

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PREFERENSI NASABAH TERHADAP BANK SYARIAH DI KOTA PALOPO

Anggriani Dewi

Jurusan Akuntansi Audit Internal, Universitas Muhammadiyah (UM) Palopo

Kartinwulan@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor religi, faktor produk, dan faktor kualitas pelayanan terhadap preferensi nasabah untuk berhubungan dengan bank BRI Syariah di Kota Palopo. Metode penelitian yang digunakan yaitu pembagian kuesioner kepada nasabah bank BRI Syariah Kota Palopo. Dengan menggunakan rumus Slovin, maka sampel penelitian ini sebanyak 171 orang nasabah yang menabung di bank BRI Syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari tiga variabel yaitu variabel faktor religi, faktor produk dan faktor kualitas pelayanan memiliki hasil yang berbeda-beda. Variabel faktor religi (X1) berpengaruh terhadap preferensi nasabah (Y). Variabel faktor produk (X2) berpengaruh terhadap preferensi nasabah (Y). Dan variabel faktor kualitas pelayanan (X3) tidak berpengaruh terhadap preferensi nasabah (Y) dan semua variabel independen dalam penelitian ini secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu preferensi nasabah. Kesimpulan penelitian ini adalah Variabel faktor religimempunyai tingkat signifikansi sebesar 0,018. Hal ini berarti H_1 diterima sehingga dapat dikatakan bahwa faktor religiberpengaruh secara signifikan terhadap preferensi nasabah, karena tingkat signifikansi yang dimiliki variabel faktor religi lebih kecil dari 0,05. Variabel faktor produk mempunyai tingkat signifikansi sebesar 0,038. Hal ini berarti H_2 diterima sehingga dapat dikatakan bahwa Faktor Produk berpengaruh secara signifikan terhadap Preferensi Nasabah, karena tingkat signifikansi yang dimiliki variabel Faktor Produk lebih kecil dari 0,05. Variabel kualitas pelayanan mempunyai tingkat signifikansi sebesar 0,115. Hal ini berarti H_3 ditolak sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap preferensi nasabah, karena tingkat signifikansi yang dimiliki variabel kualitas pelayanan lebih besar dari 0,05. Disarankan kepada peneliti selanjutnya hendaknya untuk mengembangkan konsep dan instrumen mengenai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap preferensi nasabah untuk menabung di Bank BRI Syariah.

Kata Kunci: Faktor Religi, Faktor Produk, Faktor Kualitas Pelayanan, Preferensi Nasabah

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of religious factors, product factors, and service quality factors on customer preferences for dealing with BRI Syariah banks in Palopo City. The research method used is the distribution of questionnaires to BRI Syariah Bank Palopo City customers. By using the Slovin formula, the study sample was 171 customers saving at BRI Syariah banks. The results showed that of the three variables namely religious factors, product factors and service quality factors have different results. The religious factor variable (X1) influences customer preferences (Y). Product factor variable (X2) influences customer preferences (Y). And service quality factor variable (X3) does not affect customer preferences (Y) and all independent variables in this study together (simultaneously) significantly influence the dependent variable, namely customer preferences. The conclusion of this study is the religiosity variable has a significance level of 0.018. This means that H_1 is accepted so that it can be said that the religions factor has a significant influence on customer preferences, because the level of significance of the religious factors variable is smaller than 0.05. Product factor variables have a significance level of 0.038. This means that H_2 is accepted so it can be said that the Product Factor has a significant effect on Customer Preferences, because the level of significance possessed by the Product Factor variable is less than 0.05. The service quality variable has a significance level of 0.115. This means that H_3 is rejected so it can be said that service quality does not significantly influence customer preferences, because the level of significance possessed by the service quality variable is greater than 0.05. It is suggested to the next researcher to develop concepts and instruments regarding the factors that influence to the preferences of customers to save at BRI Syariah Bank.

Keywords: Religious Factors, Product Factors, Service Quality Factors, Customer Preferences.

PENDAHULUAN

Pada zaman globalisasi seperti sekarang ini, perkembangan dan praktek ekonomi Islam secara internasional maupun nasional semakin membumi. Perkembangan ekonomi Islam di Indonesia ditandai dengan pesatnya kajian dan publikasi mengenai prinsip-prinsip dan praktek-praktek ekonomi syariah.

