

Pengaruh Motivasi, Kualitas Pelayanan Dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan Mudharabah Di PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelana Raya

The Influence of Motivation, Service Quality and Product Knowledge on Customer Decisions to Use Mudharabah Savings at PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelana Raya.

Ayu Sahari^{a,1}, Alim Murtani^{b,2}

^{a,b} Universitas Potensi Utama, JL. KL. Yos Sudarso Km. 6,5 No. 3-A, Tanjung Mulia, Tj. Mulia, Kec. Medan Deli, Kota Medan, Sumatera Utara
20241. Ayusahari02@gmail.com¹,
Alimmurtani@gmail.com²

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Motivasi, Kualitas Pelayanan Dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan Mudharabah Di PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelana Raya. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif deskriptif. Sampel penelitian ini berjumlah 94 orang responden. Penentuan sampel yang digunakan adalah non-probability sampling, pengumpulan data dikumpulkan dengan penyebaran kuesioner (angket), sedangkan untuk pengujian instrumen menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil Penelitian pada taraf signifikan 5% menunjukkan bahwa 1) Hasil uji t pada variabel motivasi (X_1) adalah 1.521, dengan nilai signifikansi 0,132, yang berarti bahwa variabel motivasi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. 2) Hasil uji t pada variabel kualitas pelayanan (X_2) adalah 2.965, dengan nilai signifikansi 0,008 yang berarti bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. 3) Hasil uji t pada variabel pengetahuan produk (X_3) adalah 3.607, dengan nilai signifikansi 0,000 yang berarti bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan tabungan mudharabah di PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelana Raya. 4) Berdasarkan Uji koefisien determinan maka diperoleh nilai Adjusted R sebesar 65,8% artinya seluruh variabel X berpengaruh terhadap variabel Y dan sisanya sebesar 34,2% dapat dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Kata Kunci : Wanprestasi, KPR Syariah, Pembiayaan Murabahah

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of motivation, service quality and product knowledge on customers' decisions to use mudharabah savings at PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelana Raya. This research uses descriptive quantitative research. The sample for this research consisted of 94 respondents. The sample used was non-probability sampling, data collection was collected by distributing questionnaires, while for instrument testing used multiple linear regression analysis. Research results at a significance level of 5% show that 1) The t test result on the motivation variable (X_1) is 1.521, with a significance value of 0.132, which means that the motivation variable does not have a positive and significant effect on customer decisions. 2) The t test result on the service quality variable (X_2) is 2,965, with a significance value of 0.008, which means that the service quality variable has a positive and significant effect on customer decisions. 3) The t test result on the product knowledge variable (X_3) is 3.607, with a significance value of 0.000, which means that the service quality variable has a positive and significant effect on customers' decisions to use mudharabah savings at PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelana Raya. 4) Based on the determinant coefficient test, an Adjusted R value of 65.8% is obtained, meaning that all variable X influences variable Y and the remaining 34.2% can be explained by other variables outside this research..

Keywords : Motivation, Service Quality, Product Knowledge, Customer's decision to use Mudharabah Savings

Info Artikel :

Disubmit: 01 Nov 23

Direview: 22 Nov 23

Diterima : 03 Jan 24

1. PENDAHULUAN

Bank merupakan perusahaan industri jasa karena produknya hanya memberikan pelayanan jasa kepada masyarakat. Bank menurut Undang-Undang No.10 Tahun 1998 merupakan badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup orang banyak. Dana dari masyarakat disimpan dalam bentuk rekening giro, deposito dan tabungan kemudian dihimpun dan dikelola oleh bank.

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia tidak terlepas dari sistem perbankan secara umum. Ada alasan utama berdirinya perbankan syariah di Indonesia yaitu adanya pandangan bahwa bunga pada Bank Konvensional hukumnya haram. Penelitian tersebut diperkuat dengan munculnya fatwa yang dikeluarkan Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang menyatakan bahwa bunga bank sama dengan riba dan hukumnya haram dalam Syariat Islam (Resti, 2021).

PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelana Raya adalah salah satu Cabang perusahaan yang bergerak dibidang jasa keuangan yang menggunakan prinsip sesuai Syariah Islam. Banyak terdapat produk-produk tabungan yang disediakan salah satunya tabungan mudharabah. Tabungan Mudharabah merupakan salah satu bentuk akad kerja sama yang akan diberikan dan disepakati nasabah. Mudharabah mempunyai dua jenis, yaitu mudharabah mutlaqah dan mudharabah muqayyadah, perbedaan diantara keduanya terletak pada ada atau tidaknya persyaratan yang diberikan kepada pemilik dana kepada bank dalam mengelola hartanya. Sistem dari mudharabah ini adalah akad kerja sama usaha antara dua pihak dimana pihak pertama sebagai penanam modal (shahibul maal), sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola (mudharib) untuk melakukan kegiatan usaha sesuai prinsip syariah. Keuntungan usaha dibagikan antara dua pihak berdasarkan nisbah yang telah disepakati dalam kontrak sebelumnya. Dalam penentuan kontraknya, harus dilakukan diawal ketika akan memulai akad mudharabah tersebut (Risal, 2019).

