

**ANALISIS FAKTOR PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN  
RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM  
MEMILIH PRODUK SIMPANAN  
(STUDI PADA NASABAH BANK MUAMALAT KOTA MALANG)**

**SKRIPSI**



**Oleh:**

**Dwi Sukma Jaya Hariadi**

**NIM: 200503110059**

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI  
UIN MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
2024**

**PENGARUH FAKTOR PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN  
RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM  
MEMILIH PRODUK SIMPANAN  
(STUDI PADA NASABAH BANK MUAMALAT KOTA MALANG)**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada:  
Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang  
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



**Oleh:**

**Dwi Sukma Jaya Hariadi  
NIM: 200503110059**

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI  
UIN MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
2024**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**ANALISI FAKTOR PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN  
RELIGIUSITAS TERHADAP K  
EPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH PRODUK SIMPANAN  
(STUDI PADA NASABAH BANK MUAMALAT KOTA MALANG)**

**SKRIPSI**

Oleh

**DWI SUKMA JAYA HARIADI**

NIM : 200503110059

Telah Disetujui Pada Tanggal 8 Maret 2024

**Dosen Pembimbing,**



**Dr. Khusnudin, M.E.I**  
**NIP. 197006172023211003**

**LEMBAR PENGESAHAN****ANALISIS FAKTOR PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN  
RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM  
MEMILIH PRODUK SIMPANAN  
(STUDI PADA NASABAH BANK MUAMALAT KOTA MALANG)****SKRIPSI**

Oleh

**DWI SUKMA JAYA HARIADI**

NIM : 200503110059

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji  
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Perbankan Syariah (S.E.)  
Pada 20 Juni 2024

Susunan Dewan Penguji:

Tanda Tangan

1. Ketua Penguji

**Ulfi Kartika Oktaviana, SE., Ak, M.Ec**

NIP. 197610192008012011



2. Anggota Penguji

**Tiara Juliana Jaya, M.Si**

NIP. 199207082019032020



3. Sekretaris Penguji

**Dr. Khusnudin, M.E.I**

NIP. 197006172023211003



Disahkan Oleh:  
Ketua Progam Studi,

**DR. YAYUK SRI RAHAYU, MM**

NIP. 197708262008012011

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dwi Sukma Jaya Hariadi

NIM : 200503110059

Fakultas/Jurusan : Ekonomi/ Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa "**Skripsi**" yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

**"ANALISIS FAKTOR PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH PRODUK SIMPANAN (Studi Pada Nasabah Bank Muamalat Kota Malang)** adalah hasil karya saya sendiri, bukan "**duplikat**" dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila di kemudian hari terdapat "**klaim**" dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab dosen pembimbing atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 03 Juni 2024

Hormat Saya,



Dwi Sukma Jaya Hariadi

## LEMBAR PERSEMBAHAN

الْسَّلَامُ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَةُ اللَّهِ وَبَرَكَاتُهُ

Alhamdulillahirobbil'alamin, segala puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan nikmat dan karuniaNya. Sholawat serta salam tercurahkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW yang telah menuntun kita dari zaman kegelapan menuju zaman terang benderang ini.

Saya persembahkan skripsi ini kepada:

1. Skripsi ini saya persembahkan sepenuhnya kepada dua orang hebat dalam hidup saya, Bapak Sunardi dan Mamak Suharni. Terima kasih atas segala pengorbanan, nasihat, dan doa baik yang tidak pernah berhenti kalian berikan kepadaku. Ketika dunia menutup pintunya, Bapak dan Mamak membuka lengannya. Ketika orang-orang menutup telinganya, mereka berdua membuka hatinya untukku. Terima kasih karena selalu ada untukku. Setiap langkah yang kuantakan di bumi ini berkat ridho dan doa dari orang tua tercinta.
2. Kakak saya, Moh. Erwin Rahmatullah dan Ika Istiqamatul Ahmadah serta adik saya Rizky Jihadul Fajri yang telah memberikan dukungan secara materil maupun non materil. Sehingga, skripsi ini dapat berjalan sebagaimana mestinya. Semoga kelak kita menjadi anak-anak yang berbakti dan membanggakan bagi orang tua. Aamiin.
3. Dosen pembimbing saya Bapak Dr. Khusnudin, M.E.I yang telah membimbing saya dengan sabar dan selalu mengarahkan saya selama proses penelitian, sehingga skripsi ini berjalan dengan lancar dan terarah. Apa jadinya saya tanpa beliau, mungkin seperti anak panah tanpa busurnya. Begitu berarti bimbingan yang diberikan oleh beliau.
4. Untuk Sofi Adawiyah yang telah menemani dan menyamangati saya dikala pasang surutnya semangat yang saya alami. Terima kasih telah membantu proses perjalanan skripsi yang saya jalani ini. Meskipun banyak pertanyaan dan sikap saya yang menjengkelkan, tetap saja bantuan yang diberikan tak pernah padam.

5. Teman-teman seperjuangan dan sahabat saya, terimakasih telah membantu ketika saya dalam posisi sulit dan terpuruk selalu memberikan support dan arahan. Terlebih Squad Stay Alive, dimana kami berkomitmen untuk lulus tepat waktu bersama. Hal ini menjadikan salah satu motivasi skripsi ini segera dirampungkan.
6. Semua orang yang telah mendukung saya secara langsung maupun tidak langsung, saya ucapkan terimakasih banyak. Nama-nama mereka mungkin terlalu banyak untuk disebutkan satu persatu, semoga semua yang telah memberikan bantuan dan dukungan mendapatkan keberkahan Allah SWT.
7. Terakhir terimakasih untuk diri sendiri yang telah berjuang sejauh ini. Meskipun banyak sekali godaan serta cobaan yang dilalui, namun masih bisa bertahan. Setiap mahasiswa memiliki cobaan dan rintangan yang berbeda-beda, tetapi alhamdulillah diri ini bisa melalui semuanya. Sebenarnya ada banyak perasaan yang ingin diungkapkan, tetapi bibir ini rasanya tak bisa berkata apa-apa. Sekali lagi terimakasih untuk diri sendiri yang masih bisa bertahan sejauh ini.

## **MOTTO**

” Berani Hidup Tak Takut Mati, Takut Mati Jangan Hidup, Takut Hidup Mati Saja”

-Hasanain Juaini-

” Segalanya Menjadi Mudah Dengan Mudah-Mudahan”

-Joko Pinurobo-



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, Tuhan Semesta Alam, atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "Analisis Faktor Produk, Kualitas Pelayanan, dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk Simpanan". Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Penulis menyadari banyak pihak yang memberikan dukungan dan bantuan selama menyelesaikan studi dan tugas akhir ini. Oleh karena itu, sudah sepantasnya penulis dengan penuh hormat mengucapkan terimakasih dan mendoakan semoga Allah memberikan balasan terbaik kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. M. Zainuddin selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. H. Misbakhul Munir, Lc., M.E.I selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Ibu Dr. Yayuk Sri Rahayu, M.M., selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Ibu Dr. Khusnudin, M.E.I sebagai dosen pembimbing yang telah mengarahkan dan membimbing selama penyusunan skripsi.
5. Bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
6. Orang tua penulis, Bapak Sunardi dan Mamak Suharni yang senantiasa memberikan doa dan dukungan tak kenal batas waktu dan dimanapun pada setiap langkah serta perjalanan.
7. Seluruh keluarga besar penulis yang memberikan dukungan serta doa-doa baik.
8. Teman teman seperjuangan yang membantu dan memberi semangat dalam penyelesaian skripsi ini.

9. Semua pihak yang ikut andil membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung dalam menyelesaikan penyusunan skripsi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang membangun demi perbaikan skripsi ini di masa depan. Penulis berharap hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi bank syariah dalam meningkatkan kualitas produk dan layanannya, serta bagi nasabah dalam memilih produk simpanan yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka.

Malang, 8 Juni 2024

Hormat Saya,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Dwi Sukma Jaya Hariadi', with a horizontal line underneath the name.

Dwi Sukma Jaya Hariadi

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
SURAT PERNYATAAN .....	iv
LEMBAR PERSEMBAHAN .....	v
MOTTO .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
ABSTRAK .....	xvi
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian .....	11
1.4 Manfaat Penelitian .....	12
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>13</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	13
2.2 Kajian Teori .....	24
2.2.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah .....	24
2.2.1.1 Faktor Produk .....	24
2.2.1.2 Faktor Kualitas Pelayanan .....	26
2.2.1.3 Faktor Religiusitas .....	28
2.2.2 Teori Keputusan Nasabah .....	30
2.2.3 Produk Simpanan .....	32

2.3 Hubungan Antar Variabel.....	36
2.3.1 Hubungan Produk Terhadap Keputusan Nasabah.....	36
2.3.2 Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah.....	37
2.3.3 Hubungan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah .....	37
2.4 Kerangka Konseptual.....	38
2.5 Hipotesis Penelitian .....	39
BAB III METODE PENELITIAN .....	41
3.1 Jenis Penelitian.....	41
3.2 Lokasi Penelitian.....	42
3.3 Populasi dan Sampel.....	42
3.3.1 Populasi.....	42
3.3.2 Sampel.....	42
3.4 Teknik Pengambilan Sampel.....	43
3.5 Data dan Jenis Data.....	44
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	44
3.7 Definisi Operasional Variabel .....	45
3.8 Skala Pengukuran.....	51
3.9 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	51
3.9.1 Uji Validitas .....	51
3.9.2 Uji Reliabilitas .....	52
3.10 Analisis Data .....	53
3.10.1 Uji Asumsi Klasik .....	53
3.10.1.1 Uji Normalitas.....	53
3.10.1.2 Uji Heterokedastisitas .....	53
3.10.1.3 Uji Multikolinearitas.....	54
3.10.2 Uji Regresi Linier Berganda .....	54
3.10.3 Uji Hipotesis .....	55
3.10.3.1 Uji Parsial (Uji T) .....	55

3.10.3.2 Uji Simultan (Uji F).....	55
3.10.4 Uji Koefisien Determinasi .....	56
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	57
4.1 Hasil Penelitian .....	57
4.1.1 Sejarah Bank Muamalat Indonesia .....	57
4.1.2 Visi Misi Bank Muamalat Indonesia.....	58
4.1.3 Dekskriptif Karakteristik Responden.....	59
4.1.4 Hasil Analisis Dekskriptif .....	63
4.1.5 Hasil Analisis Data.....	67
4.1.5.1 Uji Validitas .....	67
4.1.5.2 Uji Reliabilitas .....	69
4.1.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	70
4.1.5.4 Uji Regresi Linier Berganda .....	72
4.1.5.5 Uji Hipotesis .....	74
4.1.5.6 Uji Koefisien Determinasi .....	76
4.2 Pembahasan.....	77
BAB V PENUTUP.....	81
5.1 Kesimpulan .....	81
5.2 Saran .....	82
DAFTAR PUSTAKA.....	83

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Sebaran Agama di Indonesia.....	1
Gambar 1.2 5 BUS Terbaik Pelayanan Prima.....	3
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	39

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel .....	47
Tabel 3.2 Tabel Skala Likert .....	51
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	59
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	60
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Menjadi Nasabah .....	61
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	61
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Produk Simpanan.....	62
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Variabel Faktor Produk.....	64
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Variabel Faktor Kualitas Pelayanan.....	65
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Variabel Faktor Religiusitas.....	66
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Nasabah .....	67
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas .....	68
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas .....	69
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas .....	70
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	71
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas.....	72
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Berganda.....	73
Tabel 4.16 Hasil Uji Parsial .....	75
Tabel 4.17 Hasil Uji Simultan.....	76
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	77

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Keterangan Penelitian .....	86
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian.....	87
Lampiran 3. Tabulasi Hasil Penelitian .....	92
Lampiran 4. Hasil Output .....	99
Lampiran 5. Jurnal Bimbingan .....	101
Lampiran 6. Turnitin .....	103
Lampiran 7. Keterangan Bebas Plagiarism.....	104
Lampiran 8. Biodata Peneliti .....	105



## ABSTRAK

Dwi Sukma Jaya Hariadi, 2024, Skripsi. Judul: "Analisis Faktor Produk, Kualitas Pelayanan, dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk Simpanan (Studi Pada Nasabah Bank Muamalat Kota Malang)".

Pembimbing: Dr. Khusnudin, M.E.I

Kata Kunci: Produk, Kualitas Pelayanan, Religiusitas, dan Keputusan Nasabah

---

Keputusan nasabah merupakan keputusan untuk memilih satu produk diantara beberapa pilihan yang ada. Produk simpanan adalah dana dari masyarakat yang diserahkan dan dipercayakan untuk dikelola oleh pihak bank. Produk simpanan terdiri dari tabungan, deposito, dan giro. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh faktor produk, kualitas pelayanan, dan religiusitas terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk simpanan pada Bank Muamalat Kota Malang, baik itu hubungan secara parsial maupun simultan.

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deksriptif. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik non probability sampling dengan jumlah sampel 100 responden. Data yang diperoleh menggunakan metode regresi linier berganda dengan bantuan SPSS 26.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, faktor produk, kualitas pelayanan, dan religiusitas berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk simpanan. Selain itu, didapatkan hasil bahwa secara simultan, faktor produk, kualitas pelayanan, dan religiusitas berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk simpanan Bank Muamalat Kota Malang.

## ***ABSTRACT***

Dwi Sukma Jaya Hariadi, 2024, THESIS. Title: "Analysis of Product Factors, Service Quality and Religiosity on Customer Decisions in Choosing Savings Products (Study of Customer Bank Muamalat Malang City)".

Supervisor: Dr. Khusnudin, M.E.I

Keywords: Products, Service Quality, Religiosity, and Customer Decisions

---

A customer's decision is a decision to choose one product among several available options. Savings products are funds from the public that are handed over and entrusted to be managed by the bank. Savings products consist of savings, deposits and current accounts. The aim of this research is to determine the influence of product factors, service quality and religiosity on customers' decisions in choosing savings products at Bank Muamalat, Malang City, whether the relationship is partial or simultaneous.

The method used in this research is a quantitative method with a descriptive approach. Sampling technique using non probability sampling with a sample of 100 respondents. Data obtained using the double linear regression method with the help of SPSS 26.

The results of the research showed that in partial, product factors, quality of service, and religiousness have a significant and positive influence on the decision of the customer in choosing the product of savings. In addition, the results were obtained that simultaneously, the factors of the product, the quality of services, and religion influence the customer's decision to choose the products of Savings Bank Muamalat Kota Malang.

## مستخلص البحث

دوي سوكماجابايريادي, ٢٠٢٤, البحث العلمي. العنوان: تحليل عوامل المنتج، جودة الخدمة، والرغبة في قرارات العملاء في اختيار منتجات التخزين البنك المركزي في المدينة ملغ

المشرف : Dr. Khusnudin, M.E.I

الكلمات المفتاحية: المنتج، جودة الخدمة، الدينية، وأي قرارات العملاء

إن قرار العملاء هو اختيار منتج واحد من بين العديد من الخيارات. منتجات التخزين هي أموال المجتمع التي يتم توزيعها وتثبيتها من قبل البنوك. الهدف من هذه الدراسة هو معرفة تأثير العوامل المنتجة، والجودة الخدمية، والأدب على قرارات العملاء في اختيار منتجات التخزين على البنوك المفقودة، سواء كان ذلك علاقة جزئية أو في وقت واحد.

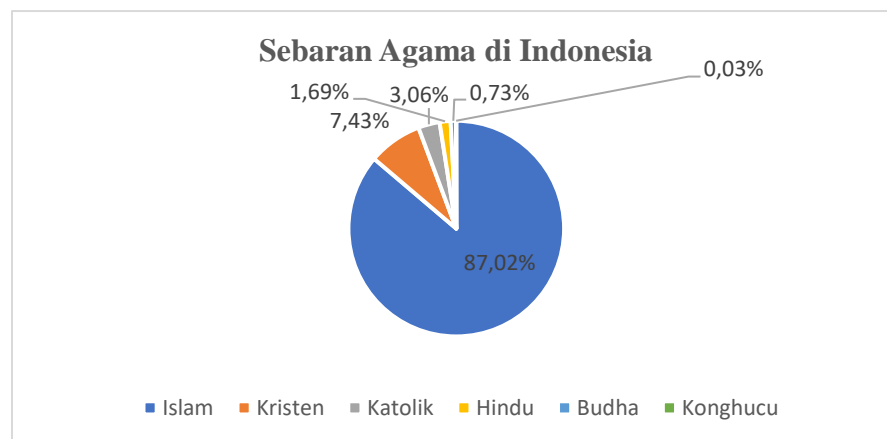
الطريقة المستخدمة في هذه الدراسة هي الطريقة الكمية مع نهج التفسير. تستخدم تقنيات نموذجية غير متوقعة مع عدد SPSS 26 العينات من 100 مستجابة. يتم استخراج البيانات باستخدام طريقة التردد الداخلي المزدوج باستخدام

وقد أظهرت نتائج الدراسة أن العوامل الناتجة عن المنتج والجودة الخدمية والأدب تأثيرًا إيجابيًا كبيرًا على قرارات العملاء في اختيار منتجات التخزين. بالإضافة إلى ذلك، تم الحصول على النتائج التي تؤثر في نفس الوقت على عوامل المنتج، جودة الخدمة، وأدب المستهلك عند اختيار منتج البنوك.

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Di Indonesia, perkembangan lembaga keuangan mengalami peningkatan secara massif (Sapudin *et al*, 2018). Salah satu lembaga keuangan yang mengalami kemajuan yaitu lembaga keuangan syariah. Pada saat ini, lembaga keuangan khususnya lembaga keuangan yang berbasis syariah sangat diminati oleh masyarakat luas (Budiono, 2017). Hal ini dibuktikan dengan data yang diperoleh melalui otoritas jasa keuangan (OJK), dimana jumlah aset yang dimiliki oleh perbankan syariah pada tahun 2022 mencapai Rp 2.024,2 triliun dan mengalami pertumbuhan sekitar 11% dibandingkan dengan tahun sebelumnya (OJK, 2022). Menurut data kementerian dalam negeri (Kemendagri) yang dikutip melalui DataIndonesia.id, pada tahun 2022, jumlah penduduk yang ada di Indonesia sebesar 277,75 juta jiwa (Kementerian dalam negeri, 2022). Penduduk Indonesia memeluk berbagai macam agama, seperti yang dijelaskan pada gambar dibawah ini bersumber dari (Kementerian dalam negeri, 2022) :



Data Diolah oleh: Peneliti

Kota Malang merupakan salah satu kota besar yang ada di daerah Jawa Timur. Hal itu dikarenakan pada tahun 2022, penduduknya sebanyak 846.126 jiwa (Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Malang, 2022). Menurut data dinas kependudukan dan pencatatan sipil, mayoritas masyarakat menganut agama islam yang mencapai angka 787.680 jiwa dan tersebar di beberapa kecamatan (Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Malang, 2022). Mayoritas muslim yang ada di Kota Malang menjadikan peluang yang besar bagi industri perbankan syariah, salah satunya adalah Bank Muamalat.

