

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Deposito *Mudharabah* Pada PT. Bank Sumut Syariah KCPSy Marelان Raya

Factors Influecing Customer Decisions In Using Mudharabah Deposit At PT. Bank North Sumatra KCPSy Marelان Raya

Dinda Afrilli^{a,1}, Alim Murtani^{b,2}

^a Jurusan Perbankan Syariah Universitas Potensi Utama

^b Jl. KL. Yos Sudarso Km. 6,5 No 3-A, Tanjung Mulia, Medan, 20242, Indonesia

afrellidinda1@gmail.com¹

ABSTRAK

Persaingan antar bank dalam menarik hati masyarakat untuk memilih mendepositokan uangnya di bank masing-masing mengharuskan setiap bank memikirkan cara untuk tetap berinovasi. PT. Bank SUMUT Syariah KCPSy Marelان Raya juga harus memikirkan faktor yang mempengaruhi nasabah untuk berminat mendepositokan uangnya. Masalah yang terjadi yaitu ketidakyakinan nasabah dalam mendepositokan uangnya dan tidak memiliki pengalaman dalam mendepositokan uangnya di bank. Sehingga calon nasabah perlu informasi yang jelas untuk meyakinkan nasabah dalam mendepositokan uangnya. Secara bersama-sama religiusitas, informasi, pengetahuan dan minat investasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah pada PT. Bank SUMUT Syariah KCPSy Marelان Raya. Hal ini menandakan bahwa semakin baik tingkat religiusitas, informasi, pengetahuan dan minat investasi maka akan semakin tinggi pula keputusan nasabah pada PT. Bank SUMUT Syariah KCPSy Marelان Raya. Dari hasil pengujian SPSS diperoleh F hitung yaitu 174.187, F tabel (df pembilang = k dan df penyebut = $n-k-1$) maka (df pembilang = 4 dan df penyebut = $137-4-1 = 132$) sehingga F tabelnya adalah 2,44. F hitung > F tabel yaitu $174.187 > 2,44$, maka H_a diterima sehingga terdapat pengaruh antara seluruh variabel X terhadap variabel Y secara simultan. Berdasarkan hasil uji SPSS pada data Anova dalam kolom R Square = 0.836, maka seluruh variabel yang digunakan berpengaruh terhadap Variabel Keputusan Nasabah sebesar 83,6% dan sisanya yaitu 16,4% dipengaruhi oleh Variabel lain di luar persamaan regresi ini atau Variabel yang tidak diteliti

Kata Kunci : Religiusitas, Informasi, Pengetahuan, Minat Investasi, Keputusan Nasabah, Deposito Mudharabah

ABSTRACT

Competition between banks in attracting people to choose to deposit their money in their respective banks requires each bank to think of ways to keep innovating. PT. Bank SUMUT Syariah KCPSY Marelان Raya also has to think about the factors that influence customers to be interested in depositing their money. The problem that occurs is that customers are unsure of depositing their money and have no experience in depositing their money in a bank. So that prospective customers need clear information to convince customers to deposit their money. Together religiosity, information, knowledge and investment interest have a significant influence on customer decisions at PT. Bank SUMUT Syariah KCPSy Marelان Raya. This indicates that the better the level of religiosity, information, knowledge and interest in investment, the higher the customer's decision at PT. Bank SUMUT Syariah KCPSy Marelان Raya. From the results of SPSS testing, it is obtained that F count is 174.187, F table (df numerator = k and df denominator = $n-k-1$) then (df numerator = 4 and df denominator = $137-4-1 = 132$) so that the F table is 2.44. F count > F table that is $174.187 > 2.44$, then H_a is accepted so that there is an influence between all X variables on Y variables simultaneously. Based on the results of the SPSS test on ANOVA data in the column R Square = 0.836, then all the variables used affect the Customer Decision Variable by 83.6% and the remaining 16.4% is influenced by other variables outside this regression equation or variables not examined.

Keywords : Religiosity, Information, Knowledge, Investment Interest, Customer Decision, Mudharabah Deposit.

Info Artikel :

1. PENDAHULUAN

Persaingan antar bank dalam menarik hati masyarakat untuk memilih menandatangani uangnya di bank masing-masing mengharuskan setiap bank memikirkan cara untuk tetap berinovasi. PT. Bank SUMUT Syariah KCPSy Marelana Raya juga harus memikirkan faktor yang mempengaruhi nasabah untuk berminat menandatangani uangnya. [1]. Hal ini dibuktikan dengan penggunaan deposito yang diberikan oleh perbankan syariah setiap tahunnya seperti yang terlihat pada Tabel 1

Tabel 1 Data Deposito Mudharabah
di Bank SUMUT Syariah KCPSy Marelana Raya 2017-2021

Deposito	Tahun				
	2017	2018	2019	2020	2021
Mudharabah	128	126	97	102	139

Sumber: Bank SUMUT Syariah KCPSy Marelana Raya

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa pada tahun 2017 terdapat 128 nasabah, pada tahun 2018 terdapat 126 nasabah, pada tahun 2019 terdapat 97 nasabah, pada tahun 2020 terdapat 102 nasabah dan pada tahun 2021 terdapat 139 nasabah. Sehingga disimpulkan bahwa terjadi naik turunnya jumlah deposito mudharabah di Bank SUMUT Syariah KCPSy Marelana Raya.

Faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah dalam menandatangani uangnya umumnya terdiri dari Religiusitas, Informasi, Pengetahuan dan Minat Investasi. Religiusitas merupakan tingkah laku keagamaan yang disertai dengan ketaatan ajaran agama yang dianutnya. Religiusitas memiliki 5 dimensi, yaitu dimensi keyakinan (ideologis), dimensi praktik agama (ritualistik), dimensi pengalaman (eksperiensial), dimensi pengetahuan agama (intelektual), dan dimensi konsekuensi.

Masalah yang terjadi yaitu nasabah tidak mengetahui ketentuan deposito di Bank SUMUT Syariah KCPSy Marelana Raya yang sesuai dengan ajaran agama. Sehingga calon nasabah perlu informasi yang jelas untuk meyakinkan nasabah dalam menandatangani uangnya.

Informasi adalah hasil dari obrolan, baik obrolan secara tatap muka maupun via online. Dari pengetahuan yang di dapatkan, maka nasabah akan semakin yakin untuk menandatangani uangnya ke deposito Mudharabah.

Masalah yang terjadi adalah informasi yang disampaikan terlalu banyak dan tidak ringkas sehingga membingungkan nasabah dalam memahami maksud yang disampaikan dalam penjelasan produk yang dihasilkan dan ditawarkan.