Philip Klotler dan Kevin Lane Keller menyatakan bahwa keputusan adalah suatu proses pendekatan penyelesaian masalah yang tersiri dari pengenalan nasabah, mencari informasi, beberapa penilaian alternatif, membuat keputusan pembelian atau mengambil dan perilaku pasca membeli yang dilalui konsumen. Keputusan nasabah merupakan tahapan dimana konsumen telah memiliki pilihan dan siap melakukan transaksi pembelian atau pertukaran antara uang atau janji untuk membayar dengan hak kepemilikan atau penggunaan suatu produk jasa.

Menurut penelitian (Mayasari, 2017), motivasi merupakan tenaga pendorong dalam diri individu yang memaksa mereka untuk bertindak. Motivasi muncul karena adanya kebutuhan yang dirasakan oleh nasabah untuk melakukan tindakan memenuhi kebutuhan. Kemudian penelitian (Resti, 2021) menyatakan bahwa motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia.

Menurut penelitian (Kurniawati, 2019) menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan murabahah pada Bank BRI Syariah KCP Ngawi. Kemudian penelitian (Marzuki, 2019) menyatakan bahwa terhadap pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah menggunakan tabungan mudharabah di Bank Muamalat Cabang Balaikota Medan.

Menurut penelitian (Resti, 2021) pengetahuan produk merupakan kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk. Semakin banyak pengetahuan dan informasi terhadap produk yang dimiliki oleh konsumen, maka konsumen akan semakin cepat dalam memutuskan pembelian terhadap suatu produk. Kemudian penelitian (Nawaf, 2020) menyatakan bahwa pengetahuan produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis melihat penelitian ini masih perlu diteliti untuk mengetahui seberapa besar faktor motivasi, pelayanan dan pengetahuan produk terhadap keputusan nasabah menggunakan tabungan mudharabah. Maka lebih lanjut penulis ingin mengkaji faktor tersebut melalui penelitian yang berjudul “Pengaruh Motivasi, Kualitas Pelayanan Dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan Mudharabah Di PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya”.

2. TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1) Perbankan Syariah

Menurut Undang-Undang Perbankan Syariah No. 21 Tahun 2008 pasal 1 ayat (1) menyatakan bahwa perbankan syariah merupakan segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Bank syariah terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). (Amah, 2013).

Bank syariah merupakan bank yang operasionalnya tidak mengandalkan pada bunga akan tetapi berdasarkan bagi hasil. Selain itu, bank syariah merupakan lembaga keuangan perbankan syariah yang operasional dan produknya dikembangkan berdasarkan pada Al-Qur'an. Pembayaran dan penarikan bunga dilarang dalam suatu bentuk transaksi. Islam melarang kaum muslim menarik atau membayar bunga (riba). Pelarangan ini yang membedakan sistem perbankan syariah dengan sistem perbankan konvensional.

2) Tabungan Mudharabah

Tabungan menurut Undang-Undang No.10 tahun 1998 tentang Perbankan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan giro, bilyed giro atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu. Tabungan sendiri memiliki arti adalah bagian dari pendapatan yang tidak dikonsumsi, jadi disimpan dan akan digunakan dimasa yang akan datang (Rahmawati, 2022).

Secara teknis mudharabah adalah akad kerja sama usaha antara dua pihak pertama (shahibul mal) menyediakan seluruh 100% modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola (mudharib). Dalam mengelola dana tersebut, bank tidak bertanggung jawab terhadap kerugian yang bukan disebabkan oleh kelalaiannya. Namun, apabila yang terjadi adalah mismanagemen (salah urus), bank bertanggung jawab penuh terhadap kerugian tersebut. Dalam mengelola harta mudharabah, bank menutup biaya operasional tabungan dengan menggunakan nisbah keuntungan yang menjadi haknya. Disamping itu, bank tidak diperkenankan mengurangi nisbah keuntungan nasabah penabung tanpa persetujuan yang bersangkutan (Humaira, 2022).

Menurut Wiroso (2013, p. 140), dalam transaksi dengan prinsip mudharabah harus dipenuhi dengan rukun mudharabah, yaitu:

1. Shahibul mall/ Rabumaal (pemilik dana/ nasabah)
2. Mudharib (pengelola dana/ pengusaha/ bank)
3. Amal (usaha/ pekerjaan)
4. Ijab Qabul.