Perekonomian sangatlah lekat dengan kehidupan manusia sehari-hari dan menunjang kehidupan manusia. Peranan perekonomian yang begitu penting ini membuat banyak manusia mengembangkannya. Salah satu hasil pengembangan perekonomian tersebut adalah adanya ekonomi yang berbasis agama Islam atau lebih dikenal dengan ekonomi Islam. Seiring dengan perkembangannya, ternyata ekonomi Islam mulai menarik perhatian dunia dengan sistem dan kaidah-kaidah yang ada di dalamnya. Salah satunya adalah adanya konsep tentang bank Islam yang sering disebut dengan Sistem Perbankan Syariah (Finna Putri Barna, 2010).

Indonesia merupakan suatu negara dengan sebagian besar penduduknya muslim. Namun hal ini belum cukup membuat bank-bank syariah menjadi bank yang besar di Indonesia karena minat masyarakatnya yang masih kurang. Bank syariah seolah seperti sulit menembus dominasi perbankan konvensional, padahal mayoritas masyarakat Indonesia adalah muslim. Hal ini disebabkan perkembangan sektor perbankan tidak terlepas dari perilaku konsumen dalam menentukan pilihannya untuk menggunakan jasa perbankan, apakah akan menggunakan jasa perbankan syariah atau jasa perbankan konvensional yang telah dulu memainkan perannya di Industri perbankan Indonesia (Imam Mu'aziz, 2017).

Kehadiran bank syari'ah di tengah-tengah perbankan konvensional adalah untuk menawarkan sistem perbankan alternatif bagi umat Islam yang membutuhkan atau ingin memperoleh layanan jasa perbankan tanpa harus melanggar larangan riba. Sebagaimana disinyalir oleh para ekonom muslim, ada dua alasan utama mengenai latar belakang berdirinya bank syari'ah, yaitu: (1) adanya pandangan bahwa bunga (*interest*) pada bank konvensional itu hukumnya haram karena termasuk dalam kategori riba yang dilarang dalam agama, bukan saja pada agama Islam tetapi juga pada agama samawi lainnya; (2) dari aspek ekonomi, penyerahan resiko usaha terhadap salah satu pihak dinilai melanggar norma keadilan dan dapat menimbulkan rasa mementingkan diri sendiri (*selfshness*). Dalam jangka panjang sistem perbankan konvensional akan menyebabkan penumpukan kekayaan pada segelintir orang yang memiliki kapital besar (Anita Rahmawaty, 2014).

Upaya pengembangan perbankan syariah di Indonesia didukung secara intensif oleh tiga lembaga yaitu BI, Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) dan Komite Akuntansi Syariah-Ikatan Akuntan Indonesia (KAS-IAI). Berdasarkan Data statistik perbankan syariah BI per Desember 2014 jumlah perbankan syariah di Indonesia ada 11 buah dengan total aset perbankan syariah di atas Rp. 250 triliun. Dibandingkan periode satu tahun sebelumnya, aset perbankan syariah telah mengalami lebih dari 25% (Junaidi, 2015).

Hadirnya perbankan syariah yang kian hari kian merambat keseluruhan wilayah Indonesia dipicu oleh keinginan masyarakat dalam menggunakan jasa keuangan yang berbasis syariah. Kecenderungan tersebut didorong adanya rasa ingin mencoba bertransaksi dengan bank syariah karena merupakan sesuatu yang baru.

Salah satu fungsi utama bank syariah adalah sebagai lembaga intermediasi (*intermediary institution*), yaitu berfungsi menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana-dana tersebut kepada masyarakat yang membutuhkannya dalam bentuk pembiayaan. Dalam melayani setiap nasabah, pihak bank mengutamakan pelayanan yang menyenangkan karena pelayanan menyenangkan akan menghasilkan kepuasan nasabah secara optimal. Untuk menghasilkan kepuasan nasabah secara optimal, pihak bank syariah senantiasa menyajikan kualitas pelayanan yang baik, disesuaikan dengan harapan dan kebutuhan nasabah sehingga akan tercipta loyalitas nasabah (Shofa Rabbani, 2013).