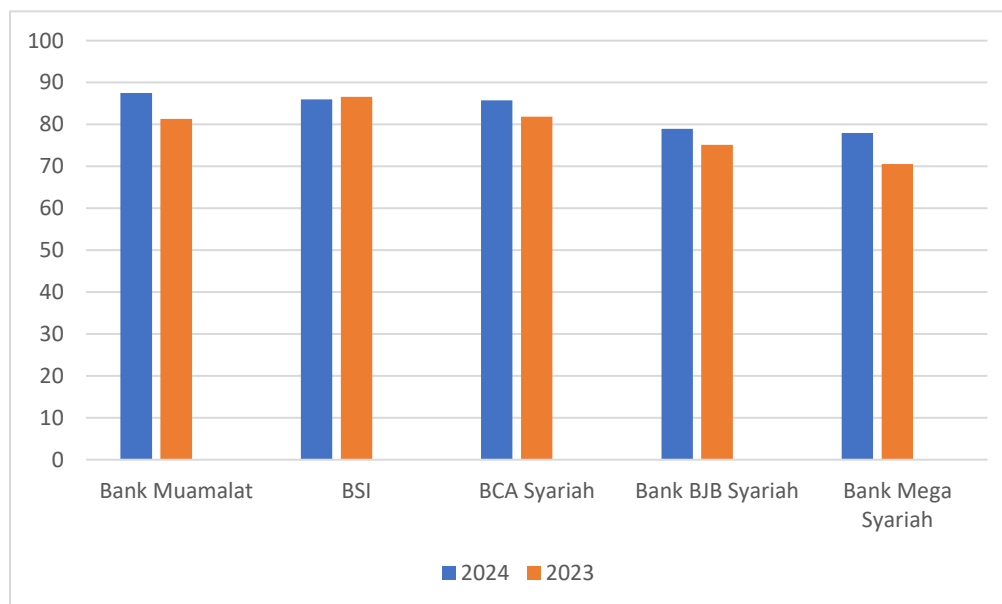
Bank Muamalat menjadi bank syariah pertama kali di Indonesia. Bank Muamalat yang berdiri pada tanggal 1 November 1991 Masehi atau 24 Rabiul Akhir 1412 Hijriah yang didasarkan karena gagasan dari beberapa pihak, seperti Majelis Ulama Indonesia (MUI), Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI), dan pengusaha muslim serta mendapatkan dukungan dari pemerintah Republik Indonesia (Bank Muamalat Indonesia, 2022b). Akta dari Bank Muamalat dibuat dihadapan seorang notaris yang bernama, Yudo Paripurni, SH, di Jakarta. Akta tersebut pun telah mendapatkan pengesahan oleh Menteri Kehakiman Republik Indonesia dengan Surat Keputusan No. C2- 2413.HT.01.01 tahun 1992 tanggal 21 Maret 1992 dan telah didaftarkan pada kantor Pengadilan Negeri Jakarta Pusat pada tanggal 30 Maret 1992 di bawah No. 970/1992. Hal tersebut diumumkan dalam berita negara Republik Indonesia No. 34 tanggal 28 April 1992 (Bank Muamalat Indonesia, 2022).

Berdasarkan pada data yang didapat melalui hasil wawancara dengan dengan *sub branch operation* Bank Muamalat Kota Malang bernama Bapak Afik pada 27/03/2024 pukul 08.00 didapatkan data mengenai jumlah nasabah Bank Muamalat Kota Malang

*“Jumlah nasabah yang ada di Bank Muamalat Kota Malang pada tahun 2023 48.290 nasabah dan pada tahun 2022 ada 46.260 nasabah”.*

Selain itu, Bank Muamalat mendapatkan predikat pertama pada kategori 5 BUS terbaik dalam pelayanan prima tahun 2023-2024 (Info Bank, 2024).

**Gambar 1.2**  
**5 BUS Terbaik Pelayanan Prima**



Data diolah: peneliti, 2024

Bank Muamalat menunjukkan performanya dalam pelayanan terbaik di walk-in channel, dalam aspek satpam dan teller dan berada di urutan tiga teratas pada aspek-aspek lain (Info Bank, 2024). Selain itu, Bank Muamalat juga bekerjasama dengan Badan

Pengelola Keuangan Haji (BPKH) serta menciptakan beragam produk simpanan baru (BPKH, 2022). Hal tersebut yang menjadikan alasan peneliti memilih lokasi di Bank Muamalat. Kelebihan Bank Muamalat Kota Malang dibandingkan dengan bank lain adalah mekanisme didasarkan pada prinsip keadilan, kebersamaan, dan efisiensi. Kelebihan selanjutnya sistem bagi hasil sesuai dengan kesepakatan antara nasabah dan pihak bank. Pelayanan yang ada pada Bank Muamalat Kota Malang sangat ramah dan nyaman. Lalu, terhindar dari praktik *moneylaudry* karena adanya Dewan Pengawas Syariah dan apabila terjadi pailit, maka Bank Muamalat Kota Malang akan menggunakan sistem al-qardu al-hasan (Nurmala *et al.*, 2022).

Bank Muamalat memiliki banyak penawaran produk sesuai dengan kebutuhan nasabah, baik itu dari kalangan anak-anak hingga orang dewasa (Nizar Muhammad & Huda, 2019). Berbagai macam produknya seperti simpanan, diantaranya adalah produk tabungan, deposito, dan giro (Bank Muamalat Indonesia, 2022). Produk simpanan tabungan yang ditawarkan pada Bank Muamalat diantaranya adalah tabungan hijrah haji anak hebat, tabungan IB hijrah bisnis, tabungan IB hijrah, tabungan IB hijrah haji, tabungan IB simple, dan lainnya. Produk simpanan deposito yang ada diantaranya adalah deposito IB hijrah, deposito online IB hijrah muamalat, deposito DHE SDA IB hijrah muamalat, dan *frequently asked question*. Produk simpanan giro pada Bank Muamalat adalah giro IB hijrah, giro IB hijrah ultima, dan giro IB hijrah SAR.

Pada Bank Muamalat Indonesia, terdapat beberapa keunggulan yang dimilikinya (Bank Muamalat Indonesia, 2023), pertama adalah Bank Muamalat merupakan bank syariah pertama yang ada di Indonesia. Kedua adalah *go global*, dimana Bank Muamalat

mengepakkan sayapnya hingga kanca internasional. Pada tahun 2009, Bank Muamalat mendirikan kantor cabang yang berada di Kuala Lumpur, Malaysia dan menjadi bank pertama di Indonesia juga satu-satunya yang mewujudkan ekspansi bisnis di Malaysia. Ketiga, adalah memiliki reputasi yang baik, dimana Bank Muamalat memiliki reputasi yang baik di masyarakat sebagai bank syariah yang terpercaya di Indonesia. Keempat adalah Bank Muamalat memiliki jaringan yang luas, yakni kantor cabang Bank Muamalat tersebar di seluruh wilayah Indonesia, sehingga memudahkan nasabahnya untuk melakukan transaksi dimanapun dan kapanpun. Kelima adalah menciptakan inovasi digital atau melakukan transaksi dimana semula semua transaksi dilakukan secara manual dan pada saat ini Bank Muamalat sedang mengupayakan seluruh transaksi dengan digital. Contohnya seperti layanan Bank Muamalat melalui aplikasi *mobile banking* dan *internet banking*.

Bank Muamalat menyiapkan produk baru yang bertujuan untuk memaksimalkan potensi ekosistem haji dan umrah. Selain hal tersebut, terdapat hasil wawancara dengan SEVP retail banking Bank Muamalat pada 10/01/2024 yang bersumber dari web resmi Bank Muamalat Indonesia mengenai produk simpanan tabungan haji

*Saya akan menyiapkan produk baru berupa produk simpanan tabungan pendaftaran haji dan pelunasan haji. Contoh tabungan tersebut adalah tabungan dalam bentuk mata uang rupiah dan dolar Amerika Serikat. Lalu, akan diluncurkan juga produk simpanan tabungan yang dipaketkan (bundling) dengan bancassurance.*



Perkembangan selanjutnya yang ada pada Bank Muamalat adalah transformasi digital (Bank Muamalat Indonesia, 2022). Transformasi digital ini seluruh transaksi yang ada akan beralih secara digital melalui aplikasi Muamalat DIN atau tidak lagi secara manual. Salah satu transformasi digital adalah pendaftaran porsi haji dapat dilakukan secara online melalui aplikasi mobile banking yang telah disediakan oleh pihak Bank Muamalat yaitu Muamalat DIN. Dengan adanya aplikasi tersebut, nasabah tidak perlu datang ke kantor cabang. Selain itu, aplikasi Muamalat DIN dikombinasikan dengan aplikasi haji pintar milik Kementerian Agama Republik Indonesia yang mempermudah pendaftaran haji atau umroh dan pembayaran hingga pelunasan biaya yang dibutuhkan.

Mayoritas saham PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk dipegang oleh Badan Pengelola Keuangan Haji (BPKH), setelah dinyatakan memenuhi persyaratan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) (BPKH, 2022). Dimana BPKH memiliki saham sebesar 82,7% dan tentunya BPKH telah mempertimbangkan beberapa hal untuk berinvestasi. Alasan utama dari BPKH berinvestasi di Bank Muamalat karena sejak awal berdiri, calon jamaah haji telah mempercayakan dananya untuk dikelola. Hal tersebut dapat dilihat melalui peningkatan pendaftaran serta jumlah dana setoran jamaah haji pada Bank Muamalat yang meningkat seiring berjalannya waktu. Selain itu, tentunya juga BPKH telah melakukan analisa mengenai peta industri keuangan syariah secara global dan nasional pada Bank Muamalat. Adanya kerjasama ini, menciptakan beragam produk simpanan yang terkait dengan haji dan umroh (BPKH, 2022). Hal inilah yang menjadi alasan adanya penelitian ini, apakah dengan adanya kerjasama antara BPKH dengan Bank Muamalat dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk simpanan.

Keputusan nasabah dalam memilih produk simpanan merupakan seleksi dari beberapa pilihan yang ada sebelum mengambil keputusan untuk menggunakan produk yang dipilihnya (Widyaningrum, 2016). Keputusan nasabah dapat menjadi tolak ukur kegunaan dan kepentingan suatu produk atau jasa. Hal itu didukung oleh pernyataan (Fatmawati & Soliha, 2017) bahwa keputusan pembelian pada suatu produk atau jasa tertentu yang menjadi pilihan merupakan yang paling diminati dari beberapa pilihan.

Terdapat hasil wawancara dengan *sub branch operation* Bank Muamalat Kota Malang bernama Bapak Afik pada 27/03/2024 pukul 08.00. Beliau memberikan informasi mengenai jumlah nasabah Bank Muamalat Kota Malang

*”Nasabah Bank Muamalat Kota Malang pada setiap tahunnya mengalami peningkatan yang signifikan, seperti pada tahun 2023 jumlah nasabah sebanyak 48.290 nasabah. Pada tahun 2022, nasabah Bank Muamalat Kota Malang sebanyak 46.260 nasabah. Jumlah nasabah pada Bank Muamalat Kota Malang lebih banyak dibandingkan dengan jumlah nasabah Bank Muamalat Kota Batu. Dimana Bank Muamalat Kota Batu pada tahun 2023 memiliki nasabah sebanyak 10.000 nasabah dan pada tahun 2022 8.000 nasabah”.*

Pada penelitian ini, terdapat tiga faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk simpanan pada Bank Muamalat Kota Malang. Faktor-faktor tersebut adalah faktor produk, faktor kualitas pelayanan, dan faktor religiusitas. Pemilihan ketiga faktor tersebut adalah bertujuan untuk mengetahui apakah faktor produk, faktor kualitas pelayanan, dan faktor religiusitas mempengaruhi keputusan nasabah dalam

memilih produk simpanan Bank Muamalat Kota Malang. Menurut Anisah *et al* (2023), faktor produk, faktor kualitas pelayanan, dan faktor religiusitas berpengaruh terhadap keputusan nasabah. Namun, terdapat beberapa kesenjangan antara satu penelitian dengan penelitian lain atau terdapat pro-kontra. Diantaranya adalah penelitian yang dilakukan oleh Arafah Meida (2020), hasilnya adalah produk tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah. Lalu, penelitian yang dilakukan oleh Anggraini Dewi (2018), menyatakan bahwa faktor kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah. Selanjutnya, penelitian dilakukan oleh Ilfita & Canggih (2021) yang menyatakan bahwa faktor religiusitas berpengaruh terhadap Keputusan. Jadi, penelitian ini bertujuan untuk menyempurnakan penelitian terdahulu dan memberikan keterbaruan dengan lokasi penelitian yang berbeda.

Menurut Anggraini Dewi (2018) faktor produk berpengaruh positif terhadap preferensi nasabah. Seorang nasabah dapat mengambil suatu keputusan dengan adanya tawaran produk yang menarik serta sesuai dengan yang dibutuhkan. Faktor produk mempengaruhi keputusan nasabah pernah diteliti oleh Aulia *et al* (2023), didapatkan hasil bahwa faktor produk memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah. Penelitian oleh Aulia *et al* (2023) mendukung statement dari penelitian yang dilakukan oleh Anggraini Dewi (2018) yang menyatakan bahwa faktor produk berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk simpanan. Namun, terdapat kesenjangan antara hasil penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan oleh Meida Arafah (2020). Hasil dari penelitian yang dilakukan adalah produk tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan musyarakah pada PT Bank Sumut Syariah KC Medan. Dari

kesenjangan ini, maka masih perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh faktor produk terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk.

Selain faktor produk, terdapat faktor lain yang berpotensi mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih suatu produk, menurut Bachmid *et al* (2020), menunjukkan bahwa faktor kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk. Seseorang dapat mengambil keputusan untuk memilih suatu produk apabila nasabah mendapatkan pelayanan yang terbaik dan memuaskan. Faktor kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih suatu produk pernah diteliti oleh Aulia *et al* (2023), didapatkan hasil bahwa faktor kualitas pelayanan berpengaruh secara positif terhadap keputusan nasabah dalam memilih. Penelitian juga dilakukan oleh Melina *et al* (2023) yang menyatakan bahwa faktor kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah. Namun, terdapat kesenjangan antara tiga penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan oleh Anggraini Dewi (2018) yang menyatakan bahwa faktor kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah terhadap bank syariah di Kota Palopo. Dari kesenjangan ini, maka perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh faktor kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk simpanan.

Menurut Anggraini Dewi (2018) , salah satu faktor yang mempengaruhi suatu pengambilan keputusan nasabah dalam perbankan syariah adalah faktor religiusitas, dimana faktor religiusitas berpengaruh terhadap pengambilan suatu keputusan nasabah. Selanjutnya, penelitian dilakukan oleh Ilfita & Canggih (2021) yang menyatakan bahwa

faktor religiusitas berpengaruh terhadap keputusan. Kedua penelitian tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dawami Qosdan (2020) yang menyatakan bahwa faktor religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk dan layanan jasa perbankan syariah. Dengan adanya kesenjangan antara penelitian tersebut, maka perlu dilakukan penelitian berkelanjutan mengenai pengaruh faktor religiusitas terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk simpanan.

Berdasarkan pada pemaparan teori dan penelitian yang telah ada disertai adanya kesenjangan penelitian, peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut dan melakukan pengembangan terhadap penelitian terdahulu untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk simpanan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa terjadi pengaruh dari variabel-variabel tersebut terhadap keputusan nasabah.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan pada latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- 1 Apakah faktor produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk simpanan Muamalat di Kota Malang ?
- 2 Apakah faktor kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk simpanan Bank Muamalat di Kota Malang ?
- 3 Apakah faktor religius berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah

dalam memilih produk simpanan Bank Muamalat di Kota Malang ?

- 4 Apakah faktor produk, faktor kualitas pelayanan, dan faktor religius berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan nasabah dalam memilih produk simpanan Bank Muamalat di Kota Malang?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari pelaksanaan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh faktor produk secara parsial terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk simpanan di Bank Muamalat Kota Malang.
2. Untuk mengetahui pengaruh faktor kualitas pelayanan secara parsial terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk simpanan di Bank Muamalat yang berada di Kota Malang.
3. Untuk mengetahui pengaruh pengaruh faktor religiusitas secara parsial terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk simpanan di Bank Muamalat Kota Malang.
4. Untuk mengetahui pengaruh faktor produk, faktor kualitas pelayanan, dan faktor religius secara simultan terhadap keputusan nasabah di Bank Muamalat yang berada di Kota Malang.

## 1.4 Manfaat Penelitian

### 1. Manfaat Praktis

- Bagi Perusahaan

Manfaat penelitian bagi perusahaan (Bank Muamalat Kota Malang): memberikan informasi untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi nasabah dalam memilih produk simpanan.

- Bagi Pembaca

Manfaat penelitian bagi pembaca: menjadi sumber informasi atau menambah pengetahuan bagi masyarakat mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi nasabah dalam memilih produk simpanan pada Bank Muamalat Kota Malang.

### 2. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian: memberikan landasan bagi peneliti lain dan mengembangkan pengetahuan mengenai terkait faktor- faktor yang dapat mempengaruhi nasabah dalam memilih produk simpanan.

## **BAB II KAJIAN PUSTAKA**

### **2.1 Penelitian Terdahulu**

Beberapa penelitian terdahulu yang menjadi rujukan peneliti. Pertama adalah dari Anisah *et al* (2023) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Religiusitas, dan Persepsi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah dengan Minat Sebagai Variabel Moderating. Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitas pelayanan, religiusitas, persepsi, dan keputusan menjadi nasabah. Hasil yang diperoleh adalah terdapat pengaruh religiusitas terhadap keputusan menjadi nasabah.

Kedua adalah dari Bachmid *et al* (2020) yang berjudul Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk Gadai Emas Menurut Perspektif Islam. Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah nilai taksir, biaya ijarah, pelayanan, dan keputusan menjadi nasabah. Hasil yang diperoleh adalah nilai taksir, biaya ijarah, dan pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk gadai emas.

Ketiga adalah dari Fathurrahman & Azizah (2018) yang berjudul Analisis Faktor-Faktor Preferensi Mahasiswa Terhadap Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Ilmu Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta). Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah faktor agama, faktor biaya, faktor manfaat, faktor pengetahuan, dan preferensi. Hasil yang diperoleh adalah faktor agama, manfaat, fasilitas, dan pengetahuan



berpengaruh positif terhadap tingkat preferensi, faktor biaya berpengaruh negatif terhadap tingkat preferensi.

Keempat adalah dari Amri Khairul (2018) yang berjudul Preferensi Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Bank Aceh Syariah di Kota Banda Aceh. Variabel yang digunakan adalah preferensi nasabah yang terdiri dari manfaat ekonomi, lokasi bank, keyakinan, konsep bagi hasil, pemahaman agama, informasi publik, dan lingkungan nasabah. Hasil yang diperoleh adalah urutan dari preferensi nasabah paling dominan dalam memilih produk pembiayaan mulai dengan lingkungan, kesesuaian dengan keyakinan, lokasi, dan manfaat ekonomi.

Kelima adalah dari Anggraini Dewi (2018) yang berjudul Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Terhadap Bank Syariah di Kota Palopo. Variabel yang digunakan adalah faktor religius, produk, kualitas pelayanan, dan preferensi nasabah. Hasil yang diperoleh adalah faktor religi dan faktor produk berpengaruh terhadap preferensi nasabah, sedangkan faktor kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap preferensi nasabah.

Keenam adalah dari Arafah Meida (2020) yang berjudul Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk Pembiayaan Musyarakah Pada PT Bank Sumut Syariah KC Medan. Variabel yang digunakan adalah persepsi, motivasi, produk, dan keputusan nasabah. Hasil yang diperoleh adalah motivasi berpengaruh terhadap keputusan nasabah, tetapi persepsi dan produk tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah.

Ketujuh adalah dari Aulia *et al* (2023) yang berjudul Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Produk Pembiayaan (Studi Kasus Pada Kb Bukopin Syariah Kc Yogyakarta). Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah faktor pengetahuan, produk, pelayanan, dan keputusan nasabah. Hasil yang diperoleh adalah faktor pengetahuan, produk, dan pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan di Kb Bukopin Syariah Yogyakarta.

Kedelapan adalah dari Sari *et al* (2015) yang berjudul Analisis Faktor-Faktor Preferensi Etnis Tionghoa Terhadap Bank Syariah di Indonesia. Variabel yang digunakan pada penelitian adalah *location, higher return, quality service, Islamic bank reputation and image, product features, marketing or business advisor, personal, social, culture, awareness, interest*, dan teknologi . Hasil yang diperoleh adalah tingkat pengetahuan etnis Tionghoa non nasabah memiliki tingkat pengetahuan dan persepsi yang lebih rendah terhadap bank syariah dibandingkan dengan tingkat pengetahuan dan persepsi dari nasabah etnis Tionghoa non muslim.