Berbagai macam dan bentuk gabungan mengenai informasi terhadap suatu produk yang bisa kita peroleh bisa disebut dengan pengetahuan produk. Keputusan nasabah dalam membeli atau menggunakan produk perbankan tersebut dilihat dari tingkatan pengetahuan produk tersebut. Cakupan-cakupan yang masuk kedalam pengetahuan produk diantaranya adalah atribut atau ciri produk, terminologi produk, serta kepercayaan kategori produk, dan merek produk serta pengetahuan produk dibagi menjadi tiga kategori, yaitu produk sebagai perangkat karakteristik, produk sebagai perangkat manfaat, dan produk sebagai pemenuh nilai.

Masalah yang terjadi adalah produk deposito Mudharabah yang ditawarkan tidak sesuai dengan keinginan masyarakat sehingga mereka memutuskan untuk tidak memilih menabung di PT. Bank SUMUT Syariah KCPSy Marelana Raya dan minat mereka menjadi menurun.

Minat adalah proses memperhatikan dan mengambil tindakan hal-hal yang menyertai kesenangan. Minat adalah motivasi yang mendorong seseorang untuk mengambil tindakan untuk memenuhi kebutuhan.

Sehingga dengan adanya faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah dalam memilih menandatangani uangnya di PT. Bank SUMUT Syariah KCPSy Marelana Raya maka dapat meningkatkan minat investasi pada nasabah.

Deposito merupakan suatu produk bank yang mirip dengan jasa tabungan yang ditawarkan kepada masyarakat. Deposito adalah produk penyimpanan uang di bank dengan sistem setoran yang penarikannya hanya bisa dilakukan sesudah melewati waktu tertentu. Dana dalam deposito dijamin oleh pemerintah melalui Lembaga Penjamin Simpanan yang mempunyai syarat tertentu.

Berdasarkan uraian yang telah dijabarkan maka peneliti melakukan penelitian ke PT. Bank SUMUT Syariah KCPSy Marelana Raya untuk memperoleh data-data yang dibutuhkan mengenai faktor yang mempengaruhi nasabah dalam menggunakan deposito mudharabah di PT. Bank SUMUT Syariah KCPSy Marelana Rayadiantaranya Religiusitas, Informasi, Pengetahuan dan Minat Investasi.

2. TINJAUAN PUSTAKA

A. *Religiusitas*

1) Pengertian Religiusitas

Religiusitas merupakan tingkah laku keagamaan yang disertai dengan ketaatan ajaran agama yang dianutnya. Religiusitas memiliki 5 dimensi, yaitu dimensi keyakinan (ideologis), dimensi praktik agama (ritualistik), dimensi pengalaman (eksperiensial), dimensi pengetahuan agama (intelektual), dan dimensi konsekuensi.[2]

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, Religiusitas berarti pengabdian terhadap agama. Sistem religi mempunyai tiga wujud, yaitu wujud sebagai sistem keyakinan dan gagasan tentang Tuhan, dewa, roh halus, neraka, surga, dan sebagainya. Kedua, wujud berupa upacara, baik yang musiman maupun yang kadang kala. Ketiga, wujud sebagai benda-benda suci dan benda-benda religius.[3]

2) Indikator Religiusitas

a) Keyakinan

Keyakinan dan kepercayaan adalah suatu sikap yang ditunjukkan oleh manusia saat ia merasa cukup tahu dan menyimpulkan bahwa dirinya telah mencapai kebenaran. Karena keyakinan merupakan suatu sikap, maka keyakinan seseorang tidak selalu benar atau keyakinan semata bukanlah jaminan kebenaran.

b) Praktik Agama

Praktik keagamaan, yakni hubungan vertikal antara manusia dan Tuhan-Nya, dan hubungan horizontal atau hubungan antarumat beragama sesuai dengan ajaran agama.

c) Pengetahuan Agama

Pengetahuan agama adalah pengetahuan tentang ajaran ketuhanan, ajaran ibadah yang vertikal dan horizontal lewat utusan Allah SWT, yang pada hakikatnya merupakan segenap apa yang kita ketahui tentang objek tertentu, termasuk didalamnya ilmu.

d) Pengalaman

e) Pengalaman keagamaan, yakni berbagai bentuk pengalaman keagamaan yang dialami oleh penganut-penganut secara pribadi.

f) Konsekuensi

Konsekuensi adalah istilah yang tentunya sudah tidak asing lagi bagi kebanyakan orang. Istilah konsekuensi ini merujuk pada akibat dari perbuatan atau tindakan seseorang. Setiap hal yang dilakukan seseorang tentunya memiliki konsekuensi. [4]

B. Informasi

1) Pengertian Informasi

Informasi adalah hasil dari obrolan, baik obrolan secara tatap muka maupun via online. Dari pengetahuan yang di dapatkan, maka nasabah akan semakin. Informasi adalah hasil dari obrolan, baik obrolan secara tatap muka maupun via online. Dari pengetahuan yang di dapatkan, maka nasabah akan semakin yakin untuk mendepositokan uangnya.

Informasi atau dalam bahasa Inggrisnya adalah information, berasal dari kata informacion bahasa Prancis. Kata tersebut diambil dari bahasa Latin, yaitu "informationem" yang artinya "konsep, ide, garis besar". Informasi adalah suatu data yang sudah diolah atau diproses sehingga menjadi suatu bentuk yang memiliki arti bagi penerima informasi yang memiliki nilai bermanfaat. Sebagai dasar pengetahuan, informasi adalah kumpulan dari data yang diolah sehingga menjadi sesuatu yang berarti dan bermanfaat. Adapun data adalah fakta-fakta, angka-angka, atau statistik-statistik yang dapat menghasilkan kesimpulan. [4]

2) Indikator Religiusitas

Secara umum indikator informasi sebagai berikut:

a) Kemudahan

Kemudahan dalam mengakses informasi membuat dunia seolah tanpa batas lagi, jarak dan waktu bukan lagi menjadi penghalang.

b) Kelengkapan

Informasi-informasi yang terkumpul dapat diolah menjadi sebuah pengetahuan baru. Informasi merupakan hasil dari pemrosesan data menjadi sesuatu yang bermakna bagi yang menerimanya.

c) Ketelitian

Ketelitian adalah kemampuan alat ukur untuk memberikan hasil ukur yang mendekati hasil sebenarnya.

d) Kesesuaian

Informasi yang diperoleh oleh para pelanggan harus sesuai dengan kenyataannya. [5]

C. Pengetahuan

1) Pengertian Pengetahuan

Berbagai macam dan bentuk gabungan mengenai informasi terhadap suatu produk yang bisa kita peroleh bisa disebut dengan pengetahuan produk. Keputusan nasabah dalam membeli atau menggunakan produk perbankan tersebut dilihat dari tingkatan pengetahuan produk tersebut. [6]