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Apakah faktor religi berpengaruh terhadap preferensi nasabah Bank Syariah di Kota Palopo?
- b. Apakah faktor produk berpengaruh terhadap preferensi terhadap nasabah Bank Syariah di Kota Palopo?
- c. Apakah faktor kualitas pelayanan berpengaruh terhadap preferensi nasabah Bank Syariah di Kota Palopo?

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui apakah faktor religi berpengaruh terhadap preferensi nasabah Bank Syariah di Kota Palopo
- b. Untuk mengetahui apakah faktor produk berpengaruh terhadap preferensi nasabah Bank Syariah di Kota Palopo
- c. Untuk mengetahui apakah faktor kualitas pelayanan terhadap preferensi nasabah Bank Syariah di Kota Palopo

TINJAUAN PUSTAKA

Konsep Bank

Menurut Undang-undang nomor 10 Tahun 1998 tentang perubahan atas Undang-undang No. 7 tahun 1992 tentang perbankan, lembaga keuangan bank terdiri atas bank umum dan bank perkreditan rakyat. Bank umum dan bank perkreditan rakyat dapat memilih untuk melaksanakan kegiatan usahanya atas dasar prinsip bank konvensional atau bank berdasarkan prinsip syariah. Abdurrachman dalam *Ensiklopedia Ekonomi Keuangan dan perdagangan* (1993) menjelaskan bahwa, bank adalah suatu jenis lembaga keuangan yang melaksanakan berbagai macam jasa, seperti memberikan pinjaman, mengedarkan mata uang, pengawasan terhadap mata uang, bertindak sebagai tempat penyimpanan benda-benda berharga, membiayai usaha perusahaan-perusahaan dan lain-lain.

Secara umum, fungsi utama bank adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali kepada masyarakat untuk berbagai tujuan atau sebagai *finansial intermediary*. Secara lebih spesifik bank memiliki beberapa fungsi sampingan, antara lain:

- a. Mendukung kelancaran mekanisme pembayaran. Selain menyalurkan dana, sebagai intermediasi bank juga berfungsi sebagai pendukung kelancaran mekanisme transaksi di masyarakat. Jasa yang ditawarkan untuk menunjang fungsi ini termasuk transfer dana antar rekening dalam negeri, penyediaan fasilitas pembayaran secara kredit seperti kartu kredit, jasa pembayaran tagihan, sistem pembayaran elektronik, sarana penyaluran gaji karyawan ataupun penghasilan lainnya.
- b. Mendukung kelancaran transaksi internasional. Bank juga dibutuhkan untuk memperlancar transaksi internasional. Kesulitan bertransaksi karena perbedaan geografis, jarak, budaya dan sistem moneter antara dua pihak yang berbeda negara akan selalu hadir. Kehadiran bank akan memudahkan penyelesaian transaksi-transaksi tersebut dengan lebih mudah,

cepat, dan murah. Bank memastikan kelancarannya melalui jasa penukaran mata uang asing ataupun transfer dana luar negeri untuk transaksi internasional.

- c. Penciptaan Uang. Uang yang diciptakan oleh bank ini merupakan uang giral yang berarti alat pembayaran lewat mekanisme pemindahbukuan (kliring). Proses penciptaan uang diregulasi oleh bank sentral untuk pengaturan jumlah uang yang beredar karena dapat mempengaruhi ekonomi.
- d. Sarana Investasi. Kini bank juga dapat berfungsi sebagai sarana investasi melalui jasa reksa dana atau produk investasi yang ditawarkan bank sendiri seperti derivatif, emas, mata uang asing, saham.
- e. Penyimpanan Barang Berharga. Fungsi bank yang telah tersedia dari dahulu kala adalah penyimpanan barang berharga. Nasabah dapat menyimpan barang berharganya seperti perhiasan, emas, surat-surat berharga, ataupun barang berharga lainnya. Bank juga dapat menyewakan *safe deposit box*.

