melihat nilai signifikansi pada Tabel 5.9 yaitu > 0,05.

C. Uji Statistik

1. Uji t

Uji t-statistik dilakukan untuk melihat seberapa jauh pengaruh variabel independen menjelaskan variabel dependen (Ghozali, 2009). Menurut (Anggraeni, 2015) uji t-statistik parsial dilakukan guna mengetahui signifikansi parsial atau variabel independen dengan variabel dependennya, dengan asumsi variabel independen yang konstan.

Tabel 7.
Uji t

Variabel	Unstandardized coefficient β	T	Sig
Religiusitas	0,258 (0,111)	2,336	0,022
Pelayanan	0,295 (0,133)	2,216	0,029
Fasilitas	0,246 (0,089)	2,774	0,007
Literasi keuangan	0,183 (0,092)	1,998	0,048
Bagi Hasil	0,241 (0,069)	3,492	0,001

Sumber: Data Primer, diolah 2019

Keterangan : Variabel Dependen : Keputusan Menabung; (menunjukkan koefisien Standar Error; ***Signifikan pada level 1% ($\alpha = 0,01$); **Signifikan pada level 5% ($\alpha = 0,05$); *Signifikan pada level 10% ($\alpha = 0,1$))

$$Y = 0,258 X_1 + 0,295 X_2 + 0,246 X_3 + 0,183 X_4 + 0,241 X_5$$

Dimana:

Y = Keputusan Menabung di Bank Syariah Bekasi

X₁ = Religiusitas

X₂ = Pelayanan

X₃ = Fasilitas

X₄ = Literasi Keuangan

X₅ = Bagi Hasil

2. Uji F

Uji F dilakukan untuk melihat apakah variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen dengan menggunakan tingkat kesalahan atau signifikansi sebesar 5% (0,05). Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka semua variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen (Gujarati, 2007).

Tabel 8.

Uji F

Model	F	Signifikan
Regresion Residual Total	32,585	0,000

Sumber: Data Primer, 2019 (diolah)

Uji f untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama. Untuk mengetahui apakah variabel religiusitas, pelayanan, fasilitas, Literasi keuangan dan Bagi hasil mempunyai pengaruh terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah Bekasi.

Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

H₀ : $\beta_1 = \beta_6 = 0$, tidak terdapat pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

H_a : $\beta_1 \neq \beta_6 \neq 0$, terdapat pengaruh variabel bebas secara bersama- sama terhadap variabel terikat.

Sedangkan ketentuannya adalah sebagai berikut:

a. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H₀ diterima.

b. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H₀ ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa secara bersama-sama variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikatnya atau terdapat hubungan yang signifikan.

Nilai f hitung sebesar 32,585 dimana > dari f tabel sebesar 3,55 dan tingkat probabilitas signifikan signifikan f statistiknya sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga ke lima variabel yaitu religiusitas, pelayanan, fasilitas, Literasi Keuangan dan Bagi Hasil secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menabung pada Bank Syariah di Bekasi.

Hipotesis yang sudah dibuat menyatakan bahwa ke lima variabel semuanya berpengaruh positif terhadap keputusan masyarakat menabung pada Bank Syariah di Bekasi. Hasil uji t diatas menunjukkan bahwa ke lima variabel yaitu religiusitas, pelayanan, fasilitas, Literasi keuangan dan Bagi hasil berpengaruh positif sesuai dengan yang diharapkan.

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

R^2 merupakan perbandingan antara variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independen. Besarnya R^2 tidak mempunyai ukuran pasti dan dapat dikatakan tepat pada model regresi.