2) Indikator Pengetahuan

Indikator pengetahuan meliputi:

a) Pendidikan

Pendidikan adalah pembelajaran pengetahuan, keterampilan, dan kebiasaan sekelompok orang yang diturunkan dari satu generasi ke generasi berikutnya melalui pengajaran, pelatihan, atau penelitian.

b) Media Sosial

Media sosial atau sering juga disebut sebagai sosial media adalah platform digital yang memfasilitasi pengguna untuk saling berkomunikasi atau membagikan konten berupa tulisan, foto, video dan merupakan platform digital yang menyediakan fasilitas untuk melakukan aktivitas sosial bagi setiap penggunaannya.

c) Lingkungan Masyarakat

Lingkungan adalah kombinasi antara kondisi fisik yang mencakup keadaan sumber daya alam seperti tanah, air, energi surya, mineral, serta flora dan fauna yang tumbuh di atas tanah maupun di dalam lautan, dengan kelembagaan yang meliputi ciptaan manusia seperti keputusan bagaimana menggunakan lingkungan fisik tersebut.

d) Pengalaman

Pengalaman ialah hasil persentuhan alam dengan panca indra manusia. Pengalaman memungkinkan seseorang menjadi tahu dan hasil tahu ini kemudian disebut pengetahuan. [7]

D. Minat Inventasi

1) Pengertian Minat Investasi

Minat adalah proses memperhatikan dan mengambil tindakan hal-hal yang menyertai kesenangan. Minat adalah motivasi yang mendorong seseorang untuk mengambil tindakan untuk memenuhi kebutuhan. [8]

2) Indikator Minat Inventasi

Indikator-indikator Minat Investasi diantaranya:

- a) Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
- b) Minat refrensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
- c) 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 prefrensinya.
- d) Minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut. [9][10]

E. Keputusan Nasabah

1) Pengertian Keputusan Nasabah

Keputusan nasabah adalah keinginan nasabah untuk menggunakan jasa atau kesetiaan nasabah dalam menggunakan jasa bank yang diinginkan dengan melihat yang sesuai dengan keinginan nasabah. Keputusan nasabah memilih produk atau jasa berbeda dengan nasabah lainnya, tergantung pada jenis tipe pembelannya. Semakin kompleks keputusan yang akan diambil maka semakin banyak pihak yang terkait dan makin besar pertimbangannya. [11][12]

2) Indikator Keputusan Nasabah

Ada beberapa indikator yang berpengaruh terhadap keputusan menabung yaitu:

a) Produk

Produk adalah barang atau jasa yang dapat diperjualbelikan.

b) Promosi

Promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya.

c) Pelayanan

Pelayanan adalah sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain, sedangkan melayani yaitu membantu menyiapkan (membantu apa yang diperlukan seseorang). Pelanggan merupakan produsen tunggal yang mengerjakan semua aspek *service encounter* spesifik. Contohnya ATM, internet banking, *online ticketing* dan pompa bensin swalayan.

d) Lokasi

Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya. [13]

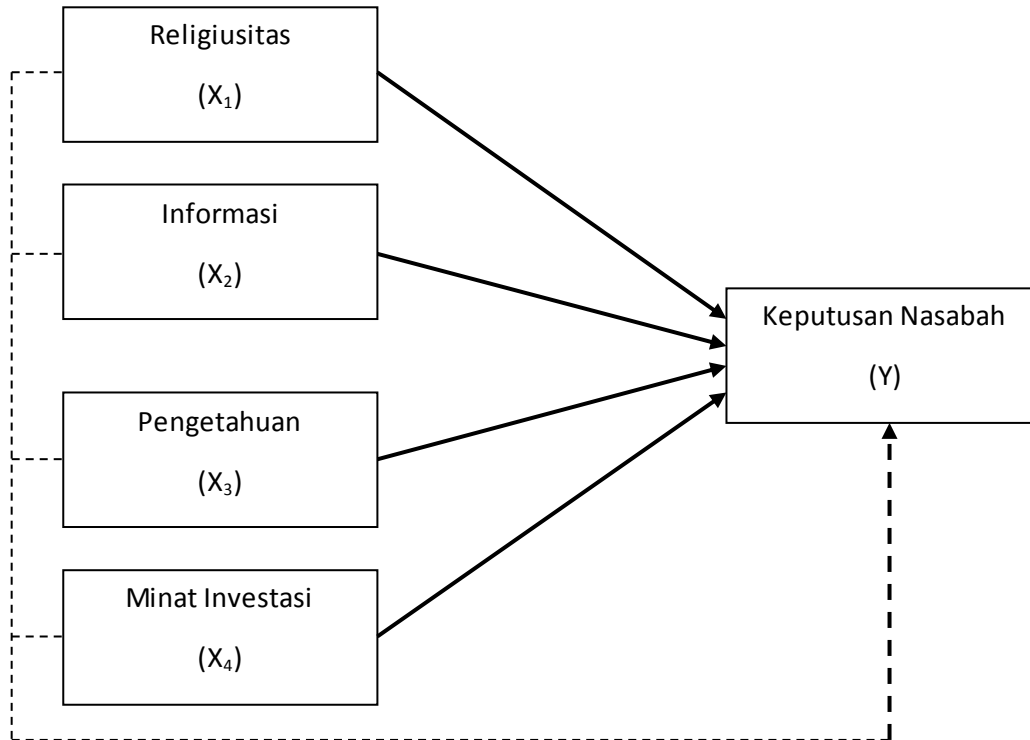
F. Deposito

Deposito merupakan suatu produk bank yang mirip dengan jasa tabungan yang ditawarkan kepada masyarakat. Deposito adalah produk penyimpanan uang di bank dengan sistem setoran yang penarikannya hanya bisa dilakukan sesudah melewati waktu tertentu. Dana dalam deposito dijamin oleh pemerintah melalui Lembaga Penjamin Simpanan yang mempunyai syarat tertentu.[14][15]

G. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan keterkaitan antara teori-teori atau konsep yang mendukung dalam penelitian yang digunakan sebagai pedoman dalam menyusun sistematis penelitian. Menyusun kerangka konseptual adalah menjawab secara rasional masalah yang telah dirumuskan dan

diidentifikasi mengapa fenomena itu terjadi yaitu dengan mengalirkan jalanpikiran dari pangkal pikir berdasarkan patokan pikir dengan kerangka yang logis. Hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat dalam penelitian ini yaitu Religiusitas, Informasi, Pengetahuan dan Minat Investasi dapat dijelaskan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

Hipotesis penelitian ini yaitu mengenai adanya pengaruh motivasi kepemimpinan dan pengawasan terhadap disiplin kerja mencakup :

- H₁ : Religiusitas berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk deposito di PT. Bank SUMUT Syariah KCPSy Marelan Raya.
- H₂ : Informasi berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk deposito di PT. Bank SUMUT Syariah KCPSy Marelan Raya.
- H₃ : Pengetahuan berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk deposito di PT. Bank SUMUT Syariah KCPSy Marelan Raya.
- H₄ : Minat Investasi berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk deposito di PT. Bank SUMUT Syariah KCPSy Marelan Raya.
- H₅ : Religiusitas, Informasi, Pengetahuan dan Minat Investasi berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk deposito di PT. Bank SUMUT Syariah KCPSy Marelan Raya.