3) Motivasi

Menurut Gray, dalam mengartikan sebagai motivasi sebagai hasil jumlah proses yang bersifat internal atau eksternal bagi seorang individu, yang menyebabkan timbulnya sikap antusiasme dalam hal melaksanakan kegiatan-kegiatan tertentu. Menurut Schiffman dan Kanuk mengatakan motivasi dapat digambarkan sebagai tenaga pendorong dalam diri individu yang memaksa mereka unruk bertindak. Dengan adanya motivasi di diri seseorang akan menunjukkan suatu perilaku yang diarahkan pada suatu tujuan untuk mencapai sasaran kepuasan. Pengaruh motivasi terhadap perilaku konsumen adalah timbulnya kebutuhan dan keinginan untuk memiliki sesuatu produk dan jasa, dorongan kebutuhan dan keinginan tersebut akan menjadi lebih kuat apabila barang atau jasa yang ditawarkan sesuai dengan kepribadiannya (Nitisusastro, 2013).

Indikator motivasi menurut Abraham H. Maslow menjelaskan bahwa suatu keinginan yang bersumber dari motivasi seseorang tidak diperoleh secara sekaligus, melainkan dilakukan secara bertahap, adapun tingkatannya yaitu:

1. Kebutuhan fisiologis, yaitu kebutuhan untuk makan, minum, perlindungan fisik, bernafas.
2. Kebutuhan rasa aman, yaitu kebutuhan akan perlindungan diri dari ancaman bahaya, pertentangan dan lingkungan hidup.
3. Kebutuhan untuk rasa memiliki (sosial), yaitu kebutuhan untuk diterima oleh kelompok, berafiliasi, berinteraksi dan kebutuhan untuk mencintai dan dicintai.
4. Kebutuhan akan penghargaan, yaitu kebutuhan untuk dihormati dan dihargai orang lain.
5. Kebutuhan aktualisasi, yaitu kebutuhan untuk menggunakan kemampuan, skill dan potensi.

4) Kualitas Pelayanan

Menurut Fandy Tjiptono (2014) kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta penetapan penyampainnya untuk mengimbangi harapan konsumen. Menurut Lewis dan Booms, kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan harapan pelanggan.

Kualitas pelayanan adalah sebuah bentuk dari usaha perusahaan untuk dapat memenuhi harapan pelanggan. Secara sederhana istilah pelayanan (service) diartikan sebagai “melakukan sesuatu bagi orang lain”, sedangkan secara umum pelayanan merupakan kegiatan yang ditunjukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan pelanggan terpenuhi. Kualitas dari sebuah pelayanan bukan hanya melayani saja tetapi juga mengerti dan memahami, maka penyampaian akan sampai pada hati nasabah. Hal ini akan memberikan nilai tambah dari nasabah dan juga menjadi strategi yang harus dilakukan agar produk dapat selalu diingat dan dicari oleh nasabah (Lutfiani, 2022).

Jadi dapat diartikan kualitas pelayanan adalah sebuah tindakan yang diberikan perusahaan kepada nasabah, ketika suatu perusahaan telah memberikan sebuah kualitas pelayanan yang baik maka nasabah akan memberikan nilai tambahan untuk perusahaan.

Indikator kualitas pelayanan menurut Kotler salah satu konsep kualitas layanan yang servqual. Berdasarkan konsep ini, kualitas layanan di yakini memiliki 5 indikator kualitas jasa atau layanan yaitu sebagai berikut (Fatihudin, 2019):

1. Keandalan (reliability), yaitu kemampuan untuk melakukan layanan yang dapat diandalkan dan akurat.
2. Daya tangkap (responsiveness), yaitu kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat.

3. Jaminan (assurances), yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan mereka untuk menjamin mutu sehingga peserta percaya dan yakin.
4. Empati (empathy), yaitu perhatian individual terhadap pelanggan.
5. Bukti fisik (tangibles), yaitu penampilan fasilitas fisik, peralatan, sarana dan prasarana.

5) Pengetahuan Produk

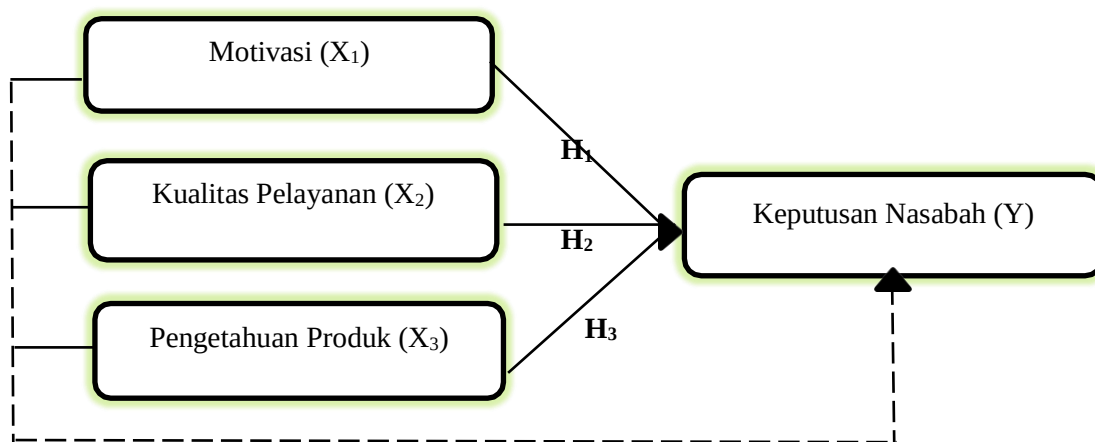
Menurut Nitisusastro (2013) hal yang terkait dengan pengetahuan produk adalah pengetahuan tentang karakteristik produk, pengetahuan tentang manfaat produk, pengetahuan tentang resiko mengkonsumsi produk dan pengetahuan tentang keputusan mengkonsumsi produk. Mengetahui tingkat pengetahuan, pemahaman dan keyakinan konsumen tentang suatu produk yang dipasarkan, maka hal tersebut akan mempengaruhi perilaku konsumen. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengetahuan adalah segala sesuatu yang diketahui berkenaan dengan hal. Pengetahuan produk adalah kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk. Semakin banyak pengetahuan dan informasi terhadap produk yang dimiliki oleh konsumen, maka konsumen akan semakin cepat dalam memutuskan pembelian terhadap suatu produk (Rahel, 2022).