Tabel 9.
Uji Koefisiensi Determinasi

Adjusted R Square	0,608
-------------------	-------

Sumber: Data Primer, 2019 diolah

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat seberapa jauh model menerangkan variabel dependen. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variasi variabel independen menjelaskan variabel dependen terbatas dan juga sebaliknya. Dari Tabel 5.12 nilai R^2 sebesar 0,608 atau 60,8% variasi keputusan nasabah menabung pada Bank Syariah di Bekasi dijelaskan oleh variabel religiusitas, pelayanan, fasilitas, Literasi keuangan dan Bagi Hasil. Sisanya sebesar 0,392 atau 39,2% dipengaruhi variasi lain di luar model.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil regresi yang telah dilakukan peneliti, intepretasi dari hasil penyesuaian variabel keputusan nasabah menabung terhadap variabel-variabel bebas dengan menggunakan regresi linier berganda akan dipaparkan di bawah ini:

1. Religiusitas

Pada variabel religiusitas secara statistik memiliki koefisien positif dan signifikan mempengaruhi keputusan nasabah menabung pada Bank Syariah di Bekasi. Ini menunjukkan bahwa nasabah yang menabung pada Bank Syariah di Bekasi memiliki tingkat religiusitas tinggi, karena mereka menyadari dan ingin menghindari dari sistem bunga, dan mereka memahami perbankan syariah sehingga dengan adanya faktor keyakinan atau agama jelas sangat memotivasi mereka dalam menggunakan jasa Bank Syariah Bebas dari riba juga dianggap mempengaruhi keputusan masyarakat muslim dalam menabung karena sebagian besar masyarakat memang memahami sistem bagi hasil dan dengan adanya sebagian kecil masyarakat muslim yang menabung mempertanyakan masalah posisi keuntungan Bank Syariah yang disalurkan sesuai dengan hal-hal prinsip syariah atau tidak. Sehingga faktor religiusitas sangat berpengaruh dan menjadikan alasan mereka menabung di bank syariah. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Utami dkk. (2015) menyatakan bahwa variabel religiusitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah di kota Banjarmasin. Hal ini juga didukung berdasarkan penelitian yang dilakukan Wahab (2013) bahwa religiusitas berpengaruh dominan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah BNI Syariah Cabang Malang.

2. Pelayanan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pelayanan memiliki koefisien korelasi yang positif dan signifikan mempengaruhi keputusan nasabah menabung. Pelayanan tersebut meliputi Bank Syariah mampu memberikan pelayanan cepat, tepat, dan sesuai. Selain itu karyawan telah memberikan pelayanan yang sopan, ramah, nyaman dan tanggap terhadap kebutuhan nasabah. Dengan pelayanan Bank

Syariah yang baik tentunya akan menarik perhatian dan keyakinan nasabah untuk menabung di Bank Syariah. Karena pelayanan merupakan bagian penting dalam industri jasa seperti perbankan. Hal serupa juga ditemui pada penelitian yang dilakukan oleh Maski (2010) yang menyatakan bahwa variabel pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah studi kasus pada bank syariah di Malang . Penelitian lain yang serupa yaitu Inayah dan Sudiarti (2017) tentang keputusan nasabah menabung di bank syariah studi kasus pada PT BPRS Puduarta Insani yang menyatakan bahwa variabel pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung. Pada penelitian yang dilakukan oleh Tambunan dkk (2013) menyatakan bahwa pelayanan berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan nasabah etnis Cina menabung di BCA kota Medan.

3. Fasilitas

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara statistik variabel fasilitas berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan nasabah menabung di Bank Syariah di Bekasi. Hal ini menandakan bahwa semakin banyaknya atau semakin baiknya fasilitas fisik yang dimiliki bank seperti ATM yang mudah ditemui, ruang tunggu yang bersih, besar dan nyaman, gaya eksterior interior gedung yang menarik, ataupun fasilitas pendukung alat transaksi akan mempengaruhi keputusan nasabah menabung di Bank Syariah. Faktor-faktor tersebut dapat membuat nasabah merasa nyaman berada di ruang tunggu saat menunggu antrian ataupun merasa dimudahkan dengan adanya fasilitas seperti *Net Banking/ Mobile Banking*. Hal serupa juga terjadi dalam penelitian yang dilakukan oleh Maski (2010) menyatakan bahwa variabel fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung pada Bank Syariah di Malang. Pada penelitian yang dilakukan oleh Inayah dan Sudiarti (2017) juga menyatakan bahwa variabel fasilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan dengan variabel keputusan nasabah menabung di Bank Syariah studi kasus pada PT BPRS Puduarta Insani.