3. METODE

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi dan waktu penelitian ini dijelaskan dan dijabarkan menggunakan sub lokasi penelitian dan waktu penelitian.

1) Lokasi Penelitian

Penelitian yang dilakukan di perusahaan PT. Bank SUMUT Syariah KCPSy Marelan Raya yang beralamat di Jl. Marelan Raya No.285AB, Rengas Pulau, Kec. Medan Marelan, Kota Medan, Sumatera Utara 20244.

2) Waktu Penelitian

Waktu penelitian telah peneliti rencanakan yang dimulai dari bulan Maret 2022 sampai bulan September 2022.

B. Jenis dan Sumber Data

Beberapa jenis dan sumber yang dilakukan pada penelitian ini diantaranya adalah:

1) Data Primer

Data primer yang digunakan yaitu penelitian ke lapangan menggunakan kuesioner yang berisi mengenai Religiusitas, Informasi, Pengetahuan dan Minat Investasi yang berada pada PT. Bank SUMUT Syariah KCPSy Marelan Raya kepada nasabah yang berjumlah 137 orang.

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data pendukung dan pelengkap data penelitian. Data sekunder diperoleh dari dokumen-dokumen yang ada di PT. Bank SUMUT Syariah, buku, jurnal, artikel dan sumber lain yang berkaitan dengan pembahasan judul penelitian.

C. Populasi dan Sampel

1) Populasi

Populasi adalah kumpulan orang-orang yang dijadikan objek pada penelitian ini. Populasi berkaitan dengan data-data. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari bulan April 2022, maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah para nasabah di PT. Bank SUMUT Syariah KCPSy Marelan Rayayang berjumlah 139 orang nasabah.

2) Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang dapat dan layak diselidiki dan jumlahnya lebih kecil dari populasi. Jumlah sampel dapat dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin.

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

Di mana:

n = Sampel

N = Populasi

e = Persentase kelonggaran.

Populasi (N) berjumlah 139 orang dengan taraf kesalahan (e) sebesar 1%, maka besarnya pengambilan sampel adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{139}{1 + 139(1\%)^2}$$

$$n = \frac{139}{1 + 139(0.0001)}$$

$$n = \frac{139}{1 + 0.0139}$$

$$n = 137,09$$

Berdasarkan perhitungan diatas dengan jumlah populasi 139 orang Nasabah, maka ukuran sampel yang diperoleh sebesar 137 orang Nasabah.

D. Teknik Pengumpulan Data

Beberapa teknik pengumpulan yang dilakukan pada penelitian ini diantaranya adalah:

1) Penelitian Kelapangan

Peneliti melakukan penelitian ke PT. Bank SUMUT Syariah KCPSyMarelanRayauntuk memperoleh data-data yang berkaitan dengan penelitian.

2) Quisioner

Peneliti menyebar quisioner kepada para nasabah PT. Bank SUMUT Syariah KCPSy Marelan Rayasehingga mendapatkan hasil nilai dari setiap variabel pada quisioner.

E. Teknik Analisis Data

Beberapa teknik pengumpulan yang dilakukan pada penelitian ini diantaranya adalah:

1) Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif adalah analisis yang dilakukan untuk menilai sebuah data yang layak untuk digunakan.

2) Uji Kualitas Data

Uji kualitas data meliputi uji validitas, uji reabilitas, uji analisis faktor dan uji analisis regresi berganda.

3) Uji Analisis Faktor

Uji Analisis Faktor digunakan untuk menganalisis variabel-variabel yang digunakan sebagai faktor yang berpengaruh terhadap variabel tetap.

4) Uji Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (bebas), dengan tujuan mengestimasi dan memprediksi rata-rata populasi atau nilai-nilai variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui.

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + E$$

Keterangan:

Y = Deposito Mudharabah

β_0 = Konstanta

X_1 =Religiusitas

X_2 =Informasi

X_3 = Pengetahuan

X_4 = Minat Investasi

E = Standar Error

5) Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji autokolerasi.

a) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah di dalam sebuah regresi variabel residualberdistribusi normal ataupun tidak. Data akan dikatakan berdistribusi normal apabila angka signifikan. $> 0,05$ dan data akan dikatakan tidak berdistribusi normal apabila angka signifikan $< 0,05$.

b) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah pengujian data dengan menggunakan Dasar pengambilan keputusan yaitu jika nilai toleransi $> 0,10$ dan VIF < 10 , maka terjadi gangguan multikolinearitas.

c) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mendapatkan nilai dan dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas apabila angka signifikansi $> 0,05$ dan dilihat dari scatter-plot apabila titiknya menyebar secara acak baik di bagian atas angka nol ataupun di bagian bawah angka nol dari sumbu vertikal atau sumbu Y.

d) Uji Autokolerasi

Uji Autokolerasi digunakan dengan cara membandingkan nilai Durbin Watson dengan table Durbin Watson. Dalam tabel Durbin Watson terdapat nilai batas atas (upperbound atau du) dan nilai batas atas (lowerbound atau d1).

F. Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya kolerasian antara variabel independen dan variabel dependen. Uji hipotesis terdiri dari analisis regresi linear berganda, koefisien determinasi (R^2), uji t dan uji F. Uji hipotesis terdiri dari analisis regresi linear berganda, koefisien determinasi (R^2), uji t dan uji F.

Pengujian Hipotesis meliputi uji parsial (Uji t), uji simultan (Uji f) dan koefisien determinasi (R^2).

1) Uji Parsial (Uji t)

Uji Parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Uji t bisa dilihat dari nilai t hitung dibandingkan dengan nilai t tabel, apabila t hitung $> t$ tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Kriteria yang digunakan adalah:

a) $H_0 : b_1 = 0$

Artinya, tidak ada pengaruh yang signifikan secara parsial pada masing-masing variabel independen.

b) $H_a : b_1 > 0$

Artinya, ada pengaruh yang signifikan secara parsial pada masing-masing variabel independen. Sedangkan kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. Taraf Signifikan ($\alpha = 0,01$)
2. Distribusi t dengan derajat kebebasan (n)
3. Apabila t hitung $> t$ tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima
4. Apabila t hitung $< t$ tabel maka H_0 diterima dan H_a ditolak

2) Uji Simultan (Uji f)

Uji Simultan digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersamaan terhadap variabel dependen dengan membandingkan nilai f hitung $> f$ tabel serta tingkat signifikansinya yang diperoleh. Hipotesis untuk kasus pengujian F-test di atas yaitu:

a) $H_0 : b_1, b_2, = 0$

Artinya, tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap dependen.

b) $H_a : b_1, b_2, > 0$

Artinya, ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap dependen.

3) Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi dimaksudkan untuk mengetahui besarnya persentase pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun simultan. Jika koefisien determinasi (R^2) semakin besar atau mendekati 1, maka dapat dikatakan bahwa kemampuan variabel bebas (X) adalah besar terhadap variabel terkait (Y). Hal ini berarti model yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas yang diteliti dengan variabel terkait. Sebaliknya, jika koefisien determinasi (R^2) semakin kecil atau mendekati 0 maka dapat dikatakan bahwa kemampuan variabel bebas (X) terhadap variabel terkait (Y) semakin kecil. Hal ini berarti model yang digunakan tidak cukup kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas yang diteliti dengan variabel terkait. Uji ini dapat dilihat dengan menggunakan rumus determinasi sebagai berikut :

Rumus :

$$D = R^2 \times 100\%$$

Dimana :

D = Determinasi

R^2 = Koefisien Determinasi

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan model regresi linear berganda dengan SPSS 17. Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal, tidak terdapat multikolinearitas, dan tidak terdapat heteroskedstisitas.

A. Hasil

1) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data residual berdistribusi normal atau tidak. Adapun cara untuk mengetahuinya yaitu dengan melihat grafik normal *probability plot* dan uji *kolmogrov-smirnov*.

Tabel 2. One-Sample kolmogorov-Smimov Test
One-Sample Kolmogorov-Smimov Test

		Unstandardized Residual
N		137
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.25835467
Most Extreme Differences	Absolute	.090
	Positive	.090
	Negative	-.060
Test Statistic		.080
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan tabel *Kolmogorov-Smirnov* diatas, diketahui bahwa nilai Dasar pengambilan keputusan dalam uji ini adalah jika $Sig > 0,05$ maka data berdistribusi normal, dan sebaliknya jika $Sig < 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal. Nilai Sig sebesar $0,200 > 0,05$ maka data berdistribusi normal.

2) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antara variabel dalam suatu model. Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui korelasi antar variabel independent dan ini dapat dilihat dari Nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan catatan apabila $VIF > 10$ maka diduga mempunyai persoalan multikolinearitas dan apabila $VIF < 10$ maka tidak terjadi multikolinieritas, Sedangkan nilai *Tolerance* dikatakan lolos bila nilai *Tolerance* < 1 Berdasarkan hasil pengolahan SPSS versi 25 dilihat pada Tabel Adapun hasil dari pengujian multikolinearitas adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.108	.114		.946	.346		
	RELIGIUSITAS	.251	.017	.532	14.833	.000	.937	1.067
	INFORMASI	.231	.015	.526	14.958	.000	.975	1.025
	PENGETAHUAN	.271	.017	.559	16.032	.000	.992	1.008
	MINAT INVESTASI	.246	.017	.508	14.099	.000	.930	1.075

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN NASABAH

Berdasarkan tabel di atas hasil uji multikolinieritas, diketahui nilai VIF untuk variabel religiusitas (X1) adalah 1.067, sedangkan nilai VIF untuk variabel Informasi (X2) adalah 1.025 dan nilai VIF untuk variabel Pengetahuan (X3) adalah 1.008. dan diketahui nilai VIF untuk variabel Mina Investasi (X4) adalah 1.075 Keempat nilai VIF masing-masing variabel $<$ dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas.

Selain nilai VIF, uji multikolinieritas juga bisa dilihat pada nilai *Tolerance*. Menurut Sugiyono, 2016, model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi multikolinieritas di antara variabel independen.

- Jika nilai *Tolerance* $> 0,10$ maka tidak terjadi multikolinieritas.
- Jika nilai *Tolerance* $< 0,10$ maka terjadi multikolinieritas.

Dapat dilihat pada tabel output diatas nilai *Tolerance* variabel religiusitas (X1) adalah 0.937, nilai *Tolerance* Informasi (X2) adalah 0.975, nilai *Tolerance* variabel Pengetahuan adalah 0.992 (X3) dan, nilai *Tolerance* variabel Minat Investasi (X4) adalah 0.930. Hal tersebut menunjukkan nilai *Tolerance* masing-masing variabel $> 0,10$ maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas

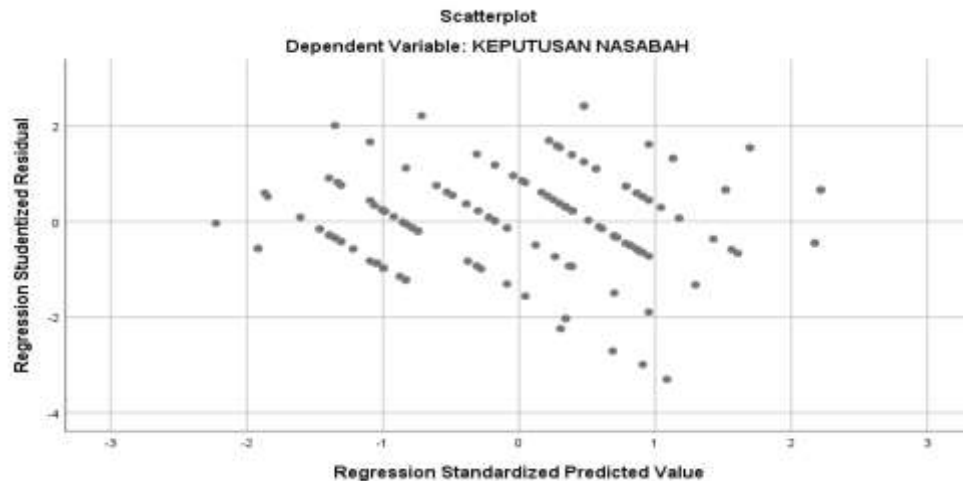
3) Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ini terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika Varians dari residual ke pengamatan lainnya tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda maka disebut dengan heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadinya heteroskedastisitas. Ada Beberapa yang dapat dipergunakan dalam menguji heteroskedastisitas yaitu :

- Metode *Scatter Plot*

Dalam metode ini peneliti dapat melihat dari grafik antara nilai terikat(dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Pada metode *Scatter Plot*, kriteria dalam penilaian adalah sebagai berikut.

1. Titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0.
2. Titik-titik data tidak mengumpul hanya dibawah atau diatas saja.
3. Penyebaran titik data tidak membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
4. Penyebaran titik-titik tidak berpola.



Sumber : Hasil olah data SPSS.25 tahun 2022

Berdasarkan hasil output *scatterplot* diatas diketahui bahwa semua kriteria dalam pengujian heterokedastisitas terpenuhi yaitu pola titik-titik menyebar diatas dan dibawah, serta titik-titik tidak membentuk suatu pola tertentu. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heterokedastisitas.

b) Uji Glejser

Uji Glejser dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya. Jika nilai signifikan antara variabel independen dengan absolut residual lebih dari 5% atau 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas atau terjadinya ketidaksamaan varians pada variabel yang satu dengan variabel yang lainnya.

Tabel 4. Uji Glejser Heterokedastisitas

		Coefficients ^a			
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	.221	.057		3.891
	RELIGIUSITAS	.008	.008	.085	.961
	INFORMASI	-.009	.008	-.104	-1.198
	PENGETAHUAN	.007	.008	.069	.799
	MINAT INVESTASI	-.004	.009	-.045	-.508

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN NASABAH

Berdasarkan hasil uji SPSS pada data Coefficients dalam kolom Sig diketahui nilai Sig seluruh variabel adalah >0.05 maka dapat disimpulkan tidak terjadi gejala heteroedastisitas atau dengan kata lain model regresi ini terbebas dari gejala heteroedastisitas.

4) Uji Parsial T

Uji T menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara parsial dalam menerangkan variabel dependen. Pengambilan keputusan terhadap uji t dapat dilakukan dengan dua cara, sebagai berikut :

- a) Jika $\text{sig} > 0,05$ maka H_0 diterima, Jika $\text{sig} < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- b) Jika $-t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima, Jika $t_{\text{hitung}} < -t_{\text{tabel}}$ dan $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Tabel 5. Hasil Uji T (Parsial)

		Coefficients ^a			t	Sig.
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.108	.114		.946	.346
	RELIGIUSITAS	.251	.017	.532	14.833	.000
	INFORMASI	.231	.015	.526	14.958	.000
	PENGETAHUAN	.271	.017	.559	16.032	.000
	MINAT INVESTASI	.246	.017	.508	14.099	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN NASABAH

Berikut ini hasil yang didapat dari tabel di atas dalam melihat pengaruh secara parsial atau secara sendiri-sendiri antara X_1 , X_2 , X_3 dan X_4 terhadap Y .

- 1) Religiusitas (X_1) terhadap Keputusan Nasabah

- a. Dari data diatas bahwa nilai sig adalah $0,000 < 0,05$ maka H_a diterima
- b. Untuk $t_{\text{hitung}} = 14.833$ dan $t_{\text{tabel}} 2,039$, jadi $14.833 > 2,039$ maka H_a diterima

Berdasarkan hasil uji SPSS pada data Coefficients dalam kolom nilai thitung yaitu $14.833 > 2,039$ maka dapat disimpulkan tidak terjadi gangguan heterokedastitas atau dengan kata lain model regresi ini terbebas dari gejala heterokedastitas dalam model regresi.

Secara parsial variabel religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah, dengan nilai berpengaruhnya sebesar 14.833 artinya jika religiusitas naik 1 satuan maka keputusan nasabah akan naik sebesar 14.833 dengan asumsi variabel lain konstan.

- 2) Informasi (X_2) terhadap Keputusan Nasabah

- a. Dari data diatas bahwa nilai sig adalah $0,000 > 0,05$ maka H_a ditolak
- b. Untuk $t_{\text{hitung}} = 14,954$ dan $t_{\text{tabel}} 2,039$, jadi $14,954 < 2,039$ maka H_a diterima

Berdasarkan hasil uji SPSS pada data Coefficients dalam kolom thitung yaitu $14,954 > 2,039$ maka dapat disimpulkan terjadi gangguan heterokedastitas atau dengan kata lain model regresi ini terbebas dari gejala heterokedastitas dalam model regresi.

Secara parsial variabel informasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah, dengan nilai berpengaruhnya sebesar 14,954 artinya jika religiusitas naik 1 satuan maka keputusan nasabah akan naik sebesar 14,954 dengan asumsi variabel lain konstan.

- 3) Pengetahuan (X_3) terhadap Keputusan Nasabah

- a. Dari data diatas bahwa nilai sig adalah $0,000 > 0,05$ maka H_a ditolak
- b. Untuk $t_{\text{hitung}} = 16,032$ dan $t_{\text{tabel}} 2,039$, jadi $16,032 < 2,039$ maka H_a diterima

Berdasarkan hasil uji SPSS pada data Coefficients dalam kolom thitung yaitu $16,032 < 2,039$ maka dapat disimpulkan terjadi gangguan heterokedastitas atau dengan kata lain model regresi ini terbebas dari gejala heterokedastitas dalam model regresi.

Secara parsial variabel pengetahuan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah, dengan nilai berpengaruhnya sebesar 16,032 artinya jika religiusitas naik 1 satuan maka keputusan nasabah akan naik sebesar 16,032 dengan asumsi variabel lain konstan.

4. Minat Investasi (X_4) terhadap Keputusan Nasabah

- a. Dari data diatas bahwa nilai sig adalah $0,000 < 0,05$ maka H_a diterima
- b. Untuk $t_{\text{hitung}} = 14,099$ dan $t_{\text{tabel}} 2,039$, jadi $16,032 > 2,039$ maka H_a diterima

Berdasarkan hasil uji SPSS pada data Coefficients dalam kolom thitung yaitu $14,099 > 2,039$ maka dapat disimpulkan tidak terjadi gangguan heteroskedastisitas atau dengan kata lain model regresi ini terbebas dari gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

Secara parsial variabel pengetahuan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah, dengan nilai pengaruhnya sebesar 14,099 artinya jika religiusitas naik 1 satuan maka keputusan nasabah akan naik sebesar 14,099 dengan asumsi variabel lain konstan.

5) Uji F (Uji Simultan)

Uji F bertujuan untuk menguji apakah variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen. Adapun hasil dari uji F adalah sebagai berikut :

Tabel 6. Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	47.915	4	11.979	174.187	.000 ^a
	Residual	9.078	132	.069		
	Total	56.993	136			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN NASABAH

b. Predictors: (Constant), MINAT INVESTASI, PENGETAHUAN, RELIGIUSITAS, INFORMASI

Untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan atau secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Pengambilan keputusan menggunakan dua cara, yaitu :

a) Jika Sig > 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak

b) Jika Sig < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Berdasarkan tabel di atas nilai Sig adalah $0,000 < 0,05$, maka H_a diterima atau dengan kata lain terdapat pengaruh seluruh variabel X terhadap variabel Y.