Konsep Perbankan Syariah

Perbankan syariah adalah perbankan yang berlandaskan kepada *Al-Quran* dan *Al-Hadits* dalam menjalankan kegiatan usahanya. Sistem perbankan syariah mengharamkan transaksi yang mengandung *riba*, *gharar*, dan *masyir*. Dalam konteks perbankan nasional Indonesia, *Islamic Banking* diistilahkan dengan bank umum atau bank perkreditan rakyat yang pembiayaannya berdasarkan pada prinsip-prinsip Islam. Prinsip Islam dalam konteks tersebut adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank pihak lain untuk menyimpan dana dan atau pembiayaan kegiatan usaha antara lain pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (*mudharabah*), pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (*musyarakah*), prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (*murabahah*), atau pembiayaan barang modal berdasarkan prinsip sewa murni tanpa pilihan (*ijarah*), atau dengan adanya pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain (*ijarah wa iqtina*).

Bank syariah merupakan salah satu instrumen yang digunakan untuk menegakkan aturan-aturan ekonomi Islam. Sebagai bagian dari sistem ekonomi, lembaga tersebut merupakan bagian dari keseluruhan sistem sosial. Oleh karenanya, keberadaannya harus dipandang dalam konteks keseluruhan keberadaan masyarakat (manusia), serta nilai-nilai yang berlaku dalam masyarakat yang bersangkutan. (Muhamad, 2013). Bisnis berdasarkan syariah di negeri ini nampak mulai

tumbuh. Pertumbuhan itu tampak jelas pada sektor keuangan. Telah tercatat tiga Bank Umum Syariah, 78 BPR Syariah dan lebih dari 200 unit *Baitul Mal wa Tamwil*(BMT). Lembaga keuangan tersebut harus beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Secara garis besar, hubungan ekonomi berdasarkan syariat Islam tersebut ditentukan oleh hubungan *aqad* yang terdiri dari lima prinsip dasar (Muhamad, 2013: 180-181) yaitu: prinsip simpan murni (Al-Wadi'ah), Bagi hasil (Syirkah), Prinsip Jual Beli (At- Tijarah), Prinsip Sewa (AL-Ijarah), Prinsip Fee/Jasa (Al- Ajr Walumullah).

Preferensi Konsumen

Menurut Setiadi, (2013) preferensi pelanggan adalah sikap pelanggan yang menginginkan suatu barang atau jasa berdasarkan kemampuan yang dimiliki untuk memberikan nilai kepuasan terhadap apayang dibeli atau yang ditawarkan, sehingga orang yang menginginkan barang atau jasa telah mempunyai sikap perilaku pembelian.

Preferensi pelanggan sebagai interaksi dinamis antara pengaruh dan kognisi, perilaku dan kejadian di sekitar kita dimana manusia melakukan aspek pertukaran dalam hidup mereka. Dari definisi tersebut dapat diketahui tiga ide penting yaitu: (1)preferensi pelanggan adalah dinamis, (2) hal tersebut melibatkan interaksi antara pengaruh dan kognisi, perilaku dan kejadian di sekitar dan (3) hal tersebut melibatkan pertukaran. Pengertian preferensi pelanggan (*consumer behavior*)perlu dibedakan dengan “*Buyer Behavior*” ataupun “*Customer Behavior*”.

Preferensi Menabung Pada Bank Syariah

Keterkaitan teori dengan faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi menabung pada perbankan syariah adalah pada *religiusitas*. *Religiusitas* merupakan bentuk aspek religi yang telah dihayati oleh individu di dalam hati.

Makna religiusitas digambarkan dalam beberapa aspek-aspek yang harus dipenuhi sebagai petunjuk mengenai bagaimana cara menjalankan hidup dengan benar agar manusia dapat mencapai kebahagiaan, baik di dunia dan ahirah. Islam adalah suatu cara hidup yang dapat membimbing seluruh aspek kehidupan manusia dengan aqidah, syariah, dan akhlaq. Pada aspek akidah yaitu berhubungan dengan masalah-masalah keimanan dan dasar-dasar agama. Akidah memberikan dasar bagi seseorang mengenai hakikat apa yang harus dilakukan dalam hidupnya. Sehingga apa yang dilakukan seseorang dalam hidupnya akan selalu berpegang teguh pada akidahnya.