Kesembilan adalah dari Abror *et al* (2020) yang berjudul *Service Quality, Religiosity, Customer Satisfaction, Customer Engagement, and Islamic Bank's Customer Loyalty*. Variabel yang digunakan pada penelitian adalah kualitas pelayanan, religiusitas, loyalitas nasabah, dan kepuasan nasabah. Hasil yang diperoleh adalah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Religiusitas memiliki dampak moderasi yang signifikan dan negatif terhadap hubungan kualitas layanan-kepuasan nasabah, kualitas pelayanan tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Kesepuluh adalah dari Ilfita & Canggih (2021) yang berjudul *The Influence Of Sharia Financial Literacy, Religiosity, and Perception of Saving Students Interest in Sharia Banks*. Variabel yang digunakan pada penelitian adalah literasi keuangan, religiusitas, persepsi, dan minat menabung. Hasil yang diperoleh adalah religiusitas dan persepsi berpengaruh secara parsial terhadap minat menabung, tetapi literasi keuangan syariah tidak berpengaruh terhadap minat menabung.

Kesebelas adalah dari Dawami Qosdam (2020) yang berjudul *Factors Influencing The Preference Of Customers Towards Islamic Banking: Evidence From Malaysia*. Variabel yang digunakan pada penelitian adalah perilaku nasabah, kualitas pelayanan, citra bank, religiusitas, dan perbankan syariah. Hasil yang diperoleh adalah perilaku nasabah dan kualitas pelayanan yang ditawarkan bank syariah merupakan faktor penentu utama yang mempengaruhi perilaku nasabah terhadap perbankan syariah. Citra bank dan religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap niat nasabah memilih produk dan layanan jasanya.

Keduabelas adalah dari Hidayat *et al* (2015) yang berjudul *Effects of Service Quality, Customer Trust, and Customer Religious Commitment on Customer Satisfaction and Loyalty of Islamic Banks in East Java*. Variabel yang digunakan pada penelitian adalah kualitas pelayanan, kepercayaan, komitmen keagamaan, kepuasan, dan loyalitas nasabah. Hasil yang diperoleh adalah kualitas pelayanan dan kepercayaan nasabah bank syariah berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan dan kepercayaan nasabah berpengaruh langsung dan tidak langsung terhadap loyalitas nasabah yang dimediasi oleh kepuasan nasabah bank syariah di Jawa Timur.

Komitmen keagamaan tidak berpengaruh langsung dan tidak langsung terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas nasabah.

Ketigabelas adalah dari Melina *et al* (2023) yang berjudul *The Effect of Knowledge and Service Quality on Public Preference in Sharia Bank in Riau Province*. Variabel yang digunakan pada penelitian adalah pengetahuan, kualitas pelayanan, dan preferensi. Hasil yang diperoleh adalah pengetahuan dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap preferensi.

Keempat belas adalah dari Nizar Muhammad & Huda (2019) yang berjudul *Analisis Pengetahuan Nasabah Tentang Produk Perbankan Syariah (Studi Pada Bank Muamalat KCP Malang Kepanjen)*. Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah pengetahuan nasabah dan keputusan menjadi nasabah. Hasil yang diperoleh adalah pengetahuan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat KCP Malang Kepanjen. Selain itu, pengetahuan nasabah mengenai produk lebih tinggi dibanding pengetahuan nasabah mengenai pembelian dan pemakaian.

Kelimabelas adalah dari Aco & Natasya (2022) yang berjudul *Pengaruh Pengaruh Religiusitas, Promosi Dan Pelayanan Dalam Pengambilan Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Haji Pada PT. Bank Muamalat Cabang Mamuju*. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah religiusitas, promosi, pelayanan, dan pengambilan keputusan. Hasil yang diperoleh adalah religiusitas, promosi, dan pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah tabungan haji pada

PT. Bank Muamalat cabang Mamuju.

Keenambelas adalah dari Miharta & Khusnudin (2022) yang berjudul Pengaruh Reputasi, Citra Merek, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Mengambil Produk Pembiayaan Murabahah Pada Bank Muamalat KC Kediri. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah reputasi, citra merek, kualitas pelayanan, lokasi, dan keputusan nasabah. Hasil yang diperoleh adalah reputasi, citra merek, kualitas pelayanan, dan lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah mengambil produk pembiayaan murabahah pada bank Muamalat KC Kediri.

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No.	Judul	Metode	Variabel	Hasil
1.	Anisah <i>et al</i> (2023), Pengaruh Kualitas Pelayanan, Religiusitas, dan Persepsi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah dengan Minat Sebagai Variabel Moderating	Regresi linier berganda	Variabel X: 1) Kualitas 2) Pelayanan 3) Religiusitas 4) Persepsi  Variabel Y: 1) Keputusan menjadi nasabah	Terdapat pengaruh religiusitas, persepsi, kualitas, dan pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah.
2.	Bachmid <i>et al</i> (2020), Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk Gadai Emas Menurut Perspektif Islam	Regresi linier berganda	Variabel X: 1) Nilai taksir 2) Biaya ijarah 3) Pelayanan  Variabel Y: 1) Keputusan	Nilai taksir, biaya ijarah, dan pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk gadai emas.

			nasabah	
3.	Fathurrahman & Azizah (2018), Analisis Faktor-Faktor Preferensi Mahasiswa Terhadap Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Ilmu Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)	Regresi linier berganda	Variabel X: 1) Faktor biaya 2) Faktor agama 3) Faktor manfaat 4) Faktor pengetahuan  Variabel Y: 1) Preferensi mahasiswa	Urutan dari preferensi nasabah paling dominan dalam memilih produk pembiayaan mulai dengan lingkungan, kesesuaian dengan keyakinan, lokasi, dan manfaat ekonomi.
4.	Anggraini Dewi (2018), Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Terhadap Bank Syariah di Kota Palopo	Uji mann-whitney	Variabel X: 1) Faktor religius 2) Faktor Produk 3) Faktor kualitas pelayanan  Variabel Y: 1) Preferensi nasabah	Faktor religius dan faktor produk berpengaruh terhadap preferensi nasabah, sedangkan faktor kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap preferensi nasabah, dan secara simultan seluruh variabel berpengaruh terhadap preferensi nasabah
5.	Amri Khairul, (2018), Preferensi Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Bank Aceh Syariah di Kota Banda Aceh	Rumus solvin	Variabel: 1) Preferensi nasabah	Urutan dari preferensi nasabah paling dominan dalam memilih produk pembiayaan mulai dengan lingkungan, kesesuaian

				dengan keyakinan, lokasi, dan manfaat ekonomi
6.	Arafah & Meida (2020), Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk Pembiayaan Musyarakah Pada PT Bank Sumut Syariah KC Medan	Regresi linier berganda	<p>Variabel X:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Persepsi</li> <li>2) Motivasi</li> <li>3) Produk</li> </ol> <p>Variabel Y:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Keputusan nasabah</li> </ol>	Motivasi berpengaruh terhadap keputusan nasabah, tetapi persepsi dan produk tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah
7.	Aulia <i>et al</i> (2023), Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Produk Pembiayaan (Studi Kasus Pada Kb Bukopin Syariah Kc Yogyakarta)	Regresi linier berganda	<p>Variabel X:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Faktor pengetahuan</li> <li>2) Faktor produk</li> <li>3) Faktor pelayanan</li> </ol> <p>Variabel Y:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Keputusan nasabah</li> </ol>	Faktor pengetahuan, produk, dan pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan di Kb Bukopin Syariah Yogyakarta
8.	Sari <i>et al</i> (2015), Analisis Faktor-Faktor Preferensi Etnis Tionghoa Terhadap Bank Syariah di Indonesia	SEM	<p>Variabel X:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) <i>Location</i></li> <li>2) <i>Higher return</i></li> <li>3) <i>Quality service</i></li> <li>4) <i>Islamic bank reputation and image</i></li> <li>5) <i>Product features</i></li> </ol>	Tingkat pengetahuan etnis Tionghoa non nasabah memiliki tingkat pengetahuan dan persepsi yang lebih rendah terhadap bank syariah dibandingkan dengan tingkat pengetahuan dan

			6) <i>Marketing or business advisor</i> 7) <i>Personal</i> 8) <i>Social</i> 9) <i>Culture</i> 10) <i>Awareness</i> 11) <i>Interest</i>  Variabel Y: 1) Teknologi	persepsi dari nasabah etnis Tionghoa non muslim
9.	Abror <i>et al</i> (2020), <i>Service Quality, Religiosity, Customer Satisfaction, Customer Engagement, and Islamic Bank's Customer Loyalty</i>	Persamaan struktural	Variabel X: 1) Kualitas pelayanan 2) Religiusitas 3) Loyalitas nasabah  Variabel Y: 1) Kepuasan nasabah	Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Religiusitas memiliki dampak moderasi yang signifikan dan negatif terhadap hubungan kualitas layanan-kepuasan nasabah
10.	Ilfita & Cangih, (2021), <i>The Influence Of Sharia Financial Literacy, Religiosity, and Perception of Saving Students Interest in Sharia Banks</i>	Regresi linier berganda	Variabel X: 1) Literasi keuangan 2) Religiusitas 3) Persepsi  Variabel Y:	Religiusitas dan persepsi berpengaruh secara parsial terhadap minat menabung, tetapi literasi keuangan syariah tidak berpengaruh terhadap minat menabung, dan



			1) Minat menabung	secara simultan berpengaruh terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah
11.	Dawami Qosdan (2020), <i>Factors Influencing The Preference Of Customers Towards Islamic Banking: Evidence From Malaysia</i>	Korelasi	Variabel X: <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Perilaku nasabah</li> <li>2) Kualitas pelayanan</li> <li>3) Citra bank</li> <li>4) Religiusitas</li> </ol>	Perilaku nasabah dan kualitas pelayanan merupakan faktor yang mempengaruhi perilaku nasabah terhadap perbankan syariah. Citra bank dan religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap niat nasabah memilih produk dan layanan jasanya
12	Hidayat <i>et al</i> (2015), <i>Effects of Service Quality, Customer Trust, and Customer Religious Commitment on Customer Satisfaction and Loyalty of Islamic Banks in East Java</i>	SEM	Variabel X: <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Kualitas pelayanan</li> <li>2) Kepercayaan</li> <li>3) Keagamaan</li> </ol> Variabel Y: <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Kepuasan nasabah</li> <li>2) Loyalitas nasabah</li> </ol>	Kualitas pelayanan dan kepercayaan nasabah bank syariah berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan dan kepercayaan nasabah berpengaruh langsung dan

				tidak langsung terhadap loyalitas nasabah
13	Melina <i>et al</i> (2023), <i>The Effect of Knowledge and Service Quality on Public Preference in Sharia Bank in Riau Province</i>	PLS-SEM	Variabel X: 1) Pengetahuan 2) Kualitas pelayanan  Variabel Y: 1) Preferensi	Pengetahuan dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap preferensi
14	Nizar Muhammad & Huda (2019), Analisis Pengetahuan Nasabah Tentang Produk Perbankan Syariah (Studi Pada Bank Muamalat KCP Malang Kepanjen)	Deskriptif	Variabel X: 1) Pengetahuan nasabah  Variabel Y: 1) Keputusan nasabah	Pengetahuan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat KCP Malang Kepanjen.
15	Aco & Natasya (2022), Pengaruh Pengaruh Religiusitas, Promosi Dan Pelayanan Dalam Pengambilan Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Haji Pada PT. Bank Muamalat Cabang Mamuju	Regresi Linear Berganda & wawancara	Variabel X: 1) Religiusitas 2) Promosi 3) Pelayanan  Variabel Y: 1) Keputusan menjadi nasabah	Religiusitas, promosi, dan pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah tabungan haji pada PT. Bank Muamalat cabang Mamuju

16	Miharta & Khusnudin (2022), Pengaruh Reputasi, Citra Merek, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Mengambil Produk Pembiayaan Murabahah Pada Bank Muamalat KC Kediri	Regresi Linear Berganda	<p>Variabel X:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Reputasi</li> <li>2) Citra merek</li> <li>3) Kualitas pelayanan</li> <li>4) Lokasi</li> </ol> <p>Variabel Y:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Keputusan nasabah</li> </ol>	Reputasi, citra merek, kualitas pelayanan, dan lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah mengambil produk pembiayaan murabahah pada Bank Muamalat KC Kediri.
----	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## 2.2 Kajian Teori

### 2.2.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah

#### 2.2.1.1 Faktor Produk

##### a. Pengertian Faktor Produk

Faktor produk adalah salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih simpanan. Menurut Wulandari (2023), produk pada perbankan syariah yang dapat menarik perhatian nasabah adalah produk yang dengan dengan mudah melakukan transaksi, baik secara tunai maupun non-tunai. Banyaknya jenis produk keuangan yang ditawarkan oleh industri perbankan syariah dengan sistem tanpa riba dapat menjadi pilihan.

Produk perbankan syariah yang sesuai dengan prinsip islam diibaratkan dengan makanan halal yang dikonsumsi sehari-hari. Hal itu dikarenakan kehalalan produknya dan diperuntukkan untuk umat islam dan telah diperintahkan oleh Allah SWT bagi umatnya agar selalu beriman. Salah satu cara beriman kepada Allah SWT dengan cara mengkonsumsi sesuatu yang halal. Seperti yang dijelaskan dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah:168 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُواتِ  
الشَّيْطَانِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

*Artinya: " Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu". (Q.S. AL-BAQARAH:168)*

Pada ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah SWT memerintahkan untuk memakan makanan yang baik dan halal serta menjauhi yang haram. Sama halnya pada industri perbankan syariah yang berdasar pada ajaran islam, sehingga produk yang ada dipastikan kehalalannya. Perbankan syariah beroperasi dengan tawaran produk yang beragam dan tidak menganut pada kegiatan yang haram melainkan berdasarkan pada kehalalan produknya (Agustin, 2021).

## **b. Indikator Faktor Produk**

Indikator yang dapat mengukur faktor produk pada perbankan syariah ada 3 (Wulandari, 2023), diantaranya adalah:

- 1) Menerapkan konsep bagi hasil dan manfaat ekonomi
- 2) Meningkatkan laba

3) Produk sesuai dengan kebutuhan nasabah

### 2.2.1.2 Faktor Kualitas Pelayanan

#### a. Pengertian Faktor Kualitas Pelayanan

Pelayanan adalah suatu perasaan yang dirasakan oleh penerima layanan, baik itu menyenangkan atau tidak menyenangkan (Widjoyo, 2014). Sedangkan kualitas pelayanan adalah tindakan dengan tingkat baik atau tidaknya pelayanan yang diberikan oleh perbankan syariah sesuai dengan ekspektasi dan harapan para nasabah (Haris & T, 2012). Cara menciptakan kualitas pelayanan yang baik dapat dilakukan dengan cara memberikan kesan pertama yang baik di mata nasabah. Hal itu dapat menciptakan rasa kepuasan serta kepercayaan nasabah pada perbankan syariah untuk melindungi transaksi keuangan yang dilakukan (Haris & T, 2012).

Dalam perspektif islam, Allah SWT memerintahkan umatnya untuk memberikan pelayanan yang terbaik dalam melayani seseorang dan pelayanan yang juga berkualitas. Seperti yang dijelaskan dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah:267 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ  
مِّنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِأَخِيذِيهِ إِلَّا أَنْ  
تُغْمِضُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

*Artinya: " Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji". (Q.S. AL-BAQARAH:267)*

Pada ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah SWT telah memerintah dan menjelaskan bahwa Allah SWT tidak membutuhkan infaq para umatnya, tetapi umatnya lah yang membutuhkan Allah SWT. Sama halnya dengan bagaimana kita dapat melakukan sesuatu kepada Allah SWT tetapi kita sendiri tidak suka jika menerima sesuatu tersebut. Penerapan pada industri perbankan syariah, memberikan pelayanan yang terbaik, baik itu pelayanan yang halal dan sesuai dengan kebutuhan para nasabah. Hal itu dikarenakan, tidak mungkin ada nasabah yang ingin diberikan pelayanan yang buruk atau kurang baik.

#### **b. Indikator Faktor Kualitas Pelayanan**

Menurut Mulazid *et al* (2020) terdapat beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan, diantaranya adalah:

- a. Keandalan (Reability)
- b. Daya tangkap (responsiveness)
- c. Empati (Empathy)
- d. Jaminan (Asurance)
- e. Bukti langsung (Tangible)

### 2.2.1.3 Faktor Religiusitas

#### a. Pengertian Faktor Religiusitas

Perbankan syariah adalah industri yang bergerak di bidang keuangan dengan sistem operasionalnya menggunakan sistem yang ada dalam ajaran agama islam, dengan berdasar pada Al-Qur'an dan Hadist. Oleh karena itu, faktor religiusitas merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah karena sebagai produk halal yang ditawarkan oleh perbankan syariah (Santoso & Adawiyah, 2019). Dimana hal itu sesuai dengan fatwa MUI dan ajaran islam yang melarang adanya kegiatan yang mengandung riba atau adanya bunga bank.

Dalam perspektif islam, sangat jelas diperintahkan oleh Allah SWT kepada umatnya untuk tidak melakukan riba karena itu merupakan sesuatu yang dilarang Allah SWT dan memiliki tujuan untuk terhindar dari api neraka serta bentuk keimanan kepada Allah SWT. Seperti yang telah dijelaskan dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah:275 yang berbunyi:

لَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ  
 ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ  
 مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ  
 هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

*Artinya: "Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan)*

*penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya". (Q.S. AL-BAQARAH:275)*

Pada ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah SWT telah menghalalkan atau memperbolehkan adanya jual beli, tetapi mengharamkan adanya riba dalam operasional jual beli. Selain itu, orang memakan hasil riba maka hidupnya akan berada dalam kegelisahan dan tidak tentram. Sedangkan, di akhirat mereka yang melakukan transaksi yang mengandung riba akan di azab oleh Allah SWT dengan adzab yang pedih dan dibangkitkan dengan kebingungan. Hal tersebut berkaitan dengan perbankan syariah, dimana semua kegiatan operasional yang berjalan menerapkan prinsip syariah, sehingga terhindar dari adanya unsur riba.

#### **b. Indikator Faktor Religiusitas**

Terdapat beberapa indikator dari faktor religiusitas (Santoso & Adawiyah, 2019) adalah sebagai berikut:

- 1) Keyakinan (*Belief*)
- 2) Praktik agama (*Practice*)
- 3) Pengalaman (*Experience*)
- 4) Pengetahuan keagamaan (*Knowledge*)
- 5) Pengamalan (*Consequences*)



## **2.2.2 Teori Keputusan Nasabah**

### **a. Pengertian Keputusan Nasabah**

Keputusan pembelian adalah seleksi terhadap adanya beberapa pilihan, baik itu dua pilihan alternatif ataupun lebih dengan perkataan lain pilihan alternatif harus ada saat seseorang mengambil keputusannya (Widyaningrum, 2016). Menurut Fatmawati & Soliha (2017), keputusan pembelian adalah membeli suatu produk pada merek tertentu yang paling diminati dari beberapa pilihan yang ada. Tetapi, terdapat dua faktor, yaitu niat pembelian dan keputusan pembelian. Faktor pertama adalah faktor situasional dan faktor kedua adalah sikap orang lain.

Keputusan adalah memilih diantara beberapa pilihan alternatif yang ada dan menggabungkan tiga gagasan, seperti tujuan yang perlu direalisasikan, pilihan berdasarkan logika atau pertimbangan, dan pilihan yang dipilih merupakan pilihan yang terbaik diantara pilihan yang ada (Pasolong Harbani, 2023). Dalam proses keputusan pembelian terdapat beberapa tingkat atau model didalamnya, diantaranya adalah sebagai berikut:

- 1) Pengenalan masalah
- 2) Pencarian informasi
- 3) Evaluasi alternatif
- 4) Keputusan pembeli
- 5) Perilaku setelah pembelian

Terdapat beberapa tahapan yang dilakukan dalam pengambilan keputusan nasabah memilih produk simpanan (B Simamora, 2003), diantaranya adalah sebagai berikut:

- 1) Tinggi rendahnya manfaat dari produk yang berbeda antara nasabah karena memiliki kebutuhan yang berbeda-beda.
- 2) Kepercayaan nasabah dalam produk yang akan dipilih
- 3) Nasabah berasumsi bahwa produk yang dipilih adalah produk yang paling tepat.
- 4) Nasabah memiliki tingkat kepuasan terhadap produk yang berbeda-beda.
- 5) Tingkat kepuasan akan mendorong nasabah untuk memilih dan mengevaluasi.