F hitung > F tabel maka H_0 diterima

Jika F hitung < F tabel maka H_0 ditolak.

F tabel (df pembilang = k dan df penyebut = n-k-1) maka (df pembilang = 4 dan df penyebut = $137-4-1 = 132$) sehingga F tabelnya adalah 2,44. F hitung > F tabel yaitu $174.187 > 2,44$, maka H_a diterima sehingga terdapat pengaruh antara seluruh variabel X terhadap variabel Y secara simultan.

6) Uji Determinasi

Tabel 7. Uji koefisiensi Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.917 ^a	.841	.836	.262

a. Predictors: (Constant), MINAT INVESTASI, PENGETAHUAN, RELIGIUSITAS, INFORMASI

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN NASABAH

Berdasarkan hasil uji SPSS pada data Anova dalam kolom R Square = 0.836, maka seluruh variabel yang digunakan berpengaruh terhadap Variabel Keputusan Nasabah sebesar 83,6% dan sisanya yaitu 16,4% dipengaruhi oleh Variabel lain di luar persamaan regresi ini atau Variabel yang tidak diteliti.

B. Pembahasan

1) Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah

Religiusitas merupakan tingkah laku keagamaan yang disertai dengan ketaatan ajaran agama yang dianutnya. Religiusitas memiliki 5 dimensi, yaitu dimensi keyakinan (ideologis),

dimensi praktik agama (ritualistik), dimensi pengalaman (eksperiensial), dimensi pengetahuan agama (intelektual), dan dimensi konsekuensi.

Berdasarkan hasil uji SPSS pada data Coefficients dalam kolom Collinearity Statistics diketahui nilai thitung yaitu $14.833 > 2,039$ maka dapat disimpulkan tidak terjadi gangguan heteroskedastisitas atau dengan kata lain model regresi ini terbebas dari gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Widiyapraja, dkk (2021) dengan hasil penelitian dapat dikatakan bahwa variabel religiusitas mempengaruhi variabel minat menabung dengan nilai t hitung positif untuk variabel religiusitas 3,855 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 2,00324 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Artinya dapat disimpulkan bahwa ditolak dan diterima yang berarti variabel religiusitas berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat menabung nasabah BRI Syariah Jombang, di mana besarnya pengaruh religiusitas sebesar 46,4% terhadap minat menabung nasabah BRI Syariah Jombang.

2) Pengaruh Informasi Terhadap Keputusan Nasabah

Informasi adalah hasil dari obrolan, baik obrolan secara tatap muka maupun via online. Dari pengetahuan yang di dapatkan, maka nasabah akan semakin yakin untuk menandatangani uangnya.

Berdasarkan hasil uji SPSS pada data Coefficients dalam kolom Collinearity Statistics diketahui nilai thitung yaitu $14,954 > 2,039$ maka dapat disimpulkan terjadi gangguan heteroskedastisitas atau dengan kata lain model regresi ini terbebas dari gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Parmitasari (2021) diperoleh hasil uji t pada variabel pengetahuan dan informasi (X3) diperoleh probabilitas Sig sebesar 0,00. Nilai Sig $< 0,05$ ($0,00 < 0,05$), maka keputusannya secara parsial pengetahuan dan informasi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank NTB syariah. Sementara itu variabel pengetahuan dan informasi atau X3 mempunyai thitung yakni 3,640 dengan ttabel = 0,676. Jadi thitung $>$ ttabel. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel X3 memiliki kontribusi terhadap Y.

3) Pengaruh Pengetahuan Terhadap Keputusan Nasabah

Berbagai macam dan bentuk gabungan mengenai informasi terhadap suatu produk yang bisa kita peroleh bisa disebut dengan pengetahuan produk. Keputusan nasabah dalam membeli atau menggunakan produk perbankan tersebut dilihat dari tingkatan pengetahuan produk tersebut.

Berdasarkan hasil uji SPSS pada data Coefficients dalam kolom Collinearity Statistics diketahui nilai thitung yaitu $-16,032 < 2,039$ maka dapat disimpulkan terjadi gangguan heteroskedastisitas atau dengan kata lain model regresi ini terbebas dari gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Apriyanti (2021) oleh hasil penelitian terbukti bahwa variabel pengetahuan mempunyai hubungan yang signifikan terhadap keputusan memilih bank syariah dengan nilai signifikansi sebesar 0.04, artinya lebih kecil dari 0.05, adapun besarnya hubungan pengetahuan terhadap keputusan memilih bank syariah sebesar 0.433.

4) Pengaruh Minat Investasi Keputusan Nasabah

Minat adalah proses memperhatikan dan mengambil tindakan hal-hal yang menyertai kesenangan. Minat adalah motivasi yang mendorong seseorang untuk mengambil tindakan untuk memenuhi kebutuhan.

Berdasarkan hasil uji SPSS pada data Coefficients dalam kolom Collinearity Statistics diketahui nilai t_{hitung} yaitu $14,099 > 2,039$ maka dapat disimpulkan tidak terjadi gangguan heteroskedastisitas atau dengan kata lain model regresi ini terbebas dari gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Maharani, dkk (2021) perolehan hasil output yang didapat dari minat investasi menunjukkan $t_{hitung} 2,833 > t_{tabel} 1,978$ dengan nilai t signifikan sebesar $0,000 > 0,05$, dengan menggambarkan nilai kontribusi sebesar 83%. Sehingga hasil yang didapat minat investasi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung.

- 5) Pengaruh Religiusitas, Informasi, Pengetahuan dan Minat Investasi Terhadap Keputusan Nasabah

Berdasarkan hasil uji SPSS pada data Anova dalam kolom R Square = 0.836, maka seluruh variabel yang digunakan berpengaruh terhadap Variabel Keputusan Nasabah sebesar 83,6% dan sisanya yaitu 16,4% dipengaruhi oleh Variabel lain di luar persamaan regresi ini atau Variabel yang tidak diteliti.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dari bab-bab sebelumnya yang telah dilakukan maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

- 1) Secara bersama-sama religiusitas, informasi, pengetahuan dan minat investasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah pada PT. Bank SUMUT Syariah KCPSy Marelana Raya. Hal ini menandakan bahwa semakin baik tingkat religiusitas, informasi, pengetahuan dan minat investasi maka akan semakin tinggi pula keputusan nasabah pada PT. Bank SUMUT Syariah KCPSy Marelana Raya.
- 2) F_{hitung} ($df_{pembilang} = k$ dan $df_{penyebut} = n-k-1$) maka ($df_{pembilang} = 4$ dan $df_{penyebut} = 137-4-1 = 132$) sehingga F_{hitung} adalah 2,44. $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $174,187 > 2,44$, maka H_0 diterima sehingga terdapat pengaruh antara seluruh variabel X terhadap variabel Y secara simultan.
- 3) Berdasarkan hasil uji SPSS pada data Anova dalam kolom R Square = 0.836, maka seluruh variabel yang digunakan berpengaruh terhadap Variabel Keputusan Nasabah sebesar 83,6% dan sisanya yaitu 16,4% dipengaruhi oleh Variabel lain di luar persamaan regresi ini atau Variabel yang tidak diteliti.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Universitas Potensi Utama karena telah banyak membantu dalam penyelesaian jurnal penulis.

REFERENSI

- [1] purnama sari Hasibuan and Alimmurtani, "Mudharabah Terhadap Service Quality," vol. 1, no. 1, pp. 784–793.
- [2] R. Maharani, T. Supriyanto, and M. Rahmi, "Faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung di bank syariah (studi kasus pada bsi ex bsm) factors affecting readability in saving in sharia bank (case study on bsi ex bsm)," *J. Syariah P*, vol. 7, no. 2, pp. 127–136, 2021, [Online]. Available: www.bankbsi.co.id
- [3] JU. P. T. Perpustakaan and P. B. Karno, *Religiusitas Sukarno*, no. 1.
- [4] H. A. Rusdiana and M. Irfan, "Sistem Informasi Manajemen," *Sist. Inf. Manaj.*, pp. 5–387, 2014.
- [5] N. Rusmin, "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN MANDIRI SYARIAH PAREPARE Factors Affecting Customer ' s Decision In Saving In Bank Mandiri Syariah," *J. Univ. Muammadiyah Parepare*, pp. 98–105, 2020.
- [6] L. A. Pascasarjana, K. Syariah, I. Teknologi, D. Bisnis, and A. Dahlan Jakarta, "Analisis Faktor-faktor yang

- Berpengaruh Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah,” *J. Ilm. Ekon. Islam*, vol. 7, no. 03, pp. 1366–1371, 2021, [Online]. Available: <http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie>
- [7] B. Widiapraja, H. Haryono, and A. Fatah, “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah untuk Menabung pada Bank BRI Syariah di Jombang,” *Bharanomics*, vol. 1, no. 2, pp. 43–50, 2021, doi: 10.46821/bharanomics.v1i2.152.
- [8] R. Dwi Ayu Parmitasari, dkk, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Kabupaten Bima Menabung Di Bank NTB Syariah,” *Islam. banking, Econ. Financ. J.*, vol. 3, no. 2, pp. 102–117 diakses Desember 8, 2021., 2021, [Online]. Available: <http://eprints.walisongo.ac.id/5966/>
- [9] S. Syahriyal, “Pengaruh Persepsi Nilai Dan Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menabung Serta Dampaknya Kepada Keputusan Menabung Pada Perbankan Syariah Di Banda Aceh,” *J. Perspekt. Ekon. Darussalam*, vol. 4, no. 1, pp. 139–156, 2019, doi: 10.24815/jped.v4i1.10930.
- [10] Fitriyani and K. Tambunan, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Deposito Mudharabah Pada Bsi Kcp Stabat Proklamasi,” *Regress J. Econ. Manag.*, vol. 2, no. 1, pp. 21–34, 2022, doi: 10.57251/reg.v2i1.276.
- [11] 홍종욱, “3월 1일의 밤은 대한민국의 봄이었다 — 권보드래. 3월 1일의 밤: 폭력의 세기에 꾸는 평화의 꿈? (돌베개, 2019) —,” *Concept Commun.*, vol. null, no. 23, pp. 301–316, 2019, doi: 10.15797/concom.2019..23.009.
- [12] A. Arzam and H. Katjina, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Deposito Mudharabah Pada Bank Muamalat Indonesia,” *Entries*, vol. 4, pp. 37–54, 2022, [Online]. Available: <http://jurnal-umbuton.ac.id/index.php/entries/article/view/2631%0Ahttps://jurnal-umbuton.ac.id/index.php/entries/article/download/2631/1404>
- [13] N. Ik. Ramadhani, J. Susyanti, and M. K. ABS, “Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah Kota Malang,” *e-Jurnal Ris. Manaj.*, p. h. 81, 2019, [Online]. Available: www.fe.unisma.ac.id/email:e.jrm.feunisma@gmail.com
- [14] Nurul Ichsan Hasan, *Sambutan: Prof. Dr. Suyatno, M.Pd. (Rektor UHAMKA)*. 2014.
- [15] S. V. Wahyuni and A. Afriyeni, “Aktivitas Penghimpunan Dana Deposito Pada Pt. Bank Pembangunan Daerah (Bpd) Sumatera Barat Cabang Lintau,” *Management*, vol. 2, no. 1, pp. 25–26, 2019.
- [16] Hartono, I. K., & Kasmin, M. A. (2021). Electronic Marketing Model for Higher Education.
- [17] Kurniawan, R. (2014). Peranan pembiayaan warung mikro Bank Syariah Mandiri dalam meningkatkan usaha masyarakat Kecamatan Batang Toru (Doctoral dissertation, IAIN Padangsidimpuan).
- [18] Arafah, S. (2019). Pengukuran Efektivitas Pemasaran Tagline Iklan Shopee Dalam Melihat Minat Konsumen. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi Islam*, 4(2), 80-91.
- [19] Miko, J., & Yudrieka, T. (2020). Sosiodemografi Memoderasi Pemahaman Masyarakat Dengan Mendeterminasi Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal (Studi Kasus: Masyarakat Kota Medan). Muhammadiyah University North Sumatra.
- [20] Hartono, H., Sadikin, M., Sari, D. M., Anzelina, N., Lestari, S., & Dari, W. (2020). Implementation of Artificial Neural Networks with Multilayer Perceptron for Analysis of Acceptance of Permanent Lecturers. *Jurnal Mantik*, 4(2), 1389-1396.
- [21] Ridwan, M., & Hutagalung, M. A. K. (2020). Analisis Pengaruh e-Banking Terhadap Pelayanan dan Kemudahan Perbankan Syariah dalam Bertransaksi (Studi Kasus Masyarakat Kota Medan). *NUKHBATULULUM: Jurnal Bidang Kajian Islam*, 6(2), 221-243.
- [22] Al-Butary, B., Murtani, A., Soemitra, A., & Muda, I. (2021). HOW THE EFFECT OF ONLINE TRANSPORTATION ON COMMUNITY WELFARE THROUGH UNEMPLOYMENT VARIABLESCOVID 19 IN MEDAN CITY. *Journal of Contemporary Issues in Business & Government*, 27(6).