METODE PENELITIAN

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang dapat dihitung atau data berupa angka-angka dan dianalisis menggunakan statistik. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer. Data primer merupakan data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli tanpa melalui perantara. Data primer yang diperoleh adalah hasil pengisian kuesioner oleh responden.

Populasi dan Sampel

Populasi merupakan sekelompok orang, kejadian, atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah pada Bank BRI Syariah di Kota Palopo yang berjumlah 133 nasabah.

Sampel merupakan bagian dari elemen-elemen populasi yang akan diteliti. Pemilihan sampel dalam penelitian dilakukan dengan metode *purposive sampling* yaitu pemilihan sampel dengan kriteria tertentu sehingga sampel tidak dipilih secara acak (Morisson, 2012:117). Responden yang dijadikan sampel adalah nasabah yang sudah berhubungan dengan bank selama kurang lebih 3 tahun.

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis statistik dengan menggunakan *software* aplikasi statistik *Statistical Package for Social Science* (SPSS).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Uji Validitas. Untuk mengetahui validitas pernyataan dari setiap variabel, maka digunakan *Corrected Item Total Correlation*. Suatu instrumen penelitian dikatakan valid apabila skor total $< 0,05$. Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa semua item pernyataan untuk variabel faktor religi (X1), faktor produk (X2), faktor kualitas pelayanan (X3) dan preferensi nasabah (Y) dinyatakan valid. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi untuk setiap pernyataan pada setiap variabel $< 0,05$ maka pernyataan dikatakan valid. Sehingga semua item pernyataan yang diajukan oleh peneliti dalam kuesioner yang dibagikan kepada responden dapat dijadikan sebagai alat ukur yang tepat.

Uji Realibilitas hanya dapat dilakukan setelah suatu instrumen telah dipastikan validitasnya. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini untuk menunjukkan tingkat reliabilitas konsistensi internal teknik yang

digunakan adalah dengan mengukur koefisien *Cronbach's Alpha* dengan bantuan program SPSS 21. Nilai alpha bervariasi dari 0 – 1, suatu pertanyaan dapat dikategorikan reliabel jika nilai alpha lebih besar dari 0,6 dalam (Ghozali, 2011:48).

Analisis Regresi Linear Berganda

Uji Regresi Berganda. Model regresi berganda bertujuan untuk memprediksi besar variabel dependen dengan menggunakan data variabel independen yang sudah diketahui besarnya (Santoso, 2004:163), berikut ini hasil persamaan regresi linier berganda.

$$Y = 14,192 + 0,091x_1 + 0,275x_2 + 0,180x_3$$

Dari persamaan di atas, konstanta (a) adalah sebesar 14,192 hal ini berarti jika tidak ada perubahan variabel faktor religi (X1), faktor produk (X2), kualitas pelayanan (X3), preferensi nasabah (Y) sebesar 14,192. Sedangkan hasil uji regresi berganda untuk variabel independen dapat dijelaskan sebagai berikut: (a) Variabel Faktor Religi (X1) sebesar 0,091 berpengaruh positif terhadap preferensi nasabah (Y). Hal ini menunjukkan bahwa jika faktor religi mengalami kenaikan sebesar 1% maka variabel Preferensi Nasabah naik sebesar 0,091 dengan asumsi bahwa variabel independen yang lain tetap; (b) Variabel Faktor Produk (X2) sebesar 0,275 berpengaruh positif terhadap preferensi nasabah (Y). Hal ini menunjukkan bahwa jika faktor produk mengalami kenaikan sebesar 1% maka variabel preferensi nasabah naik sebesar 0,275 dengan asumsi bahwa variabel independen yang lain tetap; (c) Variabel Kualitas Pelayanan (X3) sebesar 0,180 berpengaruh positif terhadap preferensi nasabah (Y). Hal ini menunjukkan bahwa jika kualitas pelayanan mengalami kenaikan sebesar 1% maka variabel preferensi nasabah naik sebesar 0,18 dengan asumsi bahwa variabel independen yang lain tetap.