Keputusan nasabah berkaitan dengan pertimbangan-pertimbangan yang ada dalam proses pengambilan keputusan dengan cara yang bijak dan benar. Seperti yang telah dijelaskan dalam Al-Qur'an Surah Al-Maidah Ayat 100 yang berbunyi:

قُلْ لَا يَسْتَوِي أَحَبِيثُ وَالطَّيِّبُ وَلَوْ أَعْجَبَكَ كَثْرَةُ أَحَبِيثٍ ۖ فَاتَّقُوا اللَّهَ يَا أُولِي

الْأَلْبَابِ لَعَلَّكُمْ تَفْلِحُونَ

*Artinya: Katakanlah: "Tidak sama yang buruk dengan yang baik, meskipun banyaknya yang buruk itu menarik hatimu, maka bertakwalah kepada Allah hai orang-orang berakal, agar kamu mendapat keberuntungan". (Q.S. AL-MAIDAH:100)*

Pada ayat tersebut menjelaskan bahwa untuk memutuskan suatu hal, termasuk dalam pengambilan keputusan nasabah dalam memilih produk simpanan, diperlukan adanya pertimbangan-pertimbangan. Hal tersebut bertujuan agar keputusan yang diambil merupakan keputusan yang bijak dan benar, sehingga menghasilkan hal yang bermanfaat dan beruntung.

#### **b. Indikator Keputusan Nasabah**

Menurut Pasolong Harbani (2023) terdapat beberapa indikator dari mengambil keputusan, diantaranya adalah sebagai berikut:

- 1) Kemampuan perusahaan menarik minat masyarakat
- 2) Pegawai memberikan informasi yang jelas dan mudah dipahami
- 3) Menyediakan jasa
- 4) Terdapat kepedulian terhadap nasabah

### **2.2.3 Teori Produk Simpanan**

#### **a. Pengertian Produk Simpanan**

Produk simpanan adalah yang berasal dari dana yang dipercayakan oleh masyarakat dan dikelola oleh bank dengan perjanjian penyimpanan yang telah disepakati sebelumnya, dimana bentuk produk simpanan terdiri dari giro, deposito, tabungan, sertifikat deposito, atau bentuk lainnya (Otoritas Jasa Keuangan, 1992). Macam-macam dari produk dikumpulkan oleh bank syariah beragam dan sesuai dengan kebutuhan nasabah serta kemudahan yang diberikan.

Dalam perspektif islam, telah dijelaskan suatu ayat yang berhubungan dengan produk simpanan dalam Al-Qur'an surah An-Nisa ayat 58 yang berbunyi:

إِنَّ اللَّهَ يُأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۗ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

*Artinya: "Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat". (Q.S. AN-NISA:58)*

Pada ayat tersebut menjelaskan bahwa kita sebagai umat manusia harus menyampaikan amanah kepada orang yang berhak untuk mendapatkannya. Hal tersebut berkaitan dengan produk simpanan pada perbankan syariah. Pihak bank sebagai pengelola dana para nasabahnya harus dapat amanah dalam mengelola dana tersebut sebaik mungkin.

Beberapa produk simpanan yang ada pada perbankan syariah adalah:

#### 1. Tabungan

Simpanan sukarela adalah simpanan yang dapat diambil kapan saja sesuai dengan kebutuhan nasabah atau pihak yang menyimpan. Pada Bank Muamalat Indonesia, ada banyak produk simpanan tabungan yang ditawarkan, diantaranya adalah tabungan hijrah haji anak hebat, tabungan IB hijrah bisnis, tabungan IB hijrah valas, tabungan IB hijrah, tabungan IB hijrah haji, tabungan prima berhadiah (TPB), rekening tabungan jamaah haji, tabungan, tabungan IB hijrah rencana,

tabungan IB hijrah prima, tabungan IB simpel, dan tabungan IB hijrah payroll (Bank Muamalat Indonesia, 2022). Produk simpanan tabungan pada perbankan syariah berdasarkan prinsipnya dibagi menjadi dua, yaitu prinsip wadiah dan prinsip mudharabah.

a. Tabungan dengan prinsip wadiah

Tabungan dengan prinsip wadiah adalah produk simpanan yang dijalankan menggunakan akad wadiah. Pengertian akad wadiah adalah menitipkan dana yang dapat diambil dengan cara mengeluarkan surat berharga pemindahan buku atau transfer atau perintah pembayaran. Pada bank syariah, yang digunakan adalah akad wadiah yad adh- dhammanah. Dimana nasabah sebagai pihak yang menitipkan dananya untuk digunakan. Sedangkan, pihak bank syariah sebagai pihak yang dititipkan dana atau barang sebagai penanggung jawab atas titipan.

b. Tabungan dengan prinsip mudharabah

Tabungan dengan prinsip mudharabah adalah produk simpanan dengan penyeteroran dana dan penarikannya dijalankan sesuai dengan perjanjian yang sebelumnya telah disepakati sebelumnya. Sistem pada akad mudharabah ini dengan bentuk bagi hasil dan bukan dalam bentuk laba.

2. Deposito

Pengertian deposito adalah produk simpanan berjangka yang penarikannya tidak dapat dilakukan kapan saja, tetapi dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan perjanjian yang sebelumnya telah disepakati dengan nasabah, hal itu

berdasarkan dari Dewan Syariah Nasional No.03/DSNMUI/IV/2000. Menurut UU No. 7 tahun 1992, deposito adalah simpanan dimana penarikannya dapat dilakukan pada waktu tertentu sesuai dengan perjanjian antara pihak bank dan nasabah (Mahkama Agung Republik Indonesia, 2000). Sedangkan, pengertian produk simpanan deposito syariah secara umum adalah simpanan yang dilaksanakan yang berlandaskan dengan prinsip syariah. Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI menyatakan bahwa deposito yang sesuai dengan prinsip syariah adalah deposito dengan prinsip mudharabah. Berdasarkan jangka waktu pengambilan, deposito mudharabah dibagi menjadi empat, yaitu 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan, dan 12 bulan. Produk simpanan deposito yang ada pada Bank Muamalat Indonesia ada 4, diantaranya adalah deposito IB hijrah, deposito online IB hijrah muamalat, deposito DHE SDA IB hijrah muamalat, dan *frequently asked question* (Bank Muamalat Indonesia, 2022).

### 3. Giro

Giro adalah adalah produk simpanan pada bank, dimana penarikannya dapat dilakukan kapanpun dengan menggunakan cek. Bilyet giro, atau pemindahan buku (OJK, 2022). Giro syariah adalah giro yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Produk simpanan berupa giro yang ditawarkan oleh Bank Muamalat Indonesia ada tiga, yaitu giro IB hijrah, giro IB hijrah ultima, dan giro IB hijrah SAR (Bank Muamalat Indonesia, 2022). Dewan syariah nasional telah mengeluarkan fatwanya mengenai giro syariah, berdasarkan pada prinsip wadiah dan mudharabah.

#### a. Giro wadiah

Giro wadiah adalah dana dari nasabah yang penarikannya dapat dilakukan kapanpun menggunakan cek, bilyet giro, kartu ATM, dan dengan pemindahanbukuan. Nasabah akan memperoleh nomor rekening yang disebut dengan giran wadiah (pemegang rekening giro).

b. Giro mudharabah

Giro mudharabah adalah giro yang dijalankan dengan akad mudharabah dan pada akad ini, dibagi menjadi dua bentuk, giro mudharabah mutlaqah dan giro mudharabah muqayyadah. Perbedaan dari kedua bentuk ini adalah pada ada atau tidak persyaratan yang diberikan oleh nasabah kepada bank dalam mengelola dana yang dimilikinya, baik itu dari sisi objek investasinya maupun dari sisi waktu. Pada giro mudharabah ini, nasabah akan memperoleh keuntungan sesuai dengan nisbah yang telah disepakati pada awal pembukaan rekening.

## **2.3 Hubungan Antar Variabel**

### **2.3.1 Hubungan Faktor Produk Terhadap Keputusan Nasabah**

Dalam penelitian yang dilakukan Anggraini Dewi (2018), menunjukkan bahwa faktor produk berpengaruh positif terhadap preferensi nasabah. Selanjutnya, penelitian yang dilakukan Aulia *et al* (2023), menunjukkan bahwa faktor produk memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah. Artinya, semakin baik suatu produk yang ada, maka akan mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih suatu produk, salah satunya adalah produk simpanan.

### **2.3.2 Hubungan Faktor Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah**

Dalam penelitian yang dilakukan Bachmid *et al* (2020), menunjukkan bahwa faktor kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan keputusan nasabah memilih produk. Selanjutnya, penelitian yang dilakukan (Huda & Indah (2023), menunjukkan bahwa faktor kualitas pelayanan berpengaruh secara positif terhadap keputusan nasabah dalam memilih. Kemudian, penelitian yang dilakukan Melina Fica (2023), menunjukkan bahwa faktor kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan. Nasabah. Artinya, faktor kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor nasabah dalam memilih suatu produk perbankan syariah. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak perbankan syariah, maka akan semakin mempengaruhi keputusan nasabah tersebut.

### **2.3.3 Hubungan Faktor Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah**

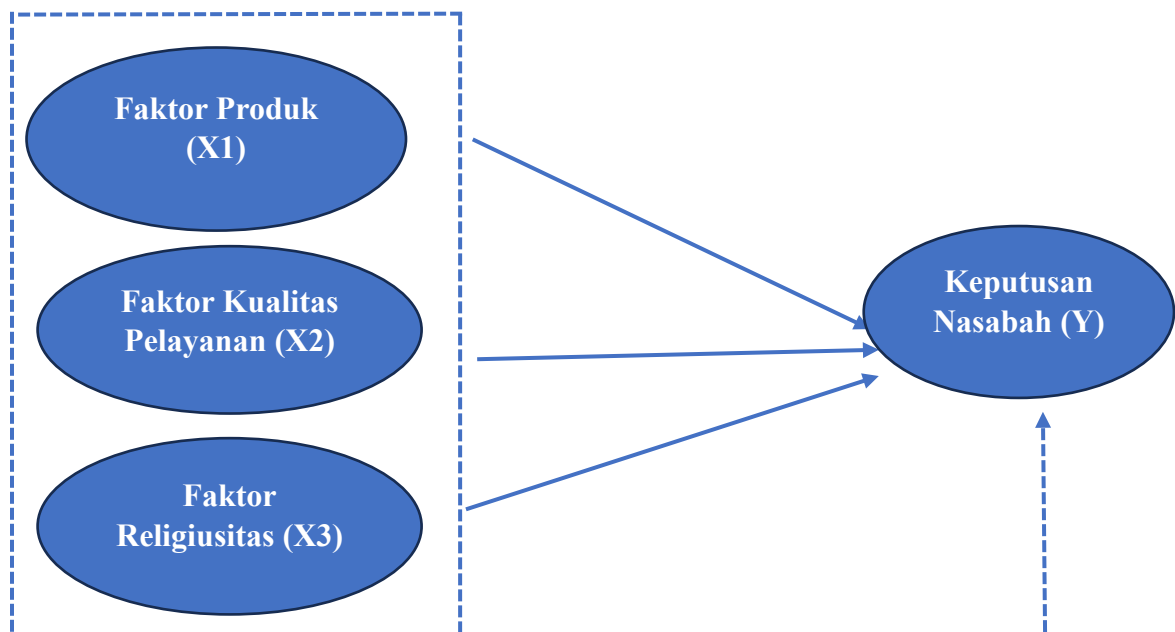
Dalam penelitian yang dilakukan Anggraini Dewi (2018), menunjukkan bahwa faktor religius berpengaruh terhadap keputusan nasabah. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Ilfita & Canggih (2021), menunjukkan bahwa faktor religiusitas berpengaruh terhadap keputusan. Dari ketiga penelitian terdahulu dapat disimpulkan bahwa keputusan nasabah dalam memilih suatu produk tidak lepas dari faktor religiusitas, karena perbankan syariah merupakan industri keuangan yang bergerak dengan sistem syariah.



## 2.4 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual adalah gambaran untuk menghubungkan berbagai variabel penelitian, yaitu variabel terikat atau dependen dengan variabel bebas atau independen yang akan diukur serta diamati melalui proses penelitian (Sugiyono, 2017). Variabel independen atau variabel bebas atau biasa disebut sebagai variabel X. Pada penelitian ini, variabel X adalah faktor produk, faktor kualitas pelayanan, dan faktor religiusitas. Variabel dependen atau variabel terikat atau yang dikenal sebagai variabel Y. Pada penelitian ini, variabel Y adalah keputusan nasabah dalam memilih produk simpanan.

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Konseptual**



Keterangan:

———— = Parsial

----- = Simultan

## 2.5 Hipotesis Penelitian

Hipotesis yang dapat diambil melalui kerangka konseptual adalah:

H1: Pengaruh faktor produk secara parsial terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk simpanan Bank Muamalat di Kota Malang.

Hipotesis satu didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Anggraini Dewi, (2018) yang menyatakan bahwa faktor produk berpengaruh terhadap preferensi nasabah dan penelitian yang dilakukan oleh (Aulia et al., 2023) memberikan hasil bahwa faktor produk berpengaruh terhadap keputusan nasabah.

H2: Pengaruh faktor kualitas pelayanan secara parsial terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk simpanan Bank Muamalat di Kota Malang.

Hipotesis dua didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Bachmid *et al* (2020) yang menyatakan bahwa faktor kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah dan penelitian yang dilakukan oleh Huda & Indah (2023) menyatakan bahwa faktor kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah.

H3: Pengaruh faktor religiusitas secara parsial terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk simpanan Bank Muamalat di Kota Malang.

Hipotesis tiga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Anggraini Dewi

(2018) yang menyatakan bahwa faktor religiusitas berpengaruh terhadap keputusan nasabah dan penelitian yang dilakukan oleh Ilfita & Canggih (2021) menyatakan bahwa faktor religiusitas berpengaruh terhadap keputusan nasabah.

H4: Pengaruh faktor produk, faktor kualitas pelayanan, dan faktor religius secara simultan terhadap keputusan nasabah Bank Muamalat di Kota Malang.

Hipotesis empat sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Aulia *et al* (2023) yang menyatakan bahwa faktor produk, faktor kualitas pelayanan, dan faktor religiusitas berpengaruh terhadap keputusan nasabah.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dan menggunakan pendekatan deskriptif. Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme dan digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu (Sugiyono, 2017). Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang didasarkan pada filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu (Sugiyono, 2017). Tujuan dari penelitian kuantitatif adalah menentukan seberapa banyak objek atau hal yang benar-benar membuktikan untuk validitas hipotesis dan menganalisisnya secara kuantitatif. Pada penelitian ini menggunakan desain kausal, yang menjelaskan pengaruh hubungan antara beberapa variabel serta melakukan pengujian hipotesis (Malhotra, 2006). Sehingga, pada penelitian ini terdapat dua jenis variabel, yaitu variabel independen dan variabel dependen. Selanjutnya, akan diketahui apakah variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Penelitian ini menggunakan empat variabel yang terdiri dari faktor produk, faktor kualitas pelayanan, dan faktor religiusitas sebagai variabel independen, selanjutnya keputusan nasabah sebagai variabel dependen. Dapat disimpulkan, bahwa tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk simpanan Bank Muamalat di Kota Malang.

## **3.2 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian yang digunakan untuk melakukan penelitian adalah PT Bank Muamalat Kota Malang yang beralamat di Penelitian ini dilakukan di Bank Muamalat Kota Malang yang berada di Jl Kertanegara, No.2, Kidul Dalem, Klojen, Kota Malang. Hal itu berdasarkan observasi yang dilakukan oleh peneliti bahwa lokasi bank tersebut mudah dijangkau dan strategis, sehingga akan memudahkan peneliti untuk melakukan penelitian.

## **3.3 Populasi dan Sampel**

### **3.3.1 Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi dimana terdapat objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu dan kualitas yang telah ditetapkan oleh peneliti, sehingga dapat dipelajari dan ditarik kesimpulan pada penelitian (Sugiyono, 2017). Populasi bukan hanya terbatas pada orang, tetapi juga objek dan benda-benda yang memenuhi karakteristik (Sugiyono, 2017). Tujuan dari adanya penentuan populasi adalah untuk mengetahui besarnya anggota sampel yang diambil dan membatasi berlakunya daerah generalisasi (Bawono, 2006). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Muamalat di Kota Malang.

### **3.3.2 Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2017). Apabila populasi yang ada besar dan peneliti tidak mungkin untuk mengambil semua sampel, maka penentuan jumlah sampel dapat menggunakan teori

malhotra (Sujarweni, 2015). Pada penelitian ini, penentuan jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan teori Malhotra. Teori Malhotra adalah menentukan jumlah sampel dengan cara mengalikan jumlah item pernyataan variabel dengan lima (Malhotra, 2006). Item pernyataan  $20 \times 5 = 100$  responden.

### 3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah teknik *non probability sampling*. Teknik *non probability sampling* adalah sebuah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi kesempatan atau peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih sebagai sampel (Sugiyono, 2017). Diharapkan dari teknik *non probability sampling* ini peneliti dapat mengetahui pengaruh faktor produk, faktor kualitas pelayanan, dan faktor religiusitas terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk simpanan Bank Muamalat Kota Malang. Teknik pengambilan sampel *non probability sampling* pada penelitian ini dengan kombinasi antara *accidental sampling* dan *purposive sampling*. *Accidental sampling* adalah responden yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan sesuai dengan kriteria utama yang telah ditentukan. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan kriteria-kriteria tertentu (Sugiyono, 2017). Peneliti menetapkan kriteria umum sebagai berikut:

1. Nasabah Bank Muamalat Kota Malang
2. Berusia minimal 17 tahun
3. Memiliki produk simpanan di Bank Muamalat

### **3.5 Data dan Jenis Data**

Data yang digunakan untuk melakukan penelitian oleh peneliti disebut sebagai sumber data. Dalam penelitian ini, jenis dan sumber data yang digunakan oleh peneliti ada dua, yaitu data primer dan data sekunder, sebagai berikut:

#### **1. Data Primer**

Data primer adalah data yang berasal dari sumber secara langsung dengan memberikan data kepada individu yang sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan (Sugiyono, 2017). Data primer pada penelitian ini adalah jawaban dari kuesioner yang disebar dan diisi oleh nasabah Bank Muamalat Kota Malang. Sehingga, data yang diperoleh bersumber melalui jawaban pengisian kuesioner.

#### **2. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data diterbitkan serta digunakan oleh pihak lain (Sugiyono, 2017). Data sekunder termasuk data yang diperoleh secara tidak langsung, melainkan melalui perantara. Data sekunder dari penelitian ini adalah artikel jurnal, buku, dan situs internet yang terkait dengan pengaruh faktor produk, faktor kualitas pelayanan, dan faktor religiusitas terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk simpanan Bank Muamalat di Kota Malang.

### **3.6 Teknik Pengumpulan Data**

Pada penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan menyebarkan kuesioner. Kuesioner adalah pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan seperangkat pernyataan kepada orang lain yang menjadi

responden untuk dijawab (Sugiyono, 2017). Penyebaran kuesioner difokuskan pada nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Malang. Teknik pengumpulan data yang diperlukan pada penelitian ini sebagai berikut:

#### 1. Riset Lapangan

Pada penelitian ini metode yang digunakan dalam pengumpulan data melalui riset lapangan adalah:

##### a. Kuesioner

Kuesioner adalah beberapa pernyataan penelitian yang berhubungan dengan pengaruh faktor produk, faktor kualitas pelayanan, dan faktor religiusitas terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk simpanan pada Bank Muamalat Kota Malang. Adapun media penyebaran dalam pengisian kuesioner penelitian ini melalui media sosial WhatsApp dan Instagram.

#### 2. Studi Pustaka

Studi pustaka adalah sumber data yang bertujuan untuk mempelajari berbagai macam jurnal, buku, dan penelitian terdahulu, sehingga diperoleh informasi atau data yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan mengenai pengaruh faktor produk, faktor kualitas pelayanan, dan faktor religiusitas terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk simpanan Bank Muamalat Kota Malang.

### **3.7 Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasional variabel dapat diartikan sebagai unsur yang terdapat pada penelitian dan memberitahu bagaimana cara untuk mengukur suatu variabel. Selain itu, dengan adanya definisi operasional variabel dapat digunakan untuk menilai obyek atau



subyek yang telah ditentukan, dipahami, dan disimpulkan hasilnya (Sugiyono, 2017). Variabel yang ada pada penelitian ini ada dua, variabel terikat (dependen) dan variabel bebas (independen).

#### 1. Variabel Dependen (Terikat)

Variabel terikat atau variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2017). Apabila variabel bebas atau independen terjadi perubahan nilai, maka pada variabel terikat atau dependen juga akan mengalami perubahan nilai. Variabel terikat pada penelitian ini adalah keputusan nasabah dalam memilih produk simpanan pada Bank Muamalat Kota Malang (Y).

#### 2. Variabel Bebas (Independen)

Variabel independen adalah variabel yang menjadi sebab munculnya perubahan variabel dependen (Sugiyono, 2017). Variabel independen sebagai variabel yang mempengaruhi variabel dependen. Terdapat tiga variabel bebas atau independen., adalah faktor produk (X1), faktor kualitas pelayanan (X2), dan faktor religiusitas (X3). Berikut definisi operasional variabel dalam penelitian, antara lain:

##### a. Faktor Produk (X1)

Faktor produk adalah salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk simpanan. Menurut Wulandari (2023), produk pada perbankan syariah yang dapat menarik perhatian nasabah adalah produk yang dengan mudah melakukan transaksi, baik secara tunai maupun non-tunai. Banyaknya jenis produk keuangan yang ditawarkan oleh industri perbankan syariah dengan sistem tanpa riba dapat menjadi pilihan bagi masyarakat muslim yang ada.

### b. Faktor Kualitas Pelayanan (X2)

Kualitas pelayanan adalah tindakan dengan tingkat baik atau tidaknya pelayanan yang diberikan oleh perbankan syariah sesuai dengan ekspektasi dan harapan para nasabah (Haris & T, 2012). Cara menciptakan kualitas pelayanan yang baik dapat dilakukan dengan cara memberikan kesan pertama yang baik di mata nasabah. Hal itu dapat menciptakan rasa kepuasan serta kepercayaan nasabah pada perbankan syariah untuk melindungi transaksi keuangan yang dilakukan (Haris & T, 2012).

### c. Faktor Religiusitas (X3)

Faktor religiusitas adalah salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah karena produk perbankan syariah menawarkan sebagai produk halal yang ditawarkan oleh perbankan syariah dan sesuai dengan fatwa MUI (Santoso & Adawiyah, 2019).

**Tabel 3.1**  
**Definisi Operasional Variabel**

No.	Variabel	Pengertian	Indikator	Item
1.	Faktor Produk (Wulandari, 2023)	Produk pada perbankan syariah yang dapat menarik perhatian nasabah adalah produk yang dengan dengan mudah melakukan transaksi, baik secara tunai maupun non-tunai.	Menurut Wulandari (2023): a) Menerapkan konsep bagi hasil b) Manfaat ekonomi c) Meningkatkan laba d) Produk sesuai dengan kebutuhan nasabah	1) Nasabah Bank Muamalat Kota Malang memperoleh bagi hasil sesuai dengan kesepakatan 2) Fitur-fitur pendukung Bank Muamalat Kota Malang memberikan keuntungan bagi

				<p>nasabahnya</p> <p>3) Produk-produk Bank Muamalat Kota Malang beragam, menarik, dan inovatif</p> <p>4) Bank Muamalat Kota Malang menyediakan produk sesuai dengan kebutuhan nasabah</p>
2.	Faktor Kualitas Pelayanan (Haris & T, 2012)	Tindakan dengan tingkat baik atau tidaknya pelayanan yang diberikan oleh perbankan syariah sesuai dengan ekspektasi dan harapan para nasabah	Menurut Mulazid <i>et al</i> (2020): <ol style="list-style-type: none"> <li>a) Keandalan (<i>Reability</i>)</li> <li>b) Daya tangkap (<i>responsiveness</i>)</li> <li>c) Empati (<i>Empathy</i>)</li> <li>d) Jaminan (<i>Asurance</i>)</li> <li>e) Bukti langsung (<i>Tangible</i>)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Pegawai Bank Muamalat Kota Malang memberikan pelayanan yang mudah</li> <li>2) Pegawai Bank Muamalat Kota Malang melakukan pelayanan dengan cepat</li> <li>3) Pegawai Bank Muamalat Kota Malang perhatian terhadap keluhan nasabah</li> <li>4) Pegawai Bank Muamalat Kota Malang bertanggung jawab apabila terdapat kesalahan pada hasil kerja</li> <li>5) Bank Muamalat Kota Malang</li> </ol>

				memiliki fasilitas gedung yang memadai
3.	Faktor religiusitas (Santoso & Adawiyah, 2019)	Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah karena produk perbankan syariah menawarkan sebagai produk halal yang ditawarkan oleh perbankan syariah dan sesuai dengan fatwa MUI	Menurut Santoso & Adawiyah (2019): a) Keyakinan ( <i>Belief</i> ) b) Praktik agama ( <i>Practice</i> ) c) Pengalaman ( <i>Experience</i> ) d) Pengetahuan keagamaan ( <i>Knowledge</i> ) e) Pengamalan ( <i>Consequences</i> )	1) Saya yakin terhadap Allah SWT, malaikat Allah, Rasulullah SAW, kitab-kitab Allah SWT, hari akhir, dan qada' qadar 2) Saya menggunakan Bank Muamalat sebagai praktik agama 3) Saya merasa lebih dekat kepada Allah SWT karena menggunakan Bank Muamalat 4) Saya mengetahui bahwa riba dilarang dalam agama islam 5) Saya menggunakan Bank Muamalat sebagai bentuk patuh terhadap agama
4.	Keputusan nasabah (Widyaningrum, 2016)	Seleksi terhadap adanya beberapa pilihan, baik itu dua pilihan alternatif	Menurut Pasolong Harbani (2023): a) Kemampuan perusahaan menarik minat masyarakat b) Pegawai	1) Pegawai Bank Muamalat Kota Malang berpenampilan rapi dan menarik sehingga

		<p>ataupun lebih dengan perkataan lain pilihan alternatif harus ada saat seseorang mengambil keputusannya</p>	<p>memberikan informasi yang jelas dan mudah dipahami</p> <p>c) Menyediakan jasa</p> <p>d) Terdapat kepedulian terhadap nasabah</p>	<p>menarik minat nasabah</p> <p>2) Produk Bank Muamalat Kota Malang lebih unggul dan menguntungkan</p> <p>3) Pegawai Bank Muamalat Kota Malang mampu memberikan informasi yang jelas dan mudah dipahami nasabah</p> <p>4) Untuk menjadi nasabah Bank Muamalat Kota Malang memerlukan pertimbangan yang matang</p> <p>5) Karyawan Bank Muamalat Kota Malang dapat menangani masalah pada nasabah</p> <p>6) Jasa dan pelayanan Bank Muamalat Kota Malang mampu memberikan kelancaran dalam semua transaksi</p>
--	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

### 3.8 Skala Pengukuran

Skala pengukuran adalah skala yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya suatu interval yang ada pada alat ukur, sehingga alat ukur dapat digunakan dalam pengukuran dan menghasilkan data kuantitatif (Sugiyono, 2017). Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala likert adalah menjawab pernyataan berbentuk angka yang disebarkan kepada responden, di mana diberikan beberapa opsi atau pilihan jawaban (sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, dan sangat tidak setuju). Dengan skala likert, setiap pernyataan variabel diberi skor nilai atau bobot yang disusun secara bertingkat sebagai berikut.

**Tabel 3.2**  
**Instrumen Skala Likert**

<b>Pendapat</b>	<b>Bobot</b>
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Ragu-ragu	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Sumber: Sugiyono (2017)

### 3.9 Uji Validitas dan Reliabilitas

#### 3.9.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah Kumpulan data yang sesuai dengan kenyataan dan dapat dipercaya (Sugiyono, 2017). Tujuan uji validitas adalah untuk menentukan valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dapat dikatakan valid apabila pernyataan pada kuesioner dapat mengukur sesuatu (Ghozali, 2006). Pada penelitian ini, perhitungan

menggunakan bantuan dari SPSS (*Statistical Package For Social Science*). Uji validitas dihitung dengan melihat dan membandingkan nilai  $r$  hitung dan  $r$  tabel. Pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

1. Apabila  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel (nilai lebih kecil dari 0,05), artinya item pernyataan berkorelasi signifikan dan dikatakan valid.
2. Apabila  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel (nilai lebih besar dari 0,05), artinya item pernyataan tidak berkorelasi signifikan dan dikatakan tidak valid.

### **3.9.2 Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas dilakukan apabila suatu hasil penelitian telah dinyatakan valid. Menurut Sujarweni (2015), reliabilitas adalah derajat ketepatan, kebenaran, atau keakuratan yang ditunjukkan oleh suatu instrumen pengukuran. Menurut Marzuki *et al* (2020), uji reliabilitas didefinisikan sebagai uji yang bertujuan untuk memastikan apakah kuesioner dapat menjelaskan penelitian. Kuesioner dikatakan reliabel apabila nilai yang dihasilkan sama atau dibawah 0,60 dan dilihat melalui nilai *alpha ronbach*. Dasar dari pengambilan keputusannya adalah:

1. Apabila *cronbach alpha*  $>$  0,60, dikatakan reliabel
2. Apabila *cronbach alpha*  $<$  0,60, dikatakan tidak reliabel

### **3.10 Analisis Data**

#### **3.10.1 Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik adalah cara untuk menguji suatu model sehingga didapat hasil yang sebenarnya dan uji tersebut dapat dipercaya. Uji asumsi klasik yang digunakan pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui data yang ada apakah layak untuk digunakan atau tidak layak. Ada beberapa tahapan dalam uji asumsi klasik adalah:

##### **3.10.1.1 Uji Normalitas**

Uji normalitas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui variabel berdistribusi normal atau tidak (Ghozali, 2006). Cara mengetahuinya dengan melihat grafik normal P-plot (Ghozali, 2006). Dasar pengambilan keputusan normalitas:

1. Apabila data menyebar pada sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka dikatakan distribusi bersifat normal dan model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Apabila data menyebar jauh dari diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka dikatakan distribusi tidak normal dan tidak memenuhi asumsi normalitas.

##### **3.10.1.2 Uji Heterokedastisitas**

Uji heterokedastisitas adalah uji untuk mengetahui apakah pada model regresi terjadi perbedaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Apabila varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka dikatakan sebagai homokedastisitas dan apabila berbeda, maka dikatakan sebagai heterokedastisitas (Ghozali, 2006). Suatu model dikatakan baik apabila yang terjadi adalah



homokedastisitas. Dasar pengambilan keputusan, adalah:

1. Apabila nilai  $\text{sig} > \alpha$ , maka dikatakan tidak terjadi gejala heterokedastisitas.
2. Apabila nilai  $\text{sig} < \alpha$ , maka dikatakan terjadi gejala heterokedastisitas.

### 3.10.1.3 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah uji untuk mengetahui apakah variabel bebas memiliki hubungan yang kuat atau tidak (Ghozali, 2006). Untuk melihat ada atau tidaknya gejala multikolinearitas adalah dengan melihat nilai dari *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*.

Dasar pengambilan keputusan uji multikolinearitas:

1. Apabila nilai  $\text{VIF} > 10$ , artinya terjadi multikolinearitas.
2. Apabila nilai  $\text{Tolerance} > 0,1$ , artinya tidak terjadi multikolinearitas.

### 3.10.2 Uji Regresi Linier Berganda

Analisis yang digunakan dalam penelitian adalah regresi linier berganda, bertujuan untuk mengetahui dampak langsung dari beberapa variabel bebas terhadap variabel terikat (Sugiyono, 2017). Analisis ini dilakukan untuk mengetahui nilai pengaruh dari variabel bebas (X) yang lebih dari satu terhadap variabel terikat (Y). Pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat dapat bermacam-macam, dapat berpengaruh positif, berpengaruh negatif, berpengaruh signifikan, berpengaruh tidak signifikan.

Rumus regresi linier berganda pada penelitian adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Artinya:

Y = Keputusan nasabah Bank Muamalat Kota Malang

a = Koefisien

b<sub>1</sub>-b<sub>3</sub> = Koefisien regresi

X<sub>1</sub> = Faktor produk

X<sub>2</sub> = Faktor kualitas pelayanan

X<sub>3</sub> = Faktor religiusitas

e = Standars error

### 3.10.3 Uji Hipotesis

#### 3.10.3.1 Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial atau uji T adalah uji yang digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Dasar pengambilan keputusan pada uji parsial atau uji T, adalah:

1. Ho ditolak apabila  $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$
2. Ho diterima apabila  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$
3. Ho ditolak apabila Probabilitas (Pr)  $> \text{Sig } 0,05$
4. Ho diterima apabila Probabilitas (Pr)  $< \text{Sig. } 0,05$

#### 3.10.3.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan atau uji F adalah uji yang digunakan untuk mengetahui seberapa jauh semua variabel independen (X) berpengaruh terhadap variabel dependen (Y) (Bawono,

2006). Hasil uji simultan ini dilihat melalui tabel annova regresi. Dasar pengambilan keputusan pada uji simultan atau uji F, adalah:

1. Nilai  $< 0,05$ , artinya variabel bebas berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat.
2. Nilai  $> 0,05$ , artinya variabel bebas tidak berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat.

#### **3.10.4 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Uji koefisien determinasi adalah uji yang dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh sebuah model menjelaskan variabel-variabel independen (Ghozali, 2006). Uji koefisien determinasi dilihat melalui Nilai  $R^2$ , apabila nilai  $R^2$  yang diperoleh kecil, artinya kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Tetapi, apabila nilai  $R^2$  yang diperoleh mendekati 1, berarti variabel-variabel independen memberikan sebagian besar informasi yang dibutuhkan. Nilai yang digunakan adalah adjusted  $R^2$  karena variabel independen yang digunakan lebih dari dua variabel.

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **4.1 Hasil Penelitian**

#### **4.1.1 Sejarah Bank Muamalat Indonesia**

Bank Muamalat Indonesia (BMI) menjadi pelopor perbankan syariah di Indonesia. Bermula pada tahun 1990-1991, dimana MUI mengadakan sebuah lokakarya yang bertemakan “Masalah Bunga Bank dan Perbankan” tepatnya di Cisarua, Bogor. Lokakarya tersebut diadakan karena muncul keresahan masyarakat muslim mengenai sistem bunga yang diterapkan oleh bank konvensional dan menciptakan ide untuk mendirikan bank sesuai dengan ketentuan agama islam. Lalu, pada bulan Agustus 1991 para MUI membahas mengenai ide tersebut dan mendapatkan keputusan untuk mewujudkan perbankan syariah pertama di Indonesia.

Setelah pembahasan itu, lahirlah Bank Muamalat Indonesia pada tanggal 1 November 1991. Pendiannya hasil dari kerja sama antara Majelis Ulama Indonesia (MUI) dengan pemerintah Indonesia. Akta pendirian telah memperoleh pengesahan dari Menteri Kehakiman Republik Indonesia serta surat keputusan dengan No. C2-2413.HT01.01 dihadapan notaris Jakarta bernama Yudo Paripurno. Modal awal berdirinya Bank Muamalat Indonesia hasil dari partisipasi para cendekiawan muslim dan pengusaha muslim yang ingin menciptakan keuangan berbasis syariah. Sehingga hal ini menjadi tonggak sejarah bank syariah pertama di Indonesia dan menjadi alternatif bagi masyarakat muslim yang menginginkan bertransaksi sesuai dengan prinsip islam.

Secara resmi, Bank Muamalat Indonesia beroperasi sebagai bank devisa pada tanggal 27 Oktober 1994 yang berdasarkan pada surat keputusan direksi bank Indonesia No. 27/76/ KEP/DIR mengenai PT Bank Muamalat Indonesia menjadi Bank Devisa. Pada tahun 2011 saat peluncuran shar-e gold debit visa, Bank Muamalat memperoleh museum rekor Indonesia (MURI) sebagai kartu debit syariah dengan teknologi chip pertama di Indonesia dan adanya layanan e-channel seperti mobile banking dan ATM. Bank Muamalat Indonesia mengempakkan sayapnya dengan terus menambah jaringan kantor cabang di Indonesia dan di luar negeri, tepatnya Malaysia. Bank mendapatkan izin untuk membuka cabang di Kuala Lumpur, Malaysia pada tahun 2009 dan menjadi satu-satunya bank di Indonesia yang berada di Malaysia. Hingga saat ini, terdapat 240 kantor layanan Bank Muamalat Indonesia dan 568 unit ATM yang tersebar di seluruh Indonesia.

#### **4.1.2 Visi Misi Bank Muamalat Indonesia**

##### **a. Visi Bank Muamalat Indonesia**

“Menjadi bank syariah terbaik dan masuk dalam 10 besar bank di Indonesia dengan eksistensi yang diakui pada tingkat regional”.

##### **b. Misi Bank Muamalat Indonesia**

“membangun lembaga keuangan syariah yang unggul dan berkesinambungan dengan penekanan pada semangat kewirausahaan menurut prinsip kehati-hatian, keunggulan sumber daya manusia yang profesional dan islami, serta orientasi yang inovatif guna memaksimalkan nilai kepada seluruh pemangku kepentingan”.

### 4.1.3 Dekriptif Karakteristik Responden

Dalam mengisi kuesioner, responden diharuskan untuk mengisi beberapa pertanyaan mengenai identitas responden. Hal tersebut meliputi nama responden, jenis kelamin, usia, lama menjadi nasabah Bank Muamalat Kota Malang, pendapatan, dan produk simpanan apa yang dimiliki oleh nasabah. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden yang terdiri dari nasabah Bank Muamalat Kota Malang dan memiliki produk simpanan. Berikut adalah penjabaran mengenai karakteristik responden penelitian ini:

#### A. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin pada penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu laki-laki dan perempuan. Pengelompokan jumlah responden berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.1**

#### **Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Responden</b>	<b>Persentase</b>
Laki-laki	55	55%
Perempuan	45	45%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Output SPSS diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui bahwa sebagian besar responden didominasi oleh nasabah laki-laki sebanyak 55% atau 55 nasabah, sedangkan untuk responden perempuan sebanyak 45% atau 45 nasabah perempuan. Kesimpulannya adalah sebagian besar responden yang diteliti berjenis kelamin laki laki dengan jumlah 55 orang.

### B. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden pada penelitian berdasarkan usia dibagi menjadi 5, yaitu nasabah dengan usia 17-25 tahun, 26-30 tahun, 31-40 tahun, 41-50 tahun, dan >50 tahun. Pengelompokan jumlah responden berdasarkan usia adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

Usia	Responden	Persentase
17-25 Tahun	93	93%
26-30 Tahun	2	2%
31-40 Tahun	1	1%
41-50 Tahun	2	2%
>50 Tahun	2	2%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Output SPSS diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa responden mayoritas berusia 17-25 tahun sebesar 93% atau 95 nasabah. Lalu untuk responden paling sedikit pada usia 31-40 tahun dengan persentase 1%. Responden dengan usia 26-30 tahun, 41-50 tahun, dan lebih dari 50 tahun memiliki jumlah yang sama, yaitu sebesar 2% atau masing-masing dengan 2 nasabah. Kesimpulannya adalah sebagian besar responden yang diteliti berusia 17-25 tahun.