Konsumen memiliki tingkatan pengetahuan produk yang berbeda, yang dapat dipergunakan untuk menerjemahkan informasi baru dan membuat pilihan keputusan (Safitri, 2017). Konsumen perlu mengetahui informasi tentang karakteristik suatu produk, apabila konsumen kurang mengetahui informasi tentang karakteristik suatu produk bisa salah dalam mengambil keputusan membeli (Nitisusastro, 2013). Dapat disimpulkan bahwa pengetahuan produk adalah kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk yang akan membantu nasabah memperoleh informasi.

Menurut Surmawan dalam Nurlaeli (2017) menyatakan bahwa indikator pengetahuan produk dibagi menjadi 4 bagian yaitu:

1. Pengetahuan tentang karakteristik produk atau atribut produk.
2. Pengetahuan manfaat produk
3. pengetahuan tentang resiko (Perceived Risk)
4. Pengetahuan tentang kepuasan produk.

B. Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

C. Hipotesis Penelitian

Secara etimologis, hipotesis dibentuk dari kata hypo dan kata thesis. Hypo artinya kurang thesis berarti pendapat. Jadi hipotesis merupakan suatu dugaan yang bersifat sementara dari suatu hal yang harus dibuktikan kebenarannya melalui penelitian ilmiah. Berdasarkan batasan dan rumusan permasalahan yang telah dikemukakan sebelumnya maka hipotesis penelitian ini adalah:

- H_0 ga Motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Nasabah Produk Tabungan *Mudharabah*.
- H_1 ga Motivasi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Nasabah pada Produk Tabungan *Mudharabah*.
- H_0 ga Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Nasabah pada Produk Tabungan *Mudharabah*.
- H_2 ga Pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Nasabah pada Produk Tabungan *Mudharabah*.
- H_0 ga Pengetahuan Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Nasabah pada Produk Tabungan *Mudharabah*.
- H_3 ga Pengetahuan Produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Nasabah pada Produk Tabungan *Mudharabah*.

3. METODE

Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif deskriptif yaitu metode penelitian yang menggambarkan karakteristik populasi atau fenomena yang sedang diteliti. Data kuantitatif deskriptif yang digunakan pada penelitian ini bersumber dari data laporan keuangan pada PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya.

Populasi penelitian ini yaitu nasabah yang menggunakan tabungan Mudharabah di PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya dalam rentan waktu tahun 2020-2022 dengan total populasi sebanyak 1.523 nasabah. Jumlah sampel yang digunakan adalah 94 orang nasabah. Dalam penelitian ini menggunakan SPSS 28.

Teknik sampel yang digunakan dalam penelitiann ini yaitu probability sampling, pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode simple random sampling yang pengambilan sampel anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin. Untuk itu penulis menggunakan rumusan penarikan sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel N =

Jumlah Populasi =

Toleransi eror

Berdasarkan rumusan di atas, maka jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah: n

$$= \frac{1.523}{1 + 1.523 (0.12)}$$

$$n = 93,88$$

$$= 93,88 \text{ dibulatkan menjadi } 94$$

Dengan demikian jumlah sampel yang digunakan sebagai responden pada penelitian ini adalah 94 orang/ responden. Sedangkan pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner atau angket. Hasil data kuesioner dapat diukur dengan skala likert yang memiliki lima tingkat jawaban yang mempunyai nilai skor 1-5.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Uji Instrumen Penelitian

1) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dapat dikatakan valid apabila pertanyaan yang terdapat dalam suatu kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, artinya pernyataan atau indikator tersebut adalah valid. Kemudian apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$, artinya pernyataan atau indikator tersebut adalah tidak valid. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, maka hasil pengujian validitas dapat ditunjukkan pada tabel, sebagai berikut.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

No	Indikator	Rhitung	Rtabel	Keterangan
1	Motivasi			
	Pertanyaan 1	0,717	0,2028	Valid
	Pertanyaan 2	0,750	0,2028	Valid
	Pertanyaan 3	0,784	0,2028	Valid
2	Kualitas Pelayanan			
	Pertanyaan 1	0,767	0,2028	Valid
	Pertanyaan 2	0,810	0,2028	Valid
	Pertanyaan 3	0,807	0,2028	Valid
3	Pengetahuan Produk			
	Pertanyaan 1	0,784	0,2028	Valid
	Pertanyaan 2	0,824	0,2028	Valid
	Pertanyaan 3	0,735	0,2028	Valid
4	Keputusan Nasabah			
	Pertanyaan 1	0,786	0,2028	Valid
	Pertanyaan 2	0,755	0,2028	Valid
	Pertanyaan 3	0,711	0,2028	Valid

Sumber: Output, diolah tahun 2023

Setelah dilakukan uji validitas terhadap 94 kuesioner dengan tingkat signifikansi 5% maka memperoleh rtabel ($df = N-2$, $94-2 = 92$). Diperoleh nilai rtabel 0,2028 sehingga diketahui bahwa nilai Corrected Item-Total Correlation (validitas) ternyata $>$ rtabel, hal ini menunjukkan bahwa tiap-tiap item variabel adalah valid, sehingga dapat disimpulkan bahwa item-item tersebut dapat digunakan untuk mengukur variabel penelitian.

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah tingkat kestabilan suatu alat pengukur dalam mengukur suatu gejala/kejadian. Semakin tinggi reliabilitas suatu alat pengukur, semakin stabil pula alat pengukur tersebut. Suatu konstruk dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha $>$ 0,7. Adapun hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini dapat dilihat dibawah ini:

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
Motivasi	3	0,814	Reliabel
Kualitas Pelayanan	3	0,844	Reliabel
Pengetahuan Produk	3	0,881	Reliabel
Keputusan Nasabah	3	0,838	Reliabel

Sumber: Output, diolah tahun 2023

Dapat dilihat bahwa nilai cronbach's alpha dari variabel motivasi (X1), kualitas pelayanan (X2), pengetahuan produk (X3) dan keputusan nasabah (Y) lebih besar 0,07 sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap pertanyaan/pernyataan dalam instrumen yang digunakan dapat dinyatakan reliabel.

3) Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi harus dilakukan untuk menguji asumsi-asumsi yang ada pada penelitian model regresi. Model regresi harus bebas dari asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heterokedastisitas.

a) Uji Normalitas

Tabel 3. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
Normal Parameters ^{a,b}		100
		.0000000
	Std.	1.17478796
	Deviation	.117
Most Extreme Differences	Absolute	.117
	Positive	-.105
Kolmogorov-Smirnov	Negative	1.174
ZAsymp. Sig. (2-tailed)		.127

a. Test distribution is Normal

b. Calculated from data.

Berdasarkan hasil uji normalitas Kolmogorov Smirnov dapat diketahui berdistribusi normal. Hal

ini dapat dibuktikan dari nilai (Asymp.Sig.2-tailed) pada motivasi, kualitas pelayanan, pengetahuan produk dan keputusan nasabah lebih besar dari 0,05 yaitu $0,127 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

b) Uji Multikolinieritas

Tabel 4. Uji Multikolinieritas

	Coefficients ^a			T	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
Constant)	1.503	.533		2.819	.006
Motivasi	.028	.054	.079	.515	.608
Kualitas Pelayanan	-.081	.057	-.244	-.1424	.158
Pengetahuan Produk	-.004	.047	-.011	-.083	.934

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber : Output, diolah tahun 2023

Uji Multikolinieritas menunjukkan bahwa variabel motivasi (X1) memperoleh nilai VIF 2.879 dan nilai tolerance 0,347, untuk variabel kualitas pelayanan (X2) memperoleh nilai VIF 3.346 dan nilai tolerance 0,229 dan untuk variabel pengetahuan produk (X3) memperoleh nilai VIF 1.989 dan nilai tolerance 0,503. Hasil ketiga variabel tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolineritas karena nilai TV $> 0,10$ atau VIF < 10 .

c) Uji Heterokedastisitas

Tabel 5. Uji Heterokedastisitas

	Coefficients ^a	
	Linearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Motivasi	.347	2.879
Kualitas Pelayanan	.299	3.346
Pengetahuan Produk	.503	1.989

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Sumber : Output, diolah tahun 2023

Apabila nilai Sig > 0,05 maka tidak terjadi gejala heterokedastisitas. Hasil pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel motivasi (X1) sebesar 0,608, untuk variabel kualitas pelayanan (X2) sebesar 0,158 dan variabel pengetahuan produk (X3) sebesar 0,934 yang memiliki nilai > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas.

d) Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui ada tidaknya variabel bebas terhadap variabel terkait.

Tabel 6. Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a			
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Error	Beta
(Constant)	1.778	.979	
Motivasi	.172	.113	.172
Kualitas Pelayanan	.339	.126	.329
Pengetahuan Produk	.341	.095	.339

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Sumber : Output, diolah tahun 2023

Berdasarkan perhitungan variabel diatas, dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda yaitu sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

$$Y = 1,778 + 0,172 + 0,339 + 0,341 + e$$

4) Uji Parsial (Uji T)

Uji T digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial motivasi, kualitas pelayanan dan pengetahuan produk berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap keputusan nasabah menggunakan tabungan mudharabah.

Uji t dilakukan dengan membandingkan thitung dengan ttabel dengan taraf signifikansi yang digunakan adalah 0,05% dengan pengujian dua sisi.

Tabel 7. Uji Parsial (T)

Coefficients ^a					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.778	.979		1.817	.072
Motivasi	.172	.113	.172	1.521	.132
Kualitas Pelayanan	.339	.126	.329	2.695	.008
Pengetahuan Produk	.341	.095	.339	3.607	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Sumber : Output, diolah tahun 2023

Dari tabel diatas, menunjukkan bahwa variabel motivasi (X1) memiliki tingkat signifikansi sebesar $0,132 > 0,05$ maka dapat disimpulkan variabel motivasi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan tabungan mudharabah. Sedangkan variabel kualitas pelayanan (X2) memiliki tingkat signifikansi sebesar $0,008 < 0,05$ dan pengetahuan produk (X3) memiliki tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan variabel kualitas pelayanan dan pengetahuan produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan tabungan mudharabah.

5) Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terkait. Uji F dilakukan dengan membandingkan fhitung dengan ftabel.

Tabel 8. Uji F

ANOVA ^a					
	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	
Regression	224.041	3	74.680	772	.00 ^b
Residual	110.597	90	1.229		
Total	334.638	93			

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Pengetahuan Produk, Motivasi, Kualitas Pelayanan

Sumber : Output, diolah tahun 2023

Dari tabel diatas, hasil uji F dapat diketahui bahwa nilai bahwa fhitung $60.772 > ftabel 2.70$ dengan taraf signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga hasil uji hipotesisnya yaitu H1 diterima dan H0 ditolak. Maka hasil tersebut menunjukkan bahwa secara simultan semua variabel motivasi (X1), kualitas pelayanan (X2) dan pengetahuan produk (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan nasabah menggunakan tabungan mudharabah (Y).

6) Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur sebesarapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Semakin tinggi nilai koefisien determinasi akan semakin baik kemampuan variabel independen dalam menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel dependen.

Tabel 9. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
	R	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson	
	.818 ^a	.670	1.109	1.871	

a. Predictors: (Constant), Pengetahuan Produk, Motivasi, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Sumber : Output, diolah tahun 2023

Hasil dari analisis variabel X terhadap variabel Y menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasinya (Adjusted R Square) sebesar 0,658. Hal ini berarti seluruh variabel X mempunyai kontribusi secara bersama-sama sebesar 65,8% terhadap variabel Y. Sedangkan sisanya sebesar 34,2% dapat dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

B. Hasil Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh motivasi, kualitas pelayanan dan pengetahuan produk terhadap keputusan nasabah menggunakan tabungan mudharabah. Pembahasan masing-masing variabel disajikan sebagai berikut:

1) Motivasi Berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan Mudharabah

Pada hasil analisis menggunakan metode regresi berganda, diperoleh nilai thitung sebesar 1.521 dengan sig. t sebesar 0.132 dengan ttabel 1.662. Jika dilihat dari nilai signifikansi t sebesar $0,132 > 0,05$. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi pada Bank Sumut Syariah KCP Marelana Raya tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan tabungan mudharabah.

Penelitian ini didukung hasil dari (Saskia, 2021) yang berjudul “Pengaruh Produk, Pelayanan dan Motivasi Menghindari Riba Terhadap Keputusan Mahasiswa Menjadi Nasabah Bank Syariah” menyimpulkan bahwa motivasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa menjadi nasabah Bank Syariah, hal tersebut ditunjukkan dari hasil signifikansi sebesar $0,814 > 0,05$.

2) Kualitas Pelayanan Berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan Mudharabah

Pada hasil analisis menggunakan metode regresi berganda, diperoleh nilai thitung sebesar 2.695 dengan sig. t sebesar 0,008 dengan ttabel 1.662 sehingga variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah. Jika dilihat dari nilai signifikansi t sebesar $0,008 < 0,05$. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pada Bank Sumut Syariah KCP Marelana Raya mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan nasabah menggunakan tabungan mudharabah secara signifikan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu (Marzuki, 2019) yang berjudul “Pengaruh Bagi Hasil, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan Mudharabah (Studi Kasus Bank Muamalat Cabang Balaikota Medan)” menyatakan bahwa terhadap pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah menggunakan tabungan mudharabah di Bank Muamalat Cabang Balaikota Medan.

3) Pengetahuan Produk Berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan Mudharabah

Pada hasil analisis menggunakan metode regresi berganda, diperoleh nilai thitung sebesar 3.607 dengan sig. t sebesar 0,000 dengan ttabel 1.662 sehingga variabel pengetahuan produk memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah. Jika dilihat dari nilai signifikansi t sebesar $0,000 < 0,05$. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pada Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan nasabah menggunakan tabungan mudharabah secara signifikan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu (Nawaf, 2020) yang berjudul “Pengaruh Motivasi Menghindari Riba dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah (Studi Kasus Pada Bank BRI Syariah KCP Mojokerto)” menyatakan bahwa pengetahuan produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah.

4) Pengaruh Motivasi, Kualitas Pelayanan dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan Mudharabah di PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya

Hasil pengujian yang dilakukan bahwa motivasi, kualitas pelayanan dan pengetahuan produk diperoleh nilai signifikan $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa motivasi, kualitas pelayanan dan pengetahuan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan tabungan mudharabah.

Hasil uji Adjusted R Square = 0.658 yang berarti menjelaskan bahwa model yang dibuat mampu menjelaskan pengaruh motivasi, kualitas pelayanan dan pengetahuan produk, yaitu sebesar 0.658 (65,8%) dan sisanya 0.342 dapat dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini (seperti variabel kepercayaan, lokasi, dll).

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh motivasi (X_1), kualitas pelayanan (X_2) dan pengetahuan produk (X_3) terhadap keputusan nasabah (Y) di Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya. Dari rumusan yang penulis ajukan, maka:

1. Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial (Uji T) maka diketahui variabel motivasi (X_1) tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan tabungan mudharabah (Y). Hal ini dibuktikan dengan melihat nilai thitung < ttabel ($1.521 < 1.662$) dan Jika dilihat dari nilai signifikansi t sebesar $0,132 > 0,05$, yang artinya variabel motivasi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan tabungan mudharabah.
2. Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial (Uji T) maka diketahui variabel kualitas pelayanan (X_2) berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan tabungan mudharabah (Y). Hal ini dibuktikan dengan melihat nilai thitung > ttabel ($2.965 > 1.662$) dan jika dilihat dari nilai signifikansi t sebesar $0,008 < 0,05$, yang artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan tabungan mudharabah.
3. Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial (Uji T) maka diketahui variabel pengetahuan produk (X_3) berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan tabungan mudharabah (Y). Hal ini

4. dibuktikan dengan melihat nilai thitung > ttabel ($3.607 > 1.662$) dan jika dilihat dari nilai signifikansi t sebesar $0,000 < 0,05$, yang artinya variabel pengetahuan produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan tabungan mudharabah.
5. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi hipotesis maka diperoleh nilai Adjusted R square sebesar 0.658 (65,8%) artinya seluruh variabel X berpengaruh terhadap variabel Y dan sisanya sebesar 0.342 (34,2%) dapat dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Berdasarkan kesimpulan bahwa ada pengaruh yang signifikan pada motivasi, kualitas pelayanan dan pengetahuan produk terhadap keputusan nasabah menggunakan tabungan mudharabah pada PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelana Raya. Penulis mengemukakan saran sebagai berikut.

1. PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelana Raya harus mempertahankan motivasi, kualitas pelayanan dan pengetahuan produk agar nasabah tetap bertahan dan terus meningkat.
2. Bagi Universitas Potensi Utama, agar penelitian ini dapat berguna dan dapat menjadi bahan referensi untuk mahasiswa lainnya khususnya mahasiswa Universitas Potensi Utama dalam menyelesaikan tugasnya.
3. Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan untuk mendapatkan gambaran yang lebih luas tentang motivasi, kualitas pelayanan dan pengetahuan produk terhadap keputusan nasabah. Selain itu peneliti selanjutnya juga perlu memperluas pemikiran bagaimana cara meningkatkan minat masyarakat untuk bertransaksi di Bank Sumut Syariah KCP Marelana Raya, dengan menambahkan variabel kepercayaan, lokasi, dll.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis ucapkan terimakasih kepada kedua orang tua yang selalu memberikan dukungan dan doa selama ini, semoga Allah selalu memberikan kesehatan dan penulis juga mengucapkan terimakasih kepada pihak Universitas Potensi Utama yang telah menyediakan sarana untuk menimba ilmu sehingga penulis mendapatkan pengalaman serta pengajaran guna dapat menyediakan penelitian dengan baik.

REFERENSI

- [1] Arafah, S., Murtani, A., Kurniawan, R., Ritonga, S. R. W., Nazly, P., & Rizki, S. 2023 "The Effect of Using Mobile Applications, Using Social Media, Using E-Commerce, and Having IT Knowledge on The Performance of SMEs". *2023 International Conference on Information Management and Technology (ICIMTech)*. pp 621-626. IEE.
- [2] Amah, Nik. 2013. "Bank Syariah dan Umkm Dalam Menggerakkan Roda Perekonomian Indonesia: Suatu Kajian Literatur". *Jurnal Akutansi dan Pendidikan*. 2 (1): doi: <http://doi.org/10.25273/jap.v2i1.561>
- [3] Erina Resti, dkk. 2021. "Pengaruh Motivasi dan Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Ex Bank Syariah Mandiri KCP Palembang KM 6)." *Jurnal Ilmiah* 1 (2): 136-137. doi: <https://doi.org/10.36908/jimpa.v1i2.31>
- [4] Fatihudin, D. dan M.A. Firmansyah. 2019. *Pemasaran Jasa Straregi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Deepublish.
- [5] Hapsari, Trisera Renny Hapsari. 2015. "Pengaruh Kualitas Produk dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Mabung Pada Bank Muamalat Indonesia Syariah (Studi Kasus Pada Kantor Kas Baiturrahman Bank Muamalat Indonesia Syariah Semarang)". *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 4 (1): 311-316. doi: <https://doi.org/10.14710/jiab.2015.7312>

- [6] Humaira, H. 2020. "Mekanisme Konversi Tabungan Menjadi Akad Tabungan Mudharabah Pada Bank Aceh Syariah. Jurnal Geuthee." Jurnal Penelitian Multidisiplin 3 (3). doi: <http://geutheeinstitute.com/>
- [7] Hutagalung, M. A. K. 2021. Analisis Pengakuan Dan Pengukuran Akuntansi Aktiva Tetap Berwujud Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Marelان. Jurnal Al-Qasd Islamic Economic Alternative. 2(1). 92-104.
- [8] Kurniawati, Rini. 2019. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah Dalam Pembiayaan Murabahah Pada Bank BRI Syraiah KCP Ngawi". Skripsi, IAIN Ponogoro. doi: <http://etheses.iainponogoro.ac.id/>
- [9] Lubis, M. N., & Hutagalung, M. A. K. 2021. Pengaruh Pendapatan Bagi Hasil Pembiayaan Mudharabah dan Musyarakah Terhadap Return on Equity (ROE) Pada PT. Bank Sumut Syariah KCPSY Kota Baru Marelان. Jurnal Al-Qash Islamic Economic Alternative. 2(2). 144-153.
- [10] Lutfiani, A. H., & Musfiroh, M. F. S. 2022. Pengaruh Kualitas Pengaruh Kepercayaan dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah. Jurnal Akuntansi, Perbankan Syariah. 2 (3): 50-65
- [11] Marzuki. 2019. Pengaruh Bagi Hasil, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan Mudharabah (Studi Kasus Bank Muamalat Cabang Balaikota Medan). Jurnal Skripsi.
- [12] Nawaf. 2020. "Pengaruh Motivasi Menghindari Riba dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah (Studi Kasus Pada Bank BRI Syariah KCP Mojosari Mojokerto). UIN- Maulanan Malik Ibrahim.
- [13] Nitisusastro, M. 2013. Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan. Bandung: Alfabeta.
- [14] Nurlaeli, I. 2017. "Pengaruh Faktor, Budaya, Psikologi, Pelayanan, Promosi dan Pengetahuan Tentang Produk Terhadap Keputusan Nasabah Memilih BPRS di Banyumas." Islamadina Jurnal Pemikiran Islam 18 (2): 78-84. doi: 10.30595/islamadina.18i2.1922
- [15] Rahel, Muhammad. 2022. "Pengaruh Motivasi Menghindari Riba, Pengetahuan Produk, Brand Image Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di BMT NU Area Bondowoso I Kabupaten Bondowoso." Jurnal of Islamic Economics & Finance 5 (2).
- [16] Rahmawati, Ayuk Dian, Amirrullah Amirullah and Fachrudin Fiqri Affandy. 2022. "Praktik Tabungan Masyarakat Pedesaan Dalam Perspektif Fikih Muamalah." Jurnal Kajian Ekonomi dan Keuangan Syariah 1 (1): 57-77. doi: <https://doi.org/10.53491/oikonomika.v1i1.66>
- [17] Safitri, V. F. Y. 2017. Pengaruh Religius, Pengetahuan, Tingkat Keuntungan Bagi Hasil dan Fatwa MUI Tentang Keharaman Bunga Bank Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Salatiga). Skripsi Salatiga: Institut Agama Islam Negeri Salatiga. 35. doi: <http://e-repository.perpus.uinsalatiga.ac.id/id/eprint/2833>
- [18] Taufik Rizal, Austin Alexander. 2019. "Pengaruh Persepsi Bagi Hasil, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah Pada Mahasiswa Universitas Potensi Utama." Jurnal Samudra Ekonomika 3 (2).
- [19] Tjiptono, Fandy. 2014. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Entrepreneur University
- [20] Wiroso. 2013. Prinsip Dasar Perbankan Syariah. Jakarta: IAI