Pembahasan

Pengaruh Faktor Religi terhadap Preferensi Nasabah

Hasil pengujian statistik secara parsial yang telah dilakukan antara variabel religi (X1) terhadap preferensi nasabah bahwa thitung sebesar 2,013 > ttabel 1,984 dengan nilai signifikan sebesar 0,018 < 0,05 dan hasil uji regresi berganda menunjukkan nilai koefisien 0,091 diperoleh hasil bahwa variabel Religi berpengaruh signifikan terhadap preferensi nasabah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Husain Muh. Irsyad, (2014) yang meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan preferensi nasabah muslim dan nasabah non muslim terhadap keputusan memilih perbankan syariah di provinsi DIY.

Dengan hasil bahaw faktor religi berpengaruh signifikan terhadap persepsi dan preferensi nasabah untuk menabung di bank syariah.

Pengaruh Faktor Produk Terhadap Preferensi Nasabah.

Hasil pengujian statistik secara persial yang telah dilakukan antara variabel Faktor produk(X2) terhadap preferensi nasabah bahwa thitung sebesar 2,100 > ttabel 1,984 dengan nilai signifikan sebesar 0,038 < 0,05 dan hasil uji regresi berganda menunjukkan nilai koefesien 0,275 diperoleh hasil bahwa variabel faktor produkberpengaruh signifikan terhadap preferensi nasabah.

Hasil psenelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Raja Sakti Putra Harhap(2016) yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh religiusitas, produk bank, kepercayaan, pengetahuan, dan pelayanan terhadap preferensi menabung pada perbankan syariah. Penelitian inimenggunakan sampel 50 responden mahasiswa muslim Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang yang menjadi nasabah perbankan syariah. Hasil analisis faktor menunjukan pengaruh religiusitas terhadap preferensi utama menabung pada perbankan syariah adalah kepatuhan agama.Pengaruh produk bank terhadap preferensi utama menabung pada perbankan syariah adalah produk yang inovatif. Pengaruh kepercayaan terhadap preferensi utama menabung pada perbankan syariah adalah kemudahan bertransaksi. Pengaruh pengetahuan terhadap preferensi utama menabung pada perbankan syariah adalah pengetahuan ilmiah.Dan pengaruh pelayanan terhadap preferensi utama menabung pada perbankan syariah adalah penggunaan fasilitas yang mudah. Berdasarkan hasil penelitian dengan analisis regresi diperoleh bahwa secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel pelayanan dan produk terhadap preferensi masyarakat.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Nasabah.

Hasil pengujian statistik secara persial yang telah dilakukan antara variabel kualitas pelayanan (X3) terhadap preferensi nasabah bahwa thitung sebesar 1,591 < ttabel 1,984 dengan nilai signifikan sebesar 0,115 > 0,05 dan hasil uji regresi berganda menunjukkan nilai koefesien 0,180 diperoleh hasil bahwa variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap preferensi nasabah. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Utomo (2014) yang menyatakan bahwa faktor kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap preferensi nasabah menabung di bank syariah.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Penelitian Ali Mursyid dan Entot Suhartono (2014). Pada penelitian ini, data dianalisa menggunakan validitas dan reliabilitas untuk mengevaluasi kuesioner dan menggunakan regresi linier untuk mengevaluasi faktor-faktor yang berpengaruh dari variabel tersebut. Hasilnya menunjukkan bahwa teknologi, motif religius, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap nasabah dalam memilih bank syariah.

PENUTUP

Simpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, berdasarkan seluruh pembahasan serta analisis yang telah dilakukan dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Variabel faktor religimempunyai tingkat signifikansi sebesar 0,018. Hal ini berarti H1diterima sehingga dapat dikatakan bahwa faktor religiberpengaruh secara signifikan terhadap preferensi nasabah, karena tingkat signifikansi yang dimiliki variabel faktor religi lebihkecil dari 0,05.
- b. Variabel faktor produk mempunyai tingkat signifikansi sebesar 0,038. Hal ini berarti H2 diterima sehingga dapat dikatakan bahwa Faktor Produk berpengaruh secara signifikan terhadap Preferensi Nasabah, karena tingkat signifikansi yang dimiliki variabel Faktor Produk lebih kecil dari 0,05.
- c. Variabel kualitas pelayanan mempunyai tingkat signifikansi sebesar 0,115. Hal ini berarti H3 ditolak sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap preferensi nasabah, karena tingkat signifikansi yang dimiliki variabel kualitas pelayanan lebih besar dari 0,05.

Saran

Berdasarkan hasil analisis di atas, maka saran yang dapat diajukan bagi peneliti selanjutnya, hendaknya untuk mengembangkan konsep dan instrumen mengenai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap preferensi nasabah untuk menabung di Bank BRI Syariah. Sementara kepada Bank BRI Syariah disarankan melakukan hal-hal sebagai berikut:

- a. Mengoptimalkan kualitas pelayanan yang baik kepada nasabah.
- b. Mempromosikan produk-produk perbankan syariah kepada masyarakat lebih luas lagi.

- c. Perbankan syariah harus lebih menonjolkan ketaatan terhadap hukum syariat Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Quran dan terjemahan. 2013. Departemen Agama RI. Jakarta: Halim.
- Astuti, Tri. 2013. Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah. *Jurnal Nominal. Volume II Nomor I*. Yogyakarta
- Cahyani, Asih Fitr., Saryadi dan Sendhang Nurseto. 2013. Pengaruh Persepsi Bunga Bank dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Pada Bank BNI Syariah di Kota Semarang. *Diponegoro Journal of Sosial and Politic, Tahun 2013, Hal 1-8*.
- Dharma, Kelana Kusuma. 2011. Metode Penelitian. Jakarta: Trans Info Media.
- Fauzi, Yayan. 2010. *Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Di Perbankan Syariah (Kasus Pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta)*. Skripsi Diterbitkan. Yogyakarta :Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan ProgamSpss*. Semarang: Badan Penerbit Undip
- Hirmawan, Muh Risky Adi. 2015. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bertransaksi di Bank Syariah. *Naskah Publikasil*. Surakarta
- Husein, Umar. 2011. Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 11. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Istifakhiyah. 2012. Pengeruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Di BMT Islamic Center Kabupaten Cirebon. *Skripsi*. Cirebon.
- Junaidi. 2015. Persepsi Masyarakat Untuk Memilih dan Tidak Memilih Bank Syariah (Studi Kota Palopo). *Jurnal Fokus Bisnis*Vol:14No 02 Hal: 1-1
- Lestari, Alfi Mulikhah. 2015. Pengaruh Religiusitas, Produk Bank, Kepercayaan, pengetahuan, dan Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Pada Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Vol. 2 No. 1. Tahun 2015*. Malang.
- Masruroh, Atik. 2015. Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas Dan Disposable Income terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Perbankan Syariah (Studi Kasus Mahasiswa STAIN Salatiga). *Skripsi*. Salatiga.
- Morissan. 2012. Metode Penelitian Survei. Jakarta: Kencana.
- Mu'aziz, Imam Dan Ikhwan Hamdani Dan Ahmad Mulyadi Kosim. 2017. Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi preferensi menabung nasabah Di BPRSamanah ummah.
- Riduwan, Adun Rusyana dan Enas. Cara Mudah Belajar SPSS Versi 17.0 dan Aplikasi Statistik Penelitian. Bandung: Alfabeta.
- Sanjaya, Benny. 2017. Analisis Sikap dan Minat Nasabah dalam Menabung di Bank BRI Syariah Kec Lawang.
- Sofhian. 2016. Analisis Preferensi Nasabah Penabung Pada Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (Jimeka) Vol. 2, No. 1, Hal: 98-107*

- Trisnadi, Dedy dan Ngadino Surip. 2013. Pengaruh Kualitas Produk Tabungan dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menabung Kembali di CIMB Niaga. *Jurnal MIX, Volume 6 No 3, Oktober 2013*. Jakarta.
- Utomo, Toni Prasetya. 2014. Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Pada Bank Syariah Mandiri, Kantor Cabang Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya*, Vol. 3, (No.1) : 1-24.
- Wahyuni, E. T. (2015). Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah Perbankan Syariah. *Akmenika: Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 12(2).