4. Literasi Keuangan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara statistik variabel Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan nasabah menabung di Bank Syariah di Bekasi. Hal ini menandakan bahwa Bank Syariah dapat menarik minat menabung nasabah karena pengetahuan tentang keuangan merupakan dasar untuk melakukan suatu keputusan keuangan. Penelitian yang dilakukan Huriyatul Akmal dan Yogi Eka Saputra (2016) mengadakan penelitian literasi keuangan dengan judul “Analisis Tingkat Literasi Keuangan”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Hasil dari pengolahan data penelitian mengenai tingkat literasi keuangan Analisis Tingkat Literasi mahasiswa FEBI IAIN Imam Bonjol Padang berpengaruh positif dan signifikan di kelompokkan dalam dua aspek yang pertama aspek keterampilan (managemen keuangan pribadi), dan yang kedua aspek pengetahuan (tabungan, investasi, asuransi). Berdasarkan penelitian dan analisis data yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa tingkat literasi keuangan mahasiswa FEBI IAIN Imam Bonjol Padang berada pada sedang. Terdapat perbedaan dengan penelitian ini yaitu peneliti menggunakan objek mahasiswa FEBI IAIN Imam Bonjol Padang sedangkan penelitian ini menggunakan objek mahasiswa non-ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

5. Bagi hasil

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara statistik variabel Bagi Hasil berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan nasabah menabung di Bank Syariah di Bekasi. Ini menunjukkan nasabah menabung di perbankan syariah dipengaruhi adanya pengetahuan tentang bagi hasil. Jika perusahaan mampu melaksanakannya maka bagi hasil yang diperoleh akan lebih besar pula. Jika perusahaan mampu melaksanakannya maka tidak sulit bagi perusahaan untuk menarik nasabah untuk membuat keputusan menabung di bank syariah. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Nasabah Menabung Di Perbankan Syariah. Berdasarkan Penelitian yang dilakukan Hastuti (2013) yang berjudul “Kualitas Pelayanan dan Pola Bagi Hasil Terhadap Kepuasan Nasabah Menyimpan Pada Bank Syariah”. Dengan menggunakan metode survey dan kuesioner serta analisis regresi didapat hasil bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan atas kualitas layanan dan pola bagi hasil terhadap kepuasan nasabah. Dari kedua variabel selanjutnya diketahui bahwa variabel pola bagi hasil yang merupakan variabel dominan.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang sudah dilaksanakan, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung pada Bank Syariah di Bekasi. Tingkat religiusitas yang lebih tinggi seperti sadar akan larangan riba akan semakin mempengaruhi keputusan nasabah menabung pada Bank Syariah.
2. Variabel pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung pada Bank Syariah di Bekasi. Semakin baik kinerja pelayanan yang diberikan oleh karyawan semakin besar pula pengaruh keputusan nasabah memilih menabung di Bank Syariah.
3. Variabel fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung pada Bank Syariah di Bekasi. Ketika suatu bank memiliki fasilitas memuaskan seperti ATM yang mudah ditemui, lokasi bank yang strategis ataupun ruang tunggu yang nyaman akan meningkatkan keputusan nasabah untuk memilih dan menabung di bank tersebut.
4. Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan nasabah menabung di Bank Syariah di Bekasi. Hal ini menandakan bahwa Bank Syariah dapat menarik minat menabung nasabah karena pengetahuan tentang keuangan merupakan dasar untuk melakukan suatu keputusan keuangan.
5. Bagi Hasil berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan nasabah menabung di Bank Syariah di Bekasi. Ini menunjukkan nasabah menabung di perbankan syariah dipengaruhi adanya pengetahuan tentang bagi hasil.
6. Variabel dominan dari ke lima variabel independen dalam penelitian ini adalah variabel pelayanan. Seorang nasabah akan puas jika mendapatkan pelayanan yang sesuai, terpercaya, akurat, cepat dan ramah dari suatu perbankan sehingga menimbulkan kepercayaan dan keyakinan pada nasabah untuk menabung di bank tersebut.

