

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH TABUNGAN HAJI (STUDI KOMPARATIF PADA BANK ACEH DAN BANK SYARIAH MANDIRI DI KABUPATEN ACEH SELATAN)

Ahmad Irfani¹

Universitas Islam Negeri Ar-Raniry

Hafas Furqani²

Universitas Islam Negeri Ar-Raniry

Nevi Hasnita³

Universitas Islam Negeri Ar-Raniry

Email: ahmadirfani09@gmail.com,¹ hafas.furqani@ar-raniry.ac.id² nevi.hasnita@ar-raniry.ac.id²

ABSTRAK

Tabungan Haji merupakan salah satu bentuk produk tabungan yang ditawarkan oleh perbankan, selain bertujuan untuk menghimpun dana dari masyarakat juga dimaksudkan untuk memudahkan masyarakat yang berkeinginan menunaikan ibadah haji, namun belum mempunyai uang yang cukup untuk membayar Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPIH). Yakni dengan cara menyisihkan penghasilannya untuk ditabung atau disimpan di bank dalam bentuk rekening Tabungan Haji. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui berapa besar pengaruh Pelayanan, Promosi, Religiusitas dan Lokasi terhadap Keputusan Nasabah dalam menentukan tempat untuk menabung tabungan haji. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu data yang diukur berdasarkan kuesioner yang dibagikan kepada nasabah tabungan haji pada Bank Aceh dan Bank Syariah Mandiri. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari Pelayanan (X1), Promosi (X2), Religiusitas (X3), dan Lokasi (X4). Berdasarkan hasil pembahasan dapat disimpulkan bahwa Pelayanan mempengaruhi Keputusan Nasabah di Bank Aceh sebesar 10,5%. Faktor Promosi mempengaruhi Keputusan Nasabah di Bank Aceh sebesar 13,9%. Faktor Religiusitas mempengaruhi Keputusan Nasabah di Bank Aceh sebesar 12,3%. Faktor Lokasi mempengaruhi Keputusan Nasabah di Bank Aceh sebesar 43%. Disini yang menjadi faktor dengan persentase pengaruh tertinggi adalah faktor lokasi dengan pengaruh sebesar 43%. Sedangkan faktor dengan persentase pengaruh terendah adalah faktor pelayanan dengan pengaruh sebesar 10,5%. Faktor Pelayanan mempengaruhi Keputusan Nasabah di Bank Syariah Mandiri sebesar 31,2%. Faktor Promosi mempengaruhi Keputusan Nasabah di Bank Syariah Mandiri sebesar 15,4%. Faktor Religiusitas mempengaruhi Keputusan Nasabah di Bank Syariah Mandiri sebesar 36,7%. Faktor Lokasi mempengaruhi Keputusan Nasabah di Bank Syariah Mandiri sebesar 10,6%. Disini yang menjadi faktor dengan persentase pengaruh tertinggi adalah faktor religiusitas dengan pengaruh sebesar 36,7%. Sedangkan faktor dengan persentase pengaruh terendah adalah faktor lokasi dengan pengaruh sebesar 10,6%.

Kata Kunci: Pelayanan, Promosi, Perilaku Konsumen, Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Tersedianya produk Tabungan Haji pada lembaga perbankan merupakan suatu prospek yang bagus ke depannya mengingat di Indonesia mayoritas penduduknya beragama Islam. Tabungan Haji khusus dirancang oleh Bank Penerima Setoran (BPS) BPIH untuk membantu nasabah calon jamaah haji mempersiapkan BPIH-nya

dan juga membantu proses pendaftaran kepada Kementerian Agama sebagai Otoritas Penyelenggara Haji di Indonesia, secara online melalui Sistem Komputerisasi Haji Terpadu (SISKOHAT).

Dengan banyaknya pilihan bank untuk melakukan pembukaan rekening tabungan haji, masyarakat yang sudah memiliki kemampuan secara finansial untuk melaksanakan ibadah haji akan lebih mudah membuka tabungan haji sebagai salah satu syarat pendaftaran yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Dari sekian bank penerima setoran yang ada di Kabupaten Aceh Selatan, terdapat 2 (dua) bank yang menjadi pilihan terbanyak yang digunakan calon jamaah haji untuk membuka rekening tabungan haji, yaitu Bank Aceh dan Bank Syariah Mandiri. Di mana Bank Aceh memiliki jumlah nasabah sebanyak 1.432 nasabah atau setara dengan 64 persen dan Bank Syariah Mandiri sebanyak 493 nasabah atau setara dengan 22 persen.¹ Hal ini menunjukkan perbedaan jumlah yang cukup signifikan terhadap pemilihan bank untuk membuka rekening tabungan haji yang dilakukan oleh calon jamaah haji.

Perbedaan jumlah nasabah yang cukup signifikan tersebut tidak terlepas dari beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih tabungan haji pada kedua bank tersebut. Dari beberapa penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk memilih tabungan haji, di antaranya adalah faktor pelayanan, promosi, religiositas dan lