



---

**ANALISIS FAKTOR- FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MENABUNG  
NASABAH DI BANK SYARIAH INDONESIA INDRALAYA**

**Meri Agustina<sup>1)</sup>, Ratna<sup>2)</sup>, Hairunnisa<sup>3)</sup>**

**<sup>1)2)3)</sup>Institut Agama Islam Al-Qur'an Al-Ittifaqiah Indralaya**

**E-mail: meriagustina017@gmail.com<sup>1)</sup>, ratna@iaiqi.ac.id<sup>2)</sup>, hairunnis@iaiqi.ac.id<sup>3)</sup>**

**Abstract**

*The purpose of this paper is to determine the effect of promotion factors, location factors and service quality factors on customers' interest in saving at Bank Syariah Indonesia Indralaya. This study uses a quantitative approach to the type of associative research. The data used in this research is primary data. The sample in this study amounted to 30 respondents obtained from distributing questionnaires to customers who happened to be at the research location. The data analysis technique used in this study is descriptive analysis of respondents, validity and reliability tests, classical assumption tests, partial tests, F tests, and coefficient of determination tests. The results of this test show: Promotion (X1) has a non-significant positive effect, Location (X2) has an insignificant positive effect, and Quality of Service (X3) has a significant positive effect.*

**Keywords:** *Promotion, Location, Quality of Service, and Interest in Saving*



### **Abstrak**

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh faktor promosi, faktor lokasi dan faktor kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah di Bank Syariah Indonesia Indralaya. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Sample dalam penelitian ini berjumlah 30 Responden yang diperoleh dari penyebaran angket kepada nasabah yang kebetulan berada di lokasi penelitian. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif responden, uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji parsial, uji F, dan uji koefisien determinasi. Hasil pengujian ini menunjukkan: Promosi (X1) berpengaruh positif tidak signifikan, Lokasi (X2) berpengaruh positif tidak signifikan, dan Kualitas Pelayanan (X3) berpengaruh positif signifikan.

**Kata Kunci** : Promosi, Lokasi, Kualitas Pelayanan, dan Minat Menabung



## A. PENDAHULUAN

Bank merupakan lembaga atau perusahaan yang bergerak di bidang keuangan yang menjalankan usahanya dengan melakukan pembiayaan serta penghimpunan dan guna meningkatkan kemakmuran masyarakat. (Man Ismail, 2018, p. 18) Bank dipercaya mampu serta aman dari bermacam aktivitas menabung, investasi, mendukung pengiriman uang dari daerah satu ke daerah lain maupun di seluruh Negara dengan cepat, aman, dan efisien. Sebagai negara dengan penduduk beragama Islam terbesar di dunia sudah seharusnya Bank Syariah mendominasi industri keuangan Indonesia, namun ternyata penetrasi bank syariah di Indonesia hanya mencapai 6,33 persen hingga Oktober 2020. (Nurmalasari, 2019) Angka ini tak bergerak signifikan dengan market share bank syariah 2017 lalu, yakni 5 persen di mana selisihnyaihnya 1,33 persen dalam rentang waktu 3 tahun. Pertumbuhan market share yang rendah ini, disebabkan oleh lambannya pertumbuhan nasabah bank syariah dibandingkan dengan bank konvensional. (Pasi, 2019) Kepala Departemen Perbankan Syariah Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Ahmad Buchori mengungkapkan, rendahnya nasabah bank syariah terjadi karena banyak masyarakat yang beranggapan bank syariah belum selengkap, semoderen dan sebagus bank konvensional baik itu dalam layanan maupun produknya. (Mirna Dilla, 2020)

Bank Syariah Indonesia (BSI) yang telah disahkan oleh pemerintah per 1 Februari 2021 oleh Presiden Joko Widodo yang diharapkan menjadi lokomotif pembangunan ekonomi dan sumber pembiayaan roda perekonomian, memikul beban yang begitu besar sebab harapan yang menyertai hadirnya Bank Syariah Indonesia begitu besar pula. (Ali Hasan, 2010) Sebagai sebuah jasa keuangan menjadi sangat vital bagi pemangku kepentingan (*stakeholder*) untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi preferensi calon nasabah dalam memilih sebuah jasa keuangan. (Hamdi Agustin, 2018, p. 11) Dalam penelitian ini mengambil tiga faktor yang mempengaruhi minat, yaitu promosi, lokasi dan kualitas pelayanan. Karena ketiga faktor tersebut sangat berkaitan erat dengan apa yang dirasakan oleh Nasabah.

Segala produk dan jasa yang ditransaksikan harus sesuai dengan al-quran dan hadits Rasulullah SAW dan tidak boleh bertentangan. Serta pemilihan Bank Syariah Indonesia Indralaya oleh peneliti disebabkan Bank tersebut terletak dilingkungan yang banyak lembaga keuangan berdiri disekitarnya, sehingga memicu persaingan yang kompetitif antar lembaga baik konvensional ataupun syariah. (Cahyono & Rahmawanti, 2022) Tidak hanya itu, Bank

Syariah Indonesia Indralaya mampu menyediakan pelayanan keuangan syariah yang kegiatan usahanya menghimpun sekaligus menyalurkan dana pada masyarakat, memberikan kenyamanan investasi yang menguntungkan dan membawa berkah.

## **B. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan Tiga variabel independent yaitu, X1 (Promosi), X2 (Lokasi), X3 (Kualitas Pelayanan). Sedangkan Y (Minat Menabung) digunakan sebagai variable dependen. Dalam Penelitian ini, yang menjadi Populasi yaitu seluruh nasabah yang menggunakan produk Tabungan atau Simpanan di Bank Syariah Indonesia Indralaya. Jumlah populasi seluruh nasabah yang menggunakan produk tabungan atau simpanan di Bank Syariah Indonesia Indralaya yaitu sebesar 30 orang. Pengambilan Sampel pada penelitian ini menggunakan teknik NonProbability Sampling dengan cara Purposive Sampling. (Man Ismail, 2018, p. 11) Teknik penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan pertimbangan atau kriteria tertentu. Kriteria tersebut merupakan nasabah yang menabung atau melakukan simpanan di Bank Syariah Indonesia Indralaya serta seseorang yang dianggap mempunyai informasi yang lebih terhadap penelitian ini.

Teknik Pengumpulan data yang lazim yang digunakan untuk mengumpulkan informasi data kuantitatif. Data yang akan diperoleh bersumber yaitu berasal dari data primer untuk melakukan sebuah pengisian kuesioner oleh responden yang disebar di cabang bank syariah Indonesia Indralaya. Teknik kuesioner dengan menggunakan sekala likert sebagai salah satu cara pengumpulan data dengan skala skor 4,3,2, dan 1 dimana dalam pertanyaan dalam kuesioner dari sangat setuju, setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Selanjutnya penelitian menggunakan Program Aplikasi SPSS Versi 22.0

## **C. HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN**

### **Pengaruh Promosi Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia Indralaya**

Hasil uji empiris pengaruh antara promosi terhadap minat menabung, menunjukkan nilai  $t_{hitung} 2,992 > t_{tabel} 1,70562$  dan p value (Sig) sebesar  $0,002 < 0,05$ . Artinya bahwa promosi berpengaruh terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia Indralaya. Hasil penelitian tidak dapat menolak hipotesis yang menyatakan "Promosi berpengaruh Signifikan Positif terhadap minat menabung pada Bank Syariah Indonesia Indralaya". Nilai beta dalam

unstandardized coefficients variabel kualitas layanan menunjukkan angka sebesar 0,128 yang artinya adalah besaran koefisien promosi terhadap minat menabung adalah sebesar 12,8%.

#### **Pengaruh lokasi terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia Indralaya**

Hasil uji empiris pengaruh antara lokasi terhadap minat menabung, menunjukkan nilai  $t_{hitung} 1,796 > t_{tabel} 1,70562$  dan p value (Sig) sebesar  $0,001 < 0,05$ . Artinya bahwa lokasi berpengaruh terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia Indralaya. Hasil penelitian tidak dapat menolak hipotesis yang menyatakan “lokasi berpengaruh Signifikan Positif terhadap minat menabung pada Bank Syariah Indonesia Indralaya”. Nilai beta dalam unstandardized coefficients variabel kualitas layanan menunjukkan angka sebesar 0,215 yang artinya adalah besaran koefisien lokasi terhadap minat menabung adalah sebesar 21,5%.

#### **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia Indralaya**

Hasil uji empiris pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap minat menabung, menunjukkan nilai  $t_{hitung} 1,863 > t_{tabel} 1,70562$  dan p value (Sig) sebesar  $0,004 < 0,05$ . Artinya bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia Indralaya. Hasil penelitian tidak dapat menolak hipotesis yang menyatakan “kualitas pelayanan berpengaruh Signifikan Positif terhadap minat menabung pada Bank Syariah Indonesia Indralaya”. Nilai beta dalam unstandardized coefficients variabel kualitas layanan menunjukkan angka sebesar 0,354 yang artinya adalah besaran koefisien lokasi terhadap minat menabung adalah sebesar 35,4%.

#### **Menguji Validasi dan Realibilitas Faktor Minat Menabung Mahasiswa**

Penelitian ini terdapat beberapa analisis data dengan melakukan sebuah pengujian yaitu Statistik Deskriptif, Uji Validasi, Uji Rentabilitas, dan Uji Parsial dan Uji F

##### a. Uji Validasi

Seperti yang telah dijelaskan pada bagian sebelumnya, uji validitas kuisioner dilakukan untuk mengukur valid atau tidaknya pertanyaan dalam kuisioner. Kuisioner dinyatakan valid apabila mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur. Untuk



mengetahui apakah pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner valid atau tidak yakin dengan ketentuan sebagai berikut :

$r \text{ hitung} > r \text{ tabel} = \text{pertanyaan tersebut valid}$

$r \text{ hitung} < r \text{ tabel} = \text{pertanyaan tidak valid}$

Nilai  $r$  tabel pada penelitian ini dicari dengan melihat distribusi tabel  $r$  untuk kasus sebanyak 30 (*N of cases*). Dengan tingkat signifikansi 5%

Rumus :

$$df = n - 2$$

$$df = 30 - 2$$

$$df = 28$$

dengan nilai  $df$  sebesar 28 dan nilai signifikansi 5% atau 0,05 maka didapat nilai  $r$  tabel = 0,361

**Tabel. 1**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	No.Item	Correct item total pearson correlation	Rtabel Tarif Signifikansi 0,5%	Ket
Promosi (X1)	X1.1	0.579	0.361	Valid
	X1.2	0.409	0.361	Valid
	X1.3	0.519	0.361	Valid
	X1.4	0.410	0.361	Valid
Lokasi (X2)	X2.1	0.418	0.361	Valid
	X2.2	0.405	0.361	Valid
	X2.3	0.554	0.361	Valid
	X2.4	0.612	0.361	Valid
Kualitas Pelayanan	X3.1	0.368	0.361	Valid
	X3.2	0.449	0.361	Valid



(X3)	X3.3	0.671	0.361	Valid
	X3.4	0.361	0.361	Valid
Minat	Y.1	0.590	0.361	Valid
Menabung	Y.2	0.383	0.361	Valid
(Y)	Y.3	0.417	0.361	Valid
	Y.4	0.397	0.361	Valid

Berdasarkan tabel 1 diatas dapat diketahui bahwa semua item variabel pernyataan dinyatakan valid, karena pada setiap item pernyataan tersebut nilai hitung nya lebih besar dari pada rtabel.

b. Uji reliabilitas

Dalam pembahasan sebelumnya, telah dipaparkan bahwa uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel.(Ali Hasan, 2010, p. 11) Butir pertanyaan dinyatakan reliabel apabila jawaban terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil. Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang peneliti lakukan menggunakan aplikasi SPSS 21 menunjukkan hasil uji reliabilitas sebagai berikut :

**Tabel. 2**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Promosi (X1)	0.799	Reliabel
Lokasi (X2)	0.620	Reliabel
Kualitas pelayanan (X3)	0.752	Reliabel
Minat Menabung (Y)	0.625	Reliabel

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 2 diatas dapat diketahui bahwa nilai *Cronboach's Alpha* pada masing-masing variabel adalah lebih besar dari 0,60 dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada masing-masing variabel diatas reliabel.



c. Uji Parsial

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.834	4.475		3.304	.004
	Promosi	.128	.229	.173	2.992	.002
	Lokasi	.215	.133	.276	1.796	.001
	Kualitas Pelayanan	.354	.150	.413	1.863	.004

a. Dependent Variable: Minat Menabung  
 Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda paa tabel 4.10 diatas diperoleh regresi sebagai berikut:

$$Y = 5.834 + 0.128X_1 + 0.215X_2 + 0.354X_3$$

Berdasarkan hasil persamaan regresi tersebut, maka dapat diuraikan:

- 1) Nilai a (konstanta) sebesar 5.834 menyatakan bahwa jika variabel promosi, lokasi, dan kualitas pelayanan konstan atau tetap dan tidak berubah maka variabel minat mengalami kenaikan pergeseran sebesar 5.834
- 2) Nilai koefisien regresi X1 (promosi) sebesar 0,128, menyatakan bahwa setiap penambahan 1 satuan pada variabel X1, maka meningkatkan nilai variabel Y (minat nasabah)



- 3) Nilai koefisien regresi X2 (Lokasi) sebesar 0,215, menyatakan bahwa setiap penambahan 1 satuan pada variabel X2, maka meningkatkan nilai variabel Y (minat nasabah)
- 4) Nilai koefisien regresi X3 (Kualitas Pelayanan ) sebesar 0,354, menyatakan bahwa setiap penambahan 1 satuan pada variabel X2, maka meningkatkan nilai variabel Y (minat nasabah) X2, maka meningkatkan nilai variabel Y (minat nasabah)
- 5) Tanda (+) menunjukkan adanya hubungan searah dan tanda (-) menunjukkan hubungan berbanding terbalik antara variabel (X) dengan variabel (Y)

Dari hasil penelitian diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan menjadi variabel paling dominan dalam mempengaruhi minat menabung nasabah di Bank Syariah Indonesia Indralaya.

d. Uji Simultan

**Hasil Uji F**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8.669	3	2.890	2.992	.002 <sup>b</sup>
	Residual	27.198	26	1.046		
	Total	35.867	29			

Dependent Variable: Minat Menabung

Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan , Lokasi , Promosi

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

Dari tabel 4.12 diatas menunjukkan bahwa besarnya nilai F 2.992 dengan tingkat Sig. 0,002 (kurang dari 0,05). Hasil uji statistik menunjukkan bahwa variabel independen (promosi, lokasi, dan kualitas pelayanan) secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependent atau minat nasabah untuk menabung. Hal ini dapat



---

disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Artinya variabel promosi, lokasi dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap variabel minat.

#### **D. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dalam pembahasan masalah yang berkaitan dengan pengaruh faktor promosi, faktor lokasi, dan faktor kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah di Bank Syariah Indonesia Indralaya, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut: Hasil pengujian hipotesis pertama diketahui bahwa faktor promosi ( $X_1$ ) berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat menabung nasabah di Bank Syariah Indonesia Indralaya. Hasil pengujian hipotesis kedua diketahui bahwa faktor Lokasi ( $X_2$ ) berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat menabung nasabah di Bank Syariah Indonesia Indralaya. Hasil pengujian hipotesis ketiga diketahui bahwa faktor kualitas pelayanan ( $X_3$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah di Bank Syariah Indonesia Indralaya. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik dari segi kualitas pelayanan, maka akan semakin meningkat minat menabung nasabah di Bank Syariah Indonesia Indralaya.



---

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali Hasan. (2010). *Marketing Bank Syariah*. Ghalia Indonesia.
- Cahyono, A. T., & Rahmawanti, D. (2022). Pengaruh Pengetahuan, Reputasi, Religiusitas, dan Motivasi terhadap Minat Menabung pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Bung Tomo: *Jurnal EKSIS*, 18(1), Article 1. <https://doi.org/10.46964/eksis.v18i1.300>
- Hamdi Agustin. (2018). *Studi Kelayakan Bisnis Syariah*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Man Ismail. (2018). *Perbankan dari Teori Menuju Aplikasi*. Prenada Media Grup.
- Mirna Dilla, 150603193. (2020). *Pengaruh Religiusitas, Motivasi dan Tingkat Bagi Hasil Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Bank Syariah di Kota Banda Aceh* [Skripsi, UIN AR-RANIRY]. <https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/15140/>
- Nurmalasari, A. (2019). *Pengaruh Pengetahuan dan Motivasi terhadap Minat Menabung Mahasiswa Perbankan Syariah Angkatan 2016 IAIN Ponorogo di Bank BRI Syariah KCP Ponorogo* [Diploma, IAIN Ponorogo]. <http://etheses.iainponorogo.ac.id/7481/>
- Pasi, I. R. (2019). PENGARUH PENGETAHUAN DAN SIKAP TERHADAP PERILAKU MASYARAKAT PADA BANK SYARIAH. *JURNAL AL-QASD ISLAMIC ECONOMIC ALTERNATIVE*, 1(2), Article 2. <https://doi.org/10.22303/al-qasd.1.2.2017.189-201>