### C. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

Karakteristik responden menurut lama responden menjadi nasabah Bank Muamalat Kota Malang dibagi menjadi 3 macam, diantaranya adalah selama 6 bulan-1 tahun, 1-5 tahun, dan 5-10 tahun.

Pengelompokkan responden berdasarkan waktu menjadi nasabah adalah:

**Tabel 4.3**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah**

<b>Lama Menjadi Nasabah</b>	<b>Responden</b>	<b>Persentase</b>
6 bulan-1 tahun	58	58%
1-5 tahun	38	38%
5-10 tahun	4	4%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Output SPSS diolah, 2024

Berdasarkan pada tabel 4.3 diatas dapat diketahui bahwa responden mayoritas adalah nasabah Bank Muamalat Kota Malang selama 6 bulan – 1 tahun dengan persentase 58% dan paling sedikit lama nasabah 5-10 tahun sebanyak 4%. Untuk nasabah 1-5 tahun dengan banyaknya 38%. Kesimpulannya adalah responden didominasi oleh nasabah dengan kurun waktu 6 bulan-1 tahun.

**D. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan**

Karakteristik responden menurut pendapatan yang diperoleh dibagi menjadi 3 bagian, yaitu sebesar Rp1.000.000-Rp5.000.000, Rp5.000.000-Rp10.000.000, dan >Rp10.000.000. Pengelompokkan responden berdasarkan pendapatan sebagai berikut:

**Tabel 4.4**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan**

<b>Lama Menjadi Nasabah</b>	<b>Responden</b>	<b>Persentase</b>
1.000.000-5.000.000	80	80%
5.000.000-10.000.000	12	12%
>10.000.000	8	8%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Output SPSS diolah, 2024



Berdasarkan pada tabel 4.4 diatas dapat diketahui bahwa pendapatan responden sebagian besar sebesar Rp1.000.000-Rp5.000.000 dengan persentase 80% dan paling sedikit dengan penghasilan lebih dari Rp10.000.000 dengan jumlah 8%. Lalu, untuk responden dengan pendapatan Rp5.000.000-Rp10.000.000 sebanyak 12%. Kesimpulannya adalah mayoritas responden memiliki penghasilan sebesar Rp1.000.000-Rp5.000.000 sebanyak 80%.

#### **E. Karakteristik Responden Berdasarkan Produk Simpanan**

Karakteristik responden menurut apa saja produk simpanan yang dimiliki dibagi menjadi 16 macam produk, diantaranya adalah tabungan IB Hijrah Haji-Haji Anak Hebat, Tabungan IB Hijrah Bisnis, Tabungan IB Hijrah Valas, Tabungan IB Hijrah, Tabungan IB Hijrah Haji, Tabungan Prima Berhadiah, Rekening Tabungan Jamaah Haji, Tabunganku, Tabungan IB Hijrah Rencana, Tabungan IB Hijrah Prima, Tabungan IB Sempel, Tabungan IB Hijrah Payroll, Deposito IB Hijrah, Deposito Online IB Hijrah Muamalat, Deposito DHE SDA IB Hijrah Muamalat, dan Frequently Asked Question. Pengelompokkan responden berdasarkan produk simpanan sebagai berikut:

**Tabel 4.5**

#### **Karakteristik Responden Berdasarkan Produk Simpanan**

<b>Produk Simpanan</b>	<b>Responden</b>	<b>Persentase</b>
Tabungan IB Hijrah Haji-Haji Anak Hebat	9	9%
Tabungan IB Hijrah Bisnis	10	10%
Tabungan IB Hijrah Valas	1	1%
Tabungan IB Hijrah	10	10%
Tabungan IB Hijrah Haji	0	-
Tabungan Prima Berhadiah	1	1%
Rekening Tabungan Jamaah Haji	4	4%

Tabunganku	57	57%
Tabungan IB Hijrah Rencana	0	-
Tabungan IB Hijrah Prima	0	-
Tabungan IB Sempel	2	2%
Tabungan IB Hijrah Payroll	0	-
Deposito IB Hijrah	2	2%
Deposito Online IB Hijrah Muamalat	0	-
Deposito DHE SDA IB Hijrah Muamalat	1	1%
Frequently Asked Qustion	3	3%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Output SPSS, diolah 2024

Berdasarkan hasil uji pada tabel 4.5 diatas dapat kita ketahui bahwa produk simpanan yang paling banyak dimiliki oleh responden pertama adalah Tabunganku dengan persentase 57%, kedua adalah produk Tabungan IB Hijrah sebanyak 10%, dan Tabungan IB Hijrah Bisnis dengan 10%. Paling sedikit dengan produk Tabungan IB Hijrah Valas, Tabungan Prima Berhadiah, dan Deposito DHE SDA IB Hijrah Muamalat sebesar 1%. Kesimpulannya adalah produk simpanan yang paling banyak digunakan oleh responden Tabunganku.

#### 4.1.4 Hasil Analisis Dekriptif

##### A. Distribusi Frekuensi Item Variabel Faktor Produk (X1)

Variabel faktor produk (X1) pada penelitian ini memiliki 4 indikator, yaitu menerapkan konsep bagi hasil, manfaat ekonomi, meningkatkan laba, dan produk sesuai dengan kebutuhan nasabah. Setiap indikator memiliki nilai masing-masing sesuai dengan yang telah diisi oleh responden, diantaranya sebagai berikut:

**Tabel 4.6**  
**Distribusi Frekuensi Item Variabel Faktor Produk (X1)**

No	Item	Skor Jawaban										Skors
		5		4		3		2		1		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1.	X1.1	35	35	40	40	20	20	2	2	3	3	<b>402</b>
2.	X1.2	33	33	44	44	21	21	0	0	2	2	<b>406</b>
3.	X1.3	35	35	44	44	20	20	0	0	1	1	<b>412</b>
4.	X1.4	39	39	40	40	40	40	1	1	0	0	<b>477</b>

Sumber: Output SPSS, diolah, 2024

Berdasarkan hasil uji pada tabel 4.6 diatas dapat diketahui bahwa indikator tertinggi ada pada item X1.4 dengan nilai 477 (Bank Muamalat Kota Malang menawarkan produk sesuai dengan kebutuhan nasabah). Sedangkan nilai terendah ada pada item X1.1. dengan nilai 402 (Nasabah Bank Muamalat Kota Malang memperoleh bagi hasil sesuai dengan kesepakatan). Hal itu berarti X1.4 memiliki pengaruh paling tinggi dan baik pada faktor produk dan item X1.1 berarti memiliki pengaruh kurang baik serta dilakukan tidak maksimal.

#### **B. Distribusi Frekuensi Item Variabel Faktor Kualitas Pelayanan (X2)**

Variabel faktor kualitas pelayanan (X2) pada penelitian ini memiliki 5 indikator, diantaranya adalah keandalan (*reliability*), daya tangkap (*responsiveness*), empati (*empathy*), jaminan (*asurance*), dan bukti langsung (*tangible*). Setiap indikator memiliki nilai masing-masing sesuai dengan yang telah diisi oleh responden, diantaranya sebagai berikut:

**Tabel 4.7**  
**Distribusi Frekuensi Item Variabel Faktor Kualitas Pelayanan**

No	Item	Skor Jawaban										Skors
		5		4		3		2		1		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1.	X2.1	33	33	43	43	17	17	4	4	3	3	<b>399</b>
2.	X2.2	31	31	39	39	23	23	5	5	2	2	<b>392</b>
3.	X2.3	27	27	51	51	18	18	1	1	3	3	<b>398</b>
4.	X2.4	35	35	47	47	13	13	0	0	5	5	<b>407</b>
5.	X2.5	39	39	50	50	13	13	6	6	2	2	<b>398</b>

Sumber: Output SPSS, diolah 2024

Berdasarkan hasil uji pada tabel 4.7 diatas dapat diketahui bahwa item paling tinggi pada X2.4 (menurut saya pegawai Bank Muamalat Kota Malang bertanggung jawab apabila terdapat kesalahan pada hasil kerja yang dilakukan) dan item paling rendah pada item X2.2 (menurut saya pegawai Bank Muamalat Kota Malang melakukan pelayanan dengan cepat dan tanggap). Hal tersebut memiliki arti bahwa item X2.4 paling berpengaruh pada faktor kualitas pelayanan dan dilaksanakan dengan maksimal. Sedangkan item X2.2 tidak dilakukan dengan maksimal oleh Bank Muamalat Kota Malang.

### C. Distribusi Frekuensi Item Variabel Faktor Religiusitas (X3)

Variabel faktor religiusitas pada penelitian ini memiliki 5 indikator, diantaranya adalah keyakinan (belief), praktik agama (practice religius), pengalaman (experience), pengetahuan keagamaan (knowledge), dan pengamalan (consequences). Setiap indikator memiliki nilai masing-masing sesuai dengan yang telah diisi oleh responden, diantaranya sebagai berikut:

**Tabel 4.8**  
**Distribusi Frekuensi Item Variabel Faktor Religiusitas (X3)**

No	Item	Skor Jawaban										Skors
		5		4		3		2		1		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1.	X3.1	71	71	17	17	4	4	3	3	5	5	<b>446</b>
2.	X3.2	30	30	40	40	24	24	3	3	3	3	<b>391</b>
3.	X3.3	20	20	38	38	30	30	10	10	2	2	<b>364</b>
4.	X3.4	65	65	21	21	8	8	3	3	3	3	<b>442</b>
5.	X3.5	26	26	42	42	25	25	3	3	4	4	<b>383</b>

Sumber: Output SPSS, diolah 2024

Berdasarkan hasil uji pada tabel 4.8 diatas dapat diketahui bahwa item paling tinggi ada pada X3.1 (saya yakin kepada Allah SWT, malaikat, rasul, kitab-kitab, dan qada'qadar) dengan nilai 446 dan nilai terendah adalah 364 pada item X3.3 (menurut saya menggunakan Bank Muamalat Kota Malang menjadi lebih dekat dengan Allah SWT). Hal itu berarti item X3.1 paling berpengaruh pada variabel religiusitas dan item X3.3 tidak mempengaruhi.

#### **D. Distribusi Frekuensi Item Variabel Keputusan Nasabah (Y)**

Variabel keputusan nasabah memiliki 4 indikator, diantaranya adalah kemampuan perusahaan menarik minat masyarakat, pegawai memberikan informasi yang jelas dan mudah dipahami, menyediakan jasa, dan terdapat kepedulian terhadap nasabah. Pada setiap indikator memiliki item pernyataan yang telah dijawab oleh responden, jawaban responden sebagai berikut:

**Tabel 4.9**  
**Distribusi Frekuensi Item Variabel Keputusan Nasabah (Y)**

No	Item	Skor Jawaban										Skors
		5		4		3		2		1		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1.	Y.1	27	27	44	44	23	23	3	3	3	3	<b>389</b>
2.	Y.2	18	18	44	44	32	32	3	3	3	3	<b>371</b>
3.	Y.3	33	33	46	46	15	15	3	3	3	3	<b>403</b>
4.	Y.4	17	17	43	43	33	33	4	4	3	3	<b>367</b>
5.	Y.5	29	29	46	46	19	19	2	2	4	4	<b>394</b>
6.	Y.6	28	28	42	42	25	25	1	1	4	4	<b>389</b>

Sumber: Output SPSS, diolah 2024

Berdasarkan hasil uji pada tabel 4.9 diatas dapat diketahui bahwa item yang memiliki skors paling tinggi 403 yaitu item Y.3 (menurut saya pegawai Bank Muamalat Kota Malang mampu memberikan informasi yang jelas dan mudah dipahami nasabah) dan item paling kecil Y.4 (menurut saya menjadi nasabah Bank Muamalat Kota Malang memerlukan pertimbangan) dengan nilai 367. Hal tersebut memiliki arti bahwa Y.3 paling mempengaruhi dalam keputusan nasabah serta dilaksanakan dengan maksimal dan Y.4 untuk menjadi nasabah Bank Muamalat Kota Malang tidak memerlukan pertimbangan.

#### **4.1.5 Hasil Analisis Data**

##### **4.1.5.1 Uji Validitas**

Uji validitas adalah cara untuk mengukur yang ingin diukur agar dapat mengetahui valid atau tidaknya data yang diukur. Pada kuesioner, dikatakan valid apabila pernyataan membuktikan variabel yang diukur. Kriteria hasil uji validitas dikatakan valid

apabila memenuhi sebagai berikut:

- c. Apabila  $R \text{ Hitung} > R \text{ Tabel}$  maka data dikatakan valid
- d. Apabila  $R \text{ hitung} < R \text{ Tabel}$  maka dikatakan tidak valid

Pada penelitian ini,  $R \text{ Tabelnya}$  sebesar 0,196, jadi apabila  $R \text{ Hitung}$  lebih besar dari 0,196 disebut valid dan jika lebih kecil dari 0,96 dikatan tidak valid.

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
<b>Faktor Produk (X1)</b>	X1.1	0,765	0,196	Valid
	X1.2	0,806	0,196	Valid
	X1.3	0,805	0,196	Valid
	X1.4	0,817	0,196	Valid
<b>Faktor Kualitas Pelayanan (X2)</b>	X2.1	0,902	0,196	Valid
	X2.2	0,895	0,196	Valid
	X2.3	0,860	0,196	Valid
	X2.4	0,812	0,196	Valid
	X2.5	0,815	0,196	Valid
<b>Faktor Religiusitas (X3)</b>	X3.1	0,785	0,196	Valid
	X3.2	0,846	0,196	Valid
	X3.3	0,767	0,196	Valid
	X3.4	0,848	0,196	Valid
	X3.5	0,826	0,196	Valid
<b>Keputusan Nasabah (Y)</b>	Y.1	0,867	0,196	Valid
	Y.2	0,864	0,196	Valid
	Y.3	0,906	0,196	Valid
	Y.4	0,781	0,196	Valid
	Y.5	0,915	0,196	Valid

	Y.6	0,811	0,196	Valid
--	-----	-------	-------	-------

Sumber: Output SPSS, diolah 2024

Berdasarkan hasil uji pada tabel 4.10 diatas dapat diketahui bahwa nilai R Hitung lebih besar dibandingkan R Tabel dan bernilai positif. Hasil yang diperoleh dikatan valid, baik itu dari variabel faktor produk, faktor kualitas pelayanan, faktor religiusitas, dan keputusan nasabah valid pada setiap indikator serta item pernyataan yang dimiliki.

#### 4.1.5.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah untuk mengetahui kestabilan responden dalam menjawab setiap pernyataan pada variabel kusioner penelitian. Untuk melihat suatu variabel reliabilitas atau tidak, maka dapat dilihat melalui cronbach's alpha. Apabila bernilai lebih dari 0,60 maka dikatakan reliabel. Begitu juga sebaliknya, jika nilai yang diperoleh kurang dari 0,60 maka berarti tidak reliabel.

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

<b>Variabel</b>	<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>Std. Value</b>	<b>Keterangan</b>
Faktor Produk (X1)	0,805	0,60	Reliabel
Faktor Kualitas Pelayanan (X2)	0,909	0,60	Reliabel
Faktor Religiusitas (X3)	0,872	0,60	Reliabel
Keputusan Nasabah (Y)	0,928	0,60	Reliabel

Sumber: Output SPSS, diolah, 2024



Berdasarkan hasil uji pada tabel 4.11 diatas, dapat disimpulkan bahwa variabel faktor produk, faktor kualitas pelayanan, faktor religiusitas, dan keputusan nasabah dikatakan reliabel karna nilai cronbach's alpha bernilai lebih dari 0,60.

#### 4.1.5.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah sebuah data terbebas dari gejala normalitas, heterokedastisitas, dan multikolinearitas. Berikut adalah uji asumsi klasik pada penelitian ini:

##### A. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui variabel berdistribusi normal atau tidak (Ghozali, 2006). Cara mengetahuinya adalah dengan melihat hasil dari uji Kolmogorov-Smirnov, apabila nilai yang diperoleh lebih besar dari 0,05 maka berdistribusi normal. Pada penelitian ini, uji normalitas menggunakan software SPSS, hasilnya adalah:

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Normalitas**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	16.3700
	Std. Deviation	2.82085
Most Extreme Differences	Absolute	.075
	Positive	0.58
	Negative	-.075
Kolmogrov- Smirnov Z		.075
Asymp. Sig. (2-tailed)		.184 <sup>c</sup>

Sumber: Output SPSS diolah, 2024

Berdasarkan hasil uji pada tabel 4.12 diatas, dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini berdistribusi normal. Hal itu dikarenakan, uji Kolmogrov Smirnov bernilai 0,075. Berarti bahwa nilai tersebut diatas 0,05 dan memenuhi persyaratan sebuah data dikatakan normal.

### B. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah uji yang bertujuan untuk mengetahui terjadi atau tidak variasi residual pada kumpulan data. Uji yang digunakan untuk mengetahuinya melalui uji glejser. Berikut merupakan uji heteroskedastisitas pada penelitian ini:

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Model	Unstandardized coefficients		Standardized coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
T	(Constant)	1.997	.788		2.533	.013
	Faktor Produk	-.002	.056	-.007	-.038	.970
	Faktor Kualitas Pelayanan	.036	.054	-.116	-.653	.515
	Faktor Religiusitas	.010	.069	.022	.148	.883
a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah						

Sumber: Ouput SPSS diolah, 2024

Berdasarkan hasil uji pada tabel 4.13 diatas, dapat disimpulkan bahwa faktor produk, faktor kualitas pelayanan, dan faktor religiusitas bebas dari gejala heteroskedastisitas karna nilai  $X_1 0,970 > 0,05$ ,  $X_2 0,515 > 0,05$ ,  $X_3 0,883 > 0,05$ .

### C. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan uji yang memiliki tujuan untuk mengetahui pada penelitian memiliki hubungan yang kuat atau tidak antara variabel independen satu dengan yang lainnya. Cara melihatnya dengan hasil dari nilai tolerance serta VIF. Berikut adalah uji multikolinearitas pada penelitian ini:

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Faktor Produk (X1)	.464	2.157	Tidak terjadi multikolinearitas
Faktor Kualitas Pelayanan (X2)	.308	3.248	Tidak terjadi multikolinearitas
Faktor Religiusitas (X3)	.326	3.067	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Output SPSS diolah, 2024

Berdasarkan hasil uji pada tabel 4.13 diatas, dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen terbebas dari gejala multikolinearitas, dikarenakan semua variabel tersebut bernilai tolerance  $> 0,10$  dan nilai VIF  $< 10$ .

#### 4.1.5.4 Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda adalah uji yang digunakan untuk mengetahui nilai dari variabel terikat apabila variabel bebas terdapat perubahan nilai. Berikut adalah uji regresi linier berganda pada penelitian ini:

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Model		Unstandardized coefficients		Standardized coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
T	(Constant)	-1.488	1.201		-1.239	.218
	Faktor Produk	.240	.104	.134	2.297	.024
	Faktor Kualitas Pelayanan	.543	.086	.453	6.329	.000
	Faktor Religiusitas	.487	.083	.409	5.875	.000
b. Dependent Variable: Keputusan Nasabah						

Sumber: Ouput SPSS diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4.15 diatas dapat diketahui bahwa regresi linier berganda variabel faktor produk 0,240, faktor kualitas pelayanan 0,543, dan religiusitas 0,487.

Didapatkan persamaan model regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,240X_1 + 0,543X_2 + 0,487X_3 + e$$

Kesimpulannya:

1. Nilai konstan sebesar -1.488 artinya apabila variabel faktor produk, faktor kualitas pelayanan, dan faktor religiusitas bernilai 0, maka keputusan nasabah untuk memilih produk simpanan pada angka -2.488.
2. Koefisien regresi faktor produk ( $X_1$ ) pada regresi linier berganda senilai 0,240. Hal tersebut berarti setiap terdapat peningkatan pada faktor produk, maka keputusan nasabah dalam memilih produk simpanan akan meningkat sebesar 24%. Artinya adalah variabel  $X_1$  atau faktor produk berkontribusi positif terhadap keputusan nasabah. Semakin tinggi produk akan semakin

mempengaruhi keputusan nasabah untuk memilih produk simpanan pada Bank Muamalat Kota Malang.

3. Koefisien regresi faktor kualitas pelayanan ( $X_2$ ) pada regresi linier berganda senilai 0,543. Hal tersebut berarti setiap terdapat peningkatan pada faktor kualitas pelayanan, maka keputusan nasabah dalam memilih produk simpanan akan meningkat sebesar 54,3%. Artinya adalah variabel  $X_2$  atau faktor kualitas pelayanan berkontribusi positif terhadap keputusan nasabah. Semakin baik kualitas pelayanan akan semakin mempengaruhi keputusan nasabah untuk memilih produk simpanan pada Bank Muamalat Kota Malang.
4. Koefisien regresi faktor religiusitas ( $X_3$ ) pada regresi linier berganda senilai 0,487. Hal tersebut berarti setiap terdapat peningkatan pada faktor religiusitas, maka keputusan nasabah dalam memilih produk simpanan akan meningkat sebesar 48,7%. Artinya adalah variabel  $X_3$  atau faktor religiusitas berkontribusi positif terhadap keputusan nasabah. Semakin meningkatnya nilai religiusitas akan semakin mempengaruhi keputusan nasabah untuk memilih produk simpanan pada Bank Muamalat Kota Malang.

#### **4.1.5.5 Uji Hipotesis**

##### **A. Uji Parsial (Uji T)**

Uji parsial atau uji T adalah uji yang digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel bebas ( $X$ ) terhadap variabel terikat ( $Y$ ). Berikut adalah hasil uji parsial pada penelitian ini:

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji Parsial (Uji T)**

Coefficients		
Model	T	Sig.
1	(Constant)	-1.239
	Faktor Produk	2.297
	Faktor Kualitas Pelayanan	6.329
	Faktor Religiusitas	5.875
a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah		

Sumber: Output SPSS diolah, 2024

Berdasarkan hasil uji pada tabel 4.16 diatas, dapat disimpulkan seperti ini:

1. Faktor Produk berpengaruh terhadap keputusan nasabah (H1)

Nilai signifikan faktor produk (X1)  $0,024 < 0,05$  yang berarti H1 diterima.

Kesimpulannya adalah faktor produk berpengaruh secara parsial signifikan terhadap keputusan nasabah.

2. Faktor kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah (H2)

Nilai signifikan faktor kualitas pelayanan (X2)  $0,00 < 0,05$  yang bermakna H2

diterima. Kesimpulannya adalah faktor kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial signifikan terhadap keputusan nasabah.

3. Faktor religiusitas berpengaruh terhadap keputusan nasabah (H3)

Nilai signifikan faktor religiusitas (X3)  $0,00 < 0,05$  yang bermakna H3

diterima. Kesimpulannya adalah faktor religiusitas berpengaruh secara parsial signifikan terhadap keputusan nasabah.

## B. Uji Simultan (Uji F)

Uji F ditujukan untuk menjawab hipotesis mengenai apakah variabel bebas pada penelitian ini, yang terdiri dari faktor produk, faktor kualitas pelayanan, dan faktor religiusitas berpengaruh secara bersamaan terhadap variabel terikat atau keputusan nasabah. Berikut adalah uji F pada penelitian:

**Tabel 4.17**  
**Hasil Uji Simultan**

Anova <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1949.390	3	649.797	179.296	.000 <sup>b</sup>
	Residual	347.920	96	3.624		
	Total	2297.310	96			
a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah						
b. Predictors: (Constant), Faktor Produk, Faktor Kualitas Pelayanan, Faktor Religiusitas						

Sumber: Output SPSS diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4.17 diatas, hasil yang diperoleh dari uji simultan adalah nilai sig  $0,00 < 0,05$  dan berarti uji simultan pada penelitian ini diterima. Dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel bebas, yakni faktor produk (X1), faktor kualitas pelayanan (X2), dan faktor religiusitas (X3) berpengaruh secara bersamaan atau simultan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk simpanan pada Bank Muamalat Kota Malang.

### 4.1.5.6 Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Uji koefisien determinasi atau uji R<sup>2</sup> adalah uji yang digunakan untuk mengetahui variabel-variabel bebas atau independen sejauh apa dalam menjelaskan variabel terikat atau dependen. Berikut adalah uji koefisien determinasi pada penelitian:

**Tabel 4.18**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.921 <sup>a</sup>	.849	.844	1.90372
a. Predictors: (Constant), Faktor Produk, Faktor Kualitas Pelayanan, Faktor Religiusitas				
b. Dependent Variable: Keputusan Nasabah				

Sumber: Output SPSS diolah, 2024

Berdasarkan hasil tabel 4.18 diatas, dapat disimpulkan bahwa nilai adjusted R square atau dikenal dengan nilai koefisien determinasi bernilai 0,844. Hal tersebut menjelaskan bahwa variabel bebas yang terdiri dari faktor produk (X1), faktor kualitas pelayanan (X2), dan faktor religiusitas (X3) dapat menjelaskan variabel terikat yakni keputusab nasabah sebesar 84%. Sisanya sebesar 16% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak ada pada penelitian ini.

## **4.2 Pembahasan**

### **1. Pengaruh Faktor Produk Terhadap Keputusan Nasabah**

Hasil dari hipotesis menunjukkan nilai signifikan variabel ini  $0,024 < 0,05$  yang berarti bahwa faktor produk mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk simpanan Bank Muamalat Kota Malang. Kualitas produk memiliki peran dalam pengambilan keputusan untuk tetap memilih produk simpanan yang ada. Semakin baik kualitas produk yang dimiliki Bank Muamalat Kota Malang maka akan semakin meyakini atau meningkatkan keputusan nasabah dalam memilih produk simpanan tersebut. Hasil tersebut berdasarkan pada respon nasabah melalui pengisian kuesioner



mengenai nasabah dalam transaksinya mendapatkan bagi hasil sesuai dengan kesepakatan, Bank Muamalat Kota Malang menawarkan produk-produk simpanan yang menarik serta inovatif sesuai dengan kebutuhan, dan memiliki fitur-fitur pendukung untuk memberikan keuntungan bagi nasabah.

Penelitian yang telah dilakukan oleh Aulia et al (2023) berjudul Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Produk Pembiayaan (Studi Kasus Pada Kb Bukopin Syariah Kc Yogyakarta) mengatakan bahwa faktor produk memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah. Dalam penelitiannya menyebutkan kualitas suatu produk mempengaruhi keputusan nasabah untuk tetap memilih produk yang ditawarkan. Hasil uji hipotesis penelitian tersebut didapat nilai  $t > 0,05$ , sehingga terbukti berpengaruh positif dan signifikan. Tetapi, bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Meida Arafah (2020) dengan judul Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk Pembiayaan Musyarakah Pada PT Bank Sumut Syariah KC Medan yang menyatakan bahwa faktor produk tidak mempengaruhi keputusan nasabah.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Aulia et al (2023), dan Anggraini Dewi (2018) yang mengatakan bahwa faktor produk berpengaruh terhadap keputusan nasabah. Namun, bertentangan dengan penelitian Meida Arafah (2020).

## **2. Pengaruh Faktor Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah**

Hasil dari hipotesis menunjukkan nilai signifikan variabel ini  $0,00 < 0,05$  yang berarti bahwa faktor kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan nasabah dalam

memilih produk simpanan Bank Muamalat Kota Malang. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi apakah nasabah akan memilih produk yang diinginkannya atau tidak. Semakin baik kualitas Bank Muamalat Kota Malang memberikan pelayanannya kepada nasabahnya, maka keputusan nasabah dalam memilih produk simpanan akan semakin tinggi. Hasil tersebut berdasarkan pada respon nasabah melalui pengisian kuesioner mengenai nasabah seperti pelayanan yang diberikan oleh pegawai bank muamalat sesuai dengan ekspektasi, memberikan pelayanan yang cepat tanggap, peduli terhadap keluhan yang disampaikan nasabah, bertanggung jawab pada hasil kerja yang dilakukan, dan memiliki fasilitas yang memadai.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Bachmid *et al* (2020) yang berjudul Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk Gadai Emas Menurut Perspektif Islam menyatakan bahwa faktor kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk. Hasil yang diperoleh adalah terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dengan keputusan nasabah. Akan tetapi, bertentangan dengan penelitian Anggraini Dewi (2018) yang berjudul Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Terhadap Bank Syariah di Kota Palopo bahwa faktor kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Bachmid *et al* (2020) dan Aulia *et al* (2023) dengan penjelasan faktor kualitas pelayanan berpengaruh secara positif terhadap keputusan dalam memilih. Penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan Anggraini Dewi (2018) bahwa faktor kualitas pelayanan tidak

memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah terhadap bank syariah.

### **3. Pengaruh Faktor Faktor Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah**

Hasil dari hipotesis menunjukkan nilai signifikan faktor religiusitas sebesar  $0,00 < 0,05$  yang berarti bahwa religiusitas mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk simpanan Bank Muamalat Kota Malang. Hal tersebut menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk simpanan. Religiusitas merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi apakah nasabah akan memilih suatu produk. Semakin baik tingkat religiusitas yang ada, maka akan semakin baik pula tingkat keputusan nasabah dalam memilih produk simpanan Bank Muamalat Kota Malang. Hasil tersebut berdasarkan pada respon nasabah melalui pengisian kuesioner mengenai menggunakan Bank Muamalat Kota Malang merupakan salah satu bentuk praktik serta patuh terhadap agama islam. Selain itu, menjadi lebih dekat kepada Allah SWT karena tidak adanya unsur riba dalam segala aktivitas yang dilakukan, seperti yang diketahui bahwa riba merupakan salah satu kegiatan yang dilarang dalam islam.

Dalam penelitian Ilfita & Canggih (2021) yang berjudul *The Influence Of Sharia Financial Literacy, Religiosity, and Perception of Saving Students Interest in Sharia Banks* menunjukkan bahwa religiusitas memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah. bertentangan dengan yang penelitian Dawami Qosdan (2020) yang berjudul *Factors Influencing The Preference Of Customers Towards Islamic Banking: Evidence From Malaysia* menyatakan religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **4.1 Kesimpulan**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh faktor produk, kualitas pelayanan, dan religiusitas terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk simpanan Bank Muamalat Kota Malang. Kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Faktor produk berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk simpanan Bank Muamalat Kota Malang. Hal ini dikarenakan semakin bagus sebuah produk dan sesuai dengan kebutuhan nasabah, maka nasabah akan semakin yakin untuk memilih sebuah produk simpanan yang ada.
2. Faktor kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk simpanan Bank Muamalat Kota Malang. Hal ini dikarenakan semakin baik pelayanan yang diberikan, sehingga nasabah merasa puas dan nyaman. Maka, kualitas pelayanan akan mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk simpanan.
3. Faktor religiusitas berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk simpanan Bank Muamalat Kota Malang. Hal ini dikarenakan semua operasional yang diterapkan, sesuai dengan kaidah-kaidah yang ada dalam ajaran agama islam, salah satunya adalah tidak adanya riba.
4. Faktor produk, kualitas pelayanan, dan religiusitas secara simultan

berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk simpanan Bank Muamalat Kota Malang. Hal ini dikarenakan semakin baik suatu produk, kualitas pelayanan, dan religiusitas, maka akan semakin mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk simpanan.

#### **4.2 Saran**

Peneliti memiliki beberapa saran yang diperoleh melalui penelitian yang telah dilakukan dan berkaitan dengan kesimpulan. Saran dari peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya:
  - a. Dapat menambahkan atau memunculkan variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini agar dapat mengetahui lebih luas mengenai faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah.
  - b. Mengembangkan serta melakukan perbaikan penelitian ini agar dapat lebih baik lagi dan berkembang.
  - c. Menambah jumlah responden yang digunakan agar hasil yang lebih baik.
2. Bagi perusahaan:
  - a. Bank Muamalat Kota Malang diharapkan dapat lebih mengoptimalkan produk, kualitas pelayan yang diberikan, dan tetap menerapkan religiusitas pada penerapan operasionalnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abror, A., Patrisia, D., Engriani, Y., Evanita, S., Yasri, Y., & Dastgir, S. (2020). Service quality, religiosity, customer satisfaction, customer engagement and Islamic bank's customer loyalty. *Journal of Islamic Marketing*, 11(6), 1691–1705. <https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2019-0044>
- Aco, N. A., & Natasya. (2022). Pengaruh Religiusitas, Promosi, Dan Pelayanan Dalam Pengambilan Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Haji Pada PT. Bank Muamalat Cabang Mamuju. *Forecasting: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 1(2), 1–10.
- Agustin, H. (2021). Teori Bank Syariah. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 2(1), 67–83. <https://doi.org/10.46367/jps.v2i1.279>
- Amri Khairul. (2018). Preferensi Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Bank Aceh Syariah di Kota Banda Aceh. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 9.
- Anisah, A., Habrianto, H., & Sucipto, S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Religiusitas, dan Persepsi terhadap Keputusan Menjadi Nasabah dengan Minat Sebagai Variabel Moderating. *Journal of Comprehensive Islamic Studies*, 2(1), 87–110. <https://doi.org/10.56436/jocis.v2i1.184>
- Arafah, M. A. T. S. (2020). Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Pembiayaan Musyarakah Pada PT. Bank Sumut Syariah Kc Medan. *Jurnal FEB*, 1(1), 681–690.
- Aulia, H., Shofiyah, I., Ekonomi Bisni, F., & Dahlan, A. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Produk Pembiayaan (Studi Kasus Pada Kb Bukopin Syariah Kc Yogyakarta). *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(2), 432–443.
- B Simamora. (2003). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran*.
- Bachmid, S., Musyawarah, I., Hidayah, N. R., & Pratamasyari, D. A. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Gadai Emas Menurut Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 2(1), 70–86. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v2i1.23.70-86>
- Bank, I. (2024). Bank Muamalat Terdepan. *Focus*.
- Bank Muamalat Indonesia. (2022a). *Produk Simpanan Bank Muamalat*. Muamalat.Com.
- Bank Muamalat Indonesia. (2022b). *Sejarah Bank Muamalat*. Muamalat.Com.
- Bawono, A. (2006). *Multivariate analysis dengan SPSS*. Salatiga: STAIN salatiga press.
- BPKH. (2022). *BPKH Memenuhi Persyaratan Sebagai Pemegang Saham*. BPKH.Go.Id.
- Budiono, A. (2017). Penerapan Prinsip Syariah Pada Lembaga Keuangan Syariah. *Law and Justice*, 2(1), 54–65. <https://doi.org/10.23917/laj.v2i1.4337>
- Dawami, Q. (2020). Factors Influencing the Preference of Customers Towards Islamic Banking: Evidence from Malaysia. *Journal of Islamic Economic Laws*, 3(1), 48–67. <https://doi.org/10.23917/jisel.v3i1.10191>
- Dewi, A. (2018). Faktor-faktor yang Memengaruhi Preferensi Nasabah terhadap Bank Syariah di Kota Palopo. *Jurnal Akuntansi*, 04(02), 1–12.
- Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Malang. (2022). *Jumlah Penduduk Beragama Islam di Kota Malang*. Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil Kota

Malang.

- Fathurrahman, A., & Azizah, U. (2018). Analisis Faktor-Faktor Preferensi Mahasiswa terhadap Perbankan Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa Ilmu Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta). *Ihtifaz: Journal of Islamic Economics, Finance, and Banking, Vol.1, No(0274)*, 99–121.
- Fatmawati, N., & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic “Honda.” *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan | Journal of Theory and Applied Management, 10(1)*, 1. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v10i1.5134>
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haris, H., & T, N. S. I. (2012). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Periklanan terhadap Keputusan Nasabah dalam Menabung pada Bank Syariah (Studi Kasus pada BTN Syariah Surakarta). *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah, 3(1)*, 1. <https://doi.org/10.18326/muqtasid.v3i1.1-24>
- Hidayat, R., Akhmad, S., & Machmud, M. (2015). Effects of Service Quality, Customer Trust and Customer Religious Commitment on Customers Satisfaction and Loyalty of Islamic Banks in East Java. *Al-Iqtishad: Journal of Islamic Economics, 7(2)*, 151–164. <https://doi.org/10.15408/ijies.v7i2.1681>
- Ilfita, K., & Canggih, C. (2021). the Influence of Sharia Financial Literacy, Religiosity, and Perception of Saving Students’ Interest in Sharia Banks. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IJSE), 3(2)*, 113–134. <https://doi.org/10.31538/ijse.v3i2.1010>
- Kementerian dalam negeri. (2022). *Penduduk Indonesia*. Data Indonesia.Id.
- Mahkama Agung Republik Indonesia. (n.d.). *PERATURAN & PERUNDANG-UNDANGAN*. Mahkamaagung.Id.
- Malhotra, N. (2006). *Riset Pemasaran*.
- Marzuki, A., Armero, C., & Pipit, F. R. (2020). *Praktikum Statistik*.
- Melina, F., Cheumar, M., & Haji-Othman, Y. (2023). The Effect of Knowledge and Service Quality on Public Preference in Sharia Bank in Riau Province. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, 13(8)*. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v13-i8/17994>
- Miharta, K. J., & Khusnudin. (2022). Pengaruh Reputasi, Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Mengambil Produk Pembiayaan Murabahah Pada Bank Muamalat Kc Kediri. *NISBAH: Jurnal Perbanka Syariah, 8(1)*, 57–65. <https://doi.org/10.30997/jn.v8i1.6000>
- Mulazid, A. S., Arief Mufraini, M., Saharuddin, D., & Wicaksono, A. T. S. (2020). Attributes of islamic bank service quality: A survey to map metropolitan customer satisfaction. *International Journal of Business and Society, 21(2)*, 883–897. <https://doi.org/10.33736/ijbs.3300.2020>
- Nizar Muhammad, & Huda, K. (2019). Analisis Pengetahuan Nasabah Tentang Produk Perbankan Syariah (Studi pada Bank Muamalat KCP Malang Kepanjen). *Jurnal Ekonomi Islam, 10*.
- Nurmala, E., Maslichah, & Mawardi, M. C. (2022). Strategi Digital Marketing dalam

- Peningkatan Nasabah di Bank Muamalat saat Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Bank Muamalat Kota Malang Saat Pandemi Covid-19). *El-Aswaq: Islamic Economic and Finance Journal*, 3(2), 88–97.
- OJK. (2022). *Otoritas Jasa Keuangan*. Ojk.Go.Id.
- Otoritas Jasa Keuangan. (1992). *Undang-Undang Perbankan*. Otoritas Jasa Keuangan.
- Pasolong Harbani. (2023). *Teori Pengambilan Keputusan*.
- Santoso, I., & Adawiyah, S. E. (2019). Branding Islam dan Religiusitas Individu Pada Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Produk Bank Syariah. *BASKARA: Journal of Business and Entrepreneurship*, 2(1), 1–12. <https://doi.org/10.24853/baskara.2.1.1-12>
- Sapudin, A., Najib, M., & Djohar, S. (2018). Strategi Pengembangan Lembaga Keuangan Mikro Syariah (Studi Kasus pada BMT Tawfin Jakarta). *Al-Muzara'ah*, 5(1), 21–36. <https://doi.org/10.29244/jam.5.1.21-36>
- Sari, Y., Sumarwan, U., & Hosen, M. N. (2015). Analisis Faktor-faktor Preferensi Etnis Tionghoa terhadap Bank Syariah di Indonesia. *Al-Muzara'ah*, 3(1), 1–19. <https://doi.org/10.29244/jam.3.1.1-19>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian*.
- Sujarweni. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*.
- Widjoyo, S. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), 1–9.
- Widyaningrum, P. W. (2016). Pengaruh Label Halal Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Wardah Di Ponorogo). *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 6(2), 83–98.
- Wulandari, D. (2023). Pemasaran Produk Bank Syariah di Era Digital. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7, 3085–3092.



# DAFTAR LAMPIRAN

## Lampiran 1. Surat Keterangan Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
FAKULTAS EKONOMI  
Jl. Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881  
Website : [iu-malang.ac.id](http://iu-malang.ac.id) Email : [ie@iu-malang.ac.id](mailto:ie@iu-malang.ac.id)

Nomor : B-0803/F.Ek.1/PP.00.9/03/2024 18 Maret 2024  
Perihal : Izin Penelitian Skripsi

Yth. Pimpinan Bank Muamalat Indonesia, Tbk KC Malang  
Jl. Kertanegara No.2, Kiduldalem, Kec. Klojen, Kota Malang, Jawa Timur, 65116  
di  
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka memenuhi tugas akhir bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang untuk melakukan penelitian lapangan pada lembaga atau perusahaan.

Oleh karena itu, kami mohon kepada Bapak/Ibu kiranya berkenan untuk memberikan (izin penelitian di instansi atau perusahaan Bapak/Ibu pimpin kepada mahasiswa kami :

Nama : Dwi Sukma Jaya Haradi  
NIM : 200503110059  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Semester : VIII (Delapan)  
Contact Person : 087847534075  
Judul Penelitian : Analisis Faktor Produk, Faktor Kualitas Pelayanan, dan Faktor Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk Simpanan (Studi Pada Nasabah Bank Muamalat Kota Malang)

Dosen Pembimbing : Dr. Khusnudin, M.E.I  
Waktu Pelaksanaan : 25 Maret 2024 s.d 25 April 2024

Perlu kami sampaikan bahwa data-data yang diperlukan sebatas kajian keilmuan dan tidak dipublikasikan.

Demikian permohonan kami, atas perhatian dan kerjasama yang baik, kami sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

a.n. Dekan  
Wakil Dekan Bidang Akademik,



Siswanto

Tembusan disampaikan kepada Yth :

1. Dekan Sebagai Laporan,
2. Kabag Tata Usaha,
3. Arsip.



## Lampiran 2. Kuesioner Penelitian

Assalamualaikum Wr. Wb

Dengan rasa hormat, saya Dwi Sukma Jaya Hariadi dari Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, saya memohon kesediannya untuk mengisi kuesioner yang telah saya berikan. Jawaban yang anda berikan akan sangat membantu peneliti dalam penyusunan skripsi dengan judul "Analisis Faktor Produk, Kualitas Pelayanan, dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk Simpanan (Studi Pada Nasabah Bank Muamalat Kota Malang) "

### A. Identitas Responden

**1. Nama:**

**2. Jenis kelamin:**

Laki-laki ( )

Perempuan ( )

**3. Usia:**

17-25 tahun ( )

26-30 tahun ( )

31-40 tahun ( )

41-50 tahun ( )

>50 tahun ( )

**4. Lama menjadi nasabah:**

6 bulan-1 tahun ( )

1-5 tahun ( )

5-10 tahun ( )

**5. Pendapatan:**

- 1.000.000-5.000.000 ( )
- 5.000.000-10.000.000 ( )
- >10.000.000 ( )

**6. Tempat membuka rekening**

- Kota Malang ( )
- Luar Kota Malang ( )

**7. Produk Simpanan**

- Tabungan IB Hijrah Haji- Haji Anak Hebat ( )
- Tabungan IB Hijrah Bisnis ( )
- Tabungan IB Hijrah Valas ( )
- Tabungan IB Hijrah ( )
- Tabungan IB Hijrah Haji ( )
- Tabungan Prima Berhadiah ( )
- Rekening Tabungan Jamaah Haji ( )
- Tabunganku ( )
- Tabungan IB Hijrah Rencana ( )
- Tabungan IB Hijrah Prima ( )
- Tabungan IB Simpel ( )
- Tabungan IB Hijrah Payroll ( )
- Deposito IB Hijrah ( )
- Deposito Online IB Hijrah Muamalat ( )
- Deposito DHE SDA IB Hijrah Muamalat ( )
- Frequently Asked Question ( )

## B. Petunjuk Pengisian

Isi dan beri tanda ceklist pada pilihan jawaban yang sesuai menurut

Bapak/Ibu/Saudara(i)

Keterangan

Sangat Setuju (SS) : 5

Setuju (S) : 4

Netral (N) : 3

Tidak Setuju (TS) : 2

Sangat Tidak Setuju (STS) : 1

## C. Jawablah pernyataan-pernyataan berikut sesuai dengan tanggapan

### 1. Faktor Produk (X1)

No.	Pernyataan	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
1.	Nasabah Bank Muamalat Kota Malang memperoleh bagi hasil sesuai dengan kesepakatan.					
2.	Bank Mumalat Kota Malang memiliki fitur-fitur pendukung yang memberikan keuntungan bagi nasabahnya					
3.	Bank Muamalat Kota Malang menawarkan produk-produk yang beragam, menarik, dan inovatif					
4.	Bank Muamalat menyediakan produk sesuai dengan kebutuhan nasabah					

## 2. Faktor Kualitas Pelayanan (X2)

No.	Pernyataan	SS (5)	S (4)	N(3)	TS (2)	STS (1)
1.	Menurut saya pegawai Bank Muamalat Kota Malang memberikan pelayanan sesuai keinginan nasabah					
2.	Menurut saya pegawai Bank Muamalat Kota Malang melakukan pelayanan dengan cepat dan tanggap					
3.	Menurut saya pegawai Bank Muamalat Kota Malang memberikan perhatian terhadap keluhan yang dialami nasabah					
4.	Menurut saya pegawai Bank Muamalat Kota Malang bertanggung jawab apabila terdapat kesalahan pada hasil kerja yang dilakukan					
5.	Bank Muamalat Kota Malang memiliki fasilitas yang memadai					

## 3. Faktor Religiusitas (X3)

No.	Pernyataan	SS (5)	S (4)	N(3)	TS (2)	STS (1)
1.	Saya yakin kepada Allah SWT, Malaikat Allah, Rasul Allah, kitab-kitab Allah, hari akhir, dan Qada' Qadar					
2.	Menurut saya menggunakan Bank Muamalat Kota Malang merupakan praktik agama					
3.	Menurut saya dengan menggunakan Bank Muamalat Kota Malang menjadi lebih dekat dengan Allah SWT					
4.	Saya mengetahui riba dilarang dalam agama islam					

5.	Menurut saya menggunakan Bank Muamalat merupakan bentuk patuh terhadap agama islam					
----	------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--

#### 4. Keputusan Nasabah (Y)

No.	Pernyataan	SS (5)	S (4)	N(3)	TS (2)	STS (1)
1.	Menurut saya pegawai Bank Muamalat Kota Malang berpenampilan rapi dan menarik sehingga menarik minat nasabah					
2.	Menurut saya produk Bank Muamalat Kota Malang lebih unggul dan menguntungkan					
3.	Menurut saya pegawai Bank Muamalat Kota Malang mampu memberikan informasi yang jelas dan mudah dipahami nasabah					
4.	Menurut saya untuk menjadi nasabah Bank Muamalat Kota Malang memerlukan pertimbangan					
5.	Menurut saya karyawan Bank Muamalat Kota Malang dapat menangani masalah nasabah					
6.	Menurut saya pelayanan Bank Muamalat Kota Malang memberikan kelancaran dalam semua transaksi					

**Lampiran 3. Tabulasi Hasil Penelitian**

<b>Faktor Produk (X1)</b>				
<b>No.</b>	<b>X1.1</b>	<b>X1.2</b>	<b>X1.3</b>	<b>X1.4</b>
1.	5	5	5	5
2.	4	4	4	5
3.	3	4	4	4
4.	4	5	3	5
5.	4	5	3	4
6.	5	5	4	5
7.	4	4	5	5
8.	5	5	5	4
9.	4	4	4	4
10.	4	4	4	5
11.	4	5	5	5
12.	5	5	5	5
13.	3	3	4	4
14.	5	5	5	5
15.	4	4	5	4
16.	3	3	3	3
17.	5	3	3	4
18.	2	4	5	4
19.	3	4	5	3
20.	4	3	4	5
21.	4	4	5	4
22.	3	3	4	3
23.	5	3	3	4
24.	5	4	3	4

25.	2	4	4	3
26.	3	3	4	4
27.	4	4	5	4
28.	1	4	4	3
29.	5	5	5	2
30.	5	4	1	5
...	5	4	4	4
...	5	4	5	5
...	3	4	4	4
...	4	3	3	3
...	5	4	5	4
96.	5	4	4	4
97.	4	3	3	3
98.	4	4	5	4
99.	4	4	4	5
100.	3	5	5	4

<b>Faktor Kualitas Pelayanan (X2)</b>					
<b>No.</b>	<b>X2.1</b>	<b>X2.2</b>	<b>X2.3</b>	<b>X2.4</b>	<b>X2.5</b>
1.	4	4	3	5	5
2.	5	5	5	5	5
3.	4	3	3	4	4
4.	5	5	5	5	4
5.	5	5	4	5	5
6.	5	5	4	5	5
7.	5	5	4	5	5
8.	4	4	4	5	5
9.	5	3	5	4	4



10.	5	5	5	4	5
11.	5	5	4	5	5
12.	3	4	5	5	5
13.	5	5	5	4	4
14.	4	4	3	5	5
15.	3	3	3	4	4
16.	3	4	4	3	3
17.	2	3	3	5	4
18.	4	3	3	5	3
19.	5	3	3	4	4
20.	4	3	3	4	4
21.	4	2	4	4	2
22.	3	4	4	5	3
23.	5	2	4	3	4
24.	5	3	3	1	4
25.	4	3	4	4	4
26.	3	4	5	4	3
27.	4	5	3	4	4
28.	5	5	4	4	4
29.	5	4	3	5	4
30.	2	4	4	3	4
...	4	4	4	5	4
...	5	4	3	4	4
...	1	4	5	4	5
...	4	5	5	4	3
...	5	3	5	5	4
96.	5	1	1	4	5
97.	4	5	3	1	5

98.	5	5	3	5	5
99.	3	5	4	5	1
100.	3	4	4	5	5

<b>Faktor Religiusitas (X3)</b>					
<b>No.</b>	<b>X3.1</b>	<b>X3.2</b>	<b>X3.3</b>	<b>X3.4</b>	<b>X3.5</b>
1.	5	5	5	5	5
2.	5	5	4	5	5
3.	5	3	2	5	4
4.	5	3	4	5	4
5.	5	4	4	5	5
6.	5	5	4	5	5
7.	5	4	4	5	4
8.	5	4	3	5	3
9.	5	4	4	5	4
10.	5	4	4	5	3
11.	5	4	4	5	3
12.	5	5	5	4	5
13.	5	4	2	5	4
14.	4	5	5	5	5
15.	5	3	3	3	3
16.	5	3	3	5	3
17.	4	3	3	5	3
18.	5	5	4	4	4
19.	5	4	3	4	3
20.	5	3	5	4	3
21.	5	4	3	5	3
22.	2	4	4	4	3

23.	5	3	3	3	3
24.	1	5	4	2	1
25.	5	3	3	5	4
26.	4	3	4	4	4
27.	5	4	4	5	3
28.	5	3	2	4	3
29.	5	3	5	4	4
30.	5	3	4	3	5
...	5	4	5	3	1
...	4	2	3	3	5
...	2	5	1	2	4
...	5	4	3	5	4
...	5	5	4	1	5
96.	4	4	5	5	5
97.	4	5	5	4	4
98.	5	3	5	3	4
99.	4	5	4	4	5
100.	4	4	5	5	5

<b>Keputusan Nasabah (Y)</b>						
<b>No.</b>	<b>Y.1</b>	<b>Y.2</b>	<b>Y.3</b>	<b>Y.4</b>	<b>Y.5</b>	<b>Y.6</b>
1.	5	5	4	5	5	5
2.	5	4	5	5	5	5
3.	4	3	5	3	5	4
4.	4	5	5	3	5	4
5.	5	4	5	4	4	5
6.	4	3	5	3	5	5
7.	5	4	5	4	4	4

8.	5	3	4	4	5	4
9.	5	3	3	3	5	3
10.	4	4	5	4	4	3
11.	3	4	5	3	3	3
12.	3	3	3	4	2	1
13.	4	4	4	3	5	4
14.	4	4	4	4	4	4
15.	4	4	4	3	5	4
16.	4	3	3	4	5	4
17.	2	4	4	3	5	3
18.	4	3	4	5	5	3
19.	3	4	4	5	4	4
20.	4	4	3	5	2	4
21.	1	3	3	5	5	2
22.	4	3	3	4	5	5
23.	3	3	4	5	4	5
24.	3	4	3	5	5	5
25.	3	3	1	5	4	5
26.	3	1	5	4	1	4
27.	1	4	5	5	3	5
28.	4	5	3	3	3	4
29.	3	3	4	5	5	1
30.	5	4	5	5	4	3
...	4	5	5	4	5	5
...	4	5	4	5	4	5
...	5	5	4	4	5	4
...	5	4	3	4	4	5
...	5	5	3	3	5	5

96.	5	4	4	3	5	4
97.	4	5	4	4	5	3
98.	3	5	4	5	4	3
99.	5	4	5	5	4	5
100.	5	3	5	5	5	4

## Lampiran 4. Hasil Output Olah Data

### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.921 <sup>a</sup>	.849	.844	1.90372

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1949.390	3	649.797	179.296	.000 <sup>b</sup>
	Residual	347.920	96	3.624		
	Total	2297.310	99			

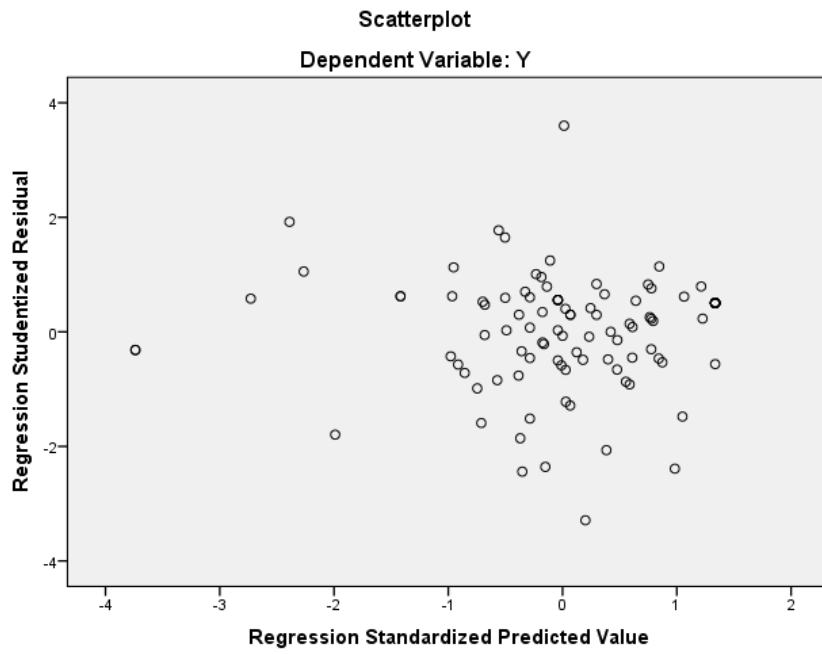
a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1.488	1.201		-1.239	.218		
	X1	.240	.104	.134	2.297	.024	.464	2.157
	X2	.543	.086	.453	6.329	.000	.308	3.248
	X3	.487	.083	.409	5.875	.000	.326	3.067

a. Dependent Variable: Y



## Lampiran 5. Jurnal Bimbingan



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**  
**FAKULTAS EKONOMI**  
 Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

### JURNAL BIMBINGAN SKRIPSI

#### IDENTITAS MAHASISWA

NIM : 200503110059  
 Nama : Dwi Sukma Jaya Hariadi  
 Fakultas : Ekonomi  
 Program Studi : Perbankan Syariah  
 Dosen Pembimbing : Dr. Khusnudin, M.E.I  
 Judul Skripsi : **ANALISIS FAKTOR, KUALITAS PELAYANAN, DAN RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH PRODUK SIMPANAN (STUDI PADA NASABAH BANK MUAMALAT KOTA MALANG)**

#### JURNAL BIMBINGAN:

No.	Tanggal	Deksripsi	Tahun Akademik	Status
1	1 Maret 2024	01 Maret 2024: Konsultasi Judul & Proposal, disarankan untuk mengganti judul	Genap 2023/2024	Sudah Dikoreksi
2	3 Maret 2024	03 Maret 2024: Penyerahan proposal dengan judul baru	Genap 2023/2024	Sudah Dikoreksi
3	4 Maret 2024	04 Maret 2024: Menambahkan latar belakang mengenai perkembangan Bank Muamalat saat ini	Genap 2023/2024	Sudah Dikoreksi
4	5 Maret 2024	05 Maret 2024: Gap research mengenai Bank Muamalat	Genap 2023/2024	Sudah Dikoreksi
5	6 Maret 2024	06 Maret 2024: Menambahkan kriteria umum untuk responden	Ganjil 2023/2024	Sudah Dikoreksi



		dalam pengambilan sampel yang dibutuhkan		
6	7 Maret 2024	07 Maret 2024: ACC Proposal	Genap 2023/2024	Sudah Dikoreksi
7	22 Maret 2024	22 Maret 2024: Bimbingan Kuesioner	Genap 2023/2024	Sudah Dikoreksi
8	25 April 2024	25 April 2024: Bimbingan Revisi	Genap 2023/2024	Sudah Dikoreksi
9	22 Mei 2024	22 Mei 2024: Bimbingan Bab 4 dan 5	Genap 2023/2024	Sudah Dikoreksi
10	05 Juni 2024	05 Juni 2024: Bimbingan Seluruh Bab Skripsi	Genap 2023/2024	Sudah Dikoreksi
11	06 Juni 2024	06 Juni 2024: Bimbingan Sebelum Semhas & ACC	Genap 2023/2024	Sudah Dikoreksi

Malang,  
Dosen Pembimbing

Dr. Khusnudin, M.E.I

## Lampiran 6. Hasil Cek Plagiarisme

### Analisis Faktor Produk, Kualitas Pelayanan, dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Simpanan

#### ORIGINALITY REPORT

<b>12%</b>	<b>14%</b>	<b>11%</b>	<b>7%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

#### PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<b>etheses.uin-malang.ac.id</b> Internet Source	<b>3%</b>
<b>2</b>	<b>repository.iainpalopo.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>3</b>	<b>repository.ar-raniry.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>4</b>	<b>Submitted to UIN Maulana Malik Ibrahim Malang</b> Student Paper	<b>1%</b>
<b>5</b>	<b>journal.stieamkop.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>6</b>	<b>e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>7</b>	<b>repository.uinsaizu.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>8</b>	<b>Submitted to University of Muhammadiyah Malang</b> Student Paper	<b>1%</b>

## Lampiran 7. Surat Keterangan Bebas Plagiasi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
 FAKULTAS EKONOMI  
 Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

### SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Kartika Ratnasari, MPd  
 NIP : 198304022023212026  
 Jabatan : UP2M

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Dwi Sukma Jaya Hariadi  
 NIM : 200503110059  
 Konsentrasi : Entrepreneur  
 Judul Skripsi : Analisis Faktor Produk, Kualitas Pelayanan, dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Simpanan

Menerangkan bahwa penulis skripsi mahasiswa tersebut dinyatakan **LOLOS PLAGIARISM** dari TURNITIN dengan nilai *Originaly report*:

SIMILARTY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATION	STUDENT PAPER
12%	14%	11%	7%

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan di berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 10 Juni 2024

UP2M



Kartika Ratnasari, MPd

## Lampiran 8. Biodata Peneliti



### Identitas Pribadi

Nama Lengkap : Dwi Sukma Jaya Hariadi  
Tempat Tanggal Lahir : Sengenger, 18 Maret 2001  
Alamat Asal : Desa Sakra, Kec. Sakra Selatan, Kab. Lombok Timur, Nusa Tenggara Barat  
No. Telp : 087847534075  
E-mail : [jayaharyadi18@gmail.com](mailto:jayaharyadi18@gmail.com)

### Pendidikan Formal

2007-2013 : SDN 12 Sakra, Lombok Timur  
2014-2017 : Mts NW Putra Narmada, Lombok Barat  
2017-2020 : MA NW Putra Narmada, Lombok Barat  
2020-2024 : UIN Maulana Malik Ibrahim Malang  
Perbankan Syariah