SARAN

Dari kesimpulan diatas, maka penulis memberikan saran untuk lebih menarik perhatian nasabah agar menabung pada Bank Syariah di Bekasi, antara lain sebagai berikut:

1. Bank Syariah di Bekasi perlu melakukan promosi secara intensif dengan tujuan pentingnya penggunaan prinsip syariah dalam praktek kehidupan sehari-hari dan memperkenalkan perbankan yang bebas dari unsur bunga, sesuai dengan ajaran normatif dalam Islam.
2. Bank Syariah di Bekasi harus mampu menjaga serta meningkatkan kualitas pelayanan baik dari segi *performance* karyawan-karyawati. Dalam melayani nasabah karyawan harus bersikap ramah, sopan dan santun agar dapat memberikan pelayanan yang memuaskan.
3. Diharapkan Bank Syariah di Bekasi melakukan sosialisasi dan mengenalkan tentang bank syariah terhadap masyarakat, terutama dikalangan pedagang-pedagang kecil, sehingga mereka mengetahui betul tentang bank syariah dan produk-produknya.
4. Bank Syariah dapat menambah lagi Kantor Cabang Pembantu (KCP) di Kecamatan lain yang jauh dari pusat Kota Bekasi, menambah mesin ATM ke daerah-daerah pinggiran Kota Bekasi ataupun dapat menambah mesin ATM di tempat-tempat strategis seperti pusat perbelanjaan, Bandara, stasiun, dll.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Awan. M. H dan Bukhari, Shahzad. K. (2011). Customer's Criteria for Selecting an Islamic Bank: Evidence from Pakistan. *Juornal of Islamic Marketing*, Vol. 2 No. 1 14-27.
- ANZ Survey of Adult Financial Literacy in Australia. (2011).Australia: Internasional Financial Education
- Ariani, Nur Aziza & Susanti. (2012). Pengaruh Faktor Demografi Terhadap Financial Literacy Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Surabaya Angkatan 2012. Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Yogyakarta
- Baridwan, Zaki. (2010). *Intermediate Accounting. Edisi Ketujuh*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Gadjah Mada.
- Basuki, A. T dan Imamuddin Yuliadi. (2015). *Ekonometrika Teori & Aplikasi*. Yogyakarta: Mitra Pustaka Nurani.
- Bilson Simamora. (2002). *Panduan Riset Perilaku Konsumen* . Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Damodar N. Gujarati. (2007). *Dasar-dasar Ekonometrika*. Erlangga: Jakarta.
- Engel, James F, Roger D. Blackwell, Paul. W Miniad. (1995). *Perilaku Konsumen Edisi ke 6 Jilid Kedua*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Ghufron, M.N & Risnawita, R.S. (2010). *Teori-Teori Psikologi*. Yogyakarta: ArRuzz.
- Ghozali, Imam. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS Cetakan Keempat Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro*
- Hamalik, O. (2006). *Proses Belajar Mengajar*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Harrel, A., E.Chewning, and M. Taylor. (1986). Organizational-Profesional Conflict and The Satisfaction and Turnover Intentions of Internal Auditor. *A Journal of Practice & Theory* 5 (2), 109-121.
- Hasan, Iqbal. (2004). *Analisa Data Penelitian Dengan Statistik*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.

- Hastuti, T. (2013). Kualitas Pelayanan dan Pola Bagi Hasil Terhadap Kepuasan Nasabah Penyimpan Pada Bank Syariah. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, Vol. 2 No. 1.
- Inayah, Nurul dan Sudiarti, Sri. (2017). Analisis Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Di PT. BPRS Puduarta Insani). *At-Tawssuth*, Vol. 2 No. 1 : 191-214.
- Kasmir. (2002). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya. Edisi Revisi 2002*. Jakarta: PT. RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Kotler dan Armstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1. Edisi ke-12, Alih Bahasa Bob Sabran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium*. Jakarta: Frenhalindo.
- Kotler, Philip dan A.B Sutanto. (2001). *Manajemen Pemasaran di Indonesia. Edisi Pertama*. Jakarta: PT. Salemba Empat.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2001). *Dasar-dasar Pemasaran. Edisi Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT Prenhalindo.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran, Edisi 13. Edisi Alih Bahasa Indonesia*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, dan Keller Kevin Lane. (2007). *Manajemen Pemasaran. Dialih Bahasakan oleh Benjamin Molan. Buku Kesatu, Edisi Kedua Belas*. Jakarta: PT Indeks.
- Kristianto. (2011). *Psikologi Pemasaran*. Yogyakarta: Buku Seru.
- Lupiyoadi. (2001). *manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek* . Jakarta: Salemba Empat.
- Maridjo, H. (2001). Gaya dan Kepemimpinan yang Efektif. *Jurnal ANTISIPASI*, Vol. 5, No. 1.
- Pertiwi, Dita dan Ritonga. D. H. H. (2012). Analisis Keputusan Menabung Masyarakat Pada Bank Muamalat Di Kota Kisaran. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Vol. 1 No. 1.
- Philip Kotler. (2006). *Manajemen Pemasaran. Jilid I dan II. Edisi Kesebelas*. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Philip, Kotler. (2005). *Manajemen Pemasaran. Jilid I dan II*. Jakarta: PT. Indeks .
- Priyatno, Dwi. (2008). *Mandiri Belajar SPSS (Untuk Analisa Data dan Uji Statistik)*. Yogyakarta: MediaKom.
- Schiffman, Leon G., Leslie. L. Kanuk. (2004). *Consumer Behaviour Interntional Edition, Eight Edition*. New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Setiawan, Nesyia. Y dan Japrianto, Edwin. (2014). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, dan Aksesibilitas Terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Danamon di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol. 2 No. 1.
- Sevilla, Consuelo G., (et.el). (1960). *Pengantar Metode Penelitian, (tarj) Alimuddin Tuwu*. Jakarta: UI.
- Sugiyono. (2005). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, Wiratna. (2014). *Metedologi Penelitian: Lengkap, Praktir, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: PT Pustaka Baru.
- Tambunan. R. Monang dan Inggrita Gusti Sari Nasution. (2013). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung BCA Kota Medan (Studi Kasus Etnis Cina). *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Vol. 1 No. 3.

- Tyas. R. R, dan Setiawan. A. (2012). Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang. *Jurnal Muqtasid*, Vol. 3 No. 3.
- Utami, Wahyu., dkk. (2015). Analisis Pengaruh Religiusitas, Kelompok Referensi Dan Motivasi Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Nasabah Bank Syariah di Kota Banjarmasin). *Jurnal Wawasan Manajemen*, Vol. 3 No. 1.
- Wahab, Sulaiman. (2013). Marketing Mix Dan Religi Terhadap Minat Masyarakat. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, Vol. 2 No. 2.
- Widiyanto, Joko. 2010. SPSS for Windows Untuk Analisis Data Statistik dan Penelitian. Surakarta: BP-FKIP UMS
- Winardi. (2001). *Motivasi & Pemotivasi dalam Manajemen*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- <http://www.bi.go.id/id/tentang-bi/uubi/Documents/>, diakses tanggal 15 Juni 2019 pukul 16.20 WIB
- www.brisyariah.co.id, diakses tanggal 15 Juni 2019 pukul 18.15 WIB
- www.bnisyariah.co.id, diakses tanggal 15 Juni 2019 pukul 19.00 WIB
- www.syariahmandiri.co.id, diakses tanggal 15 Juni 2019 pukul 20.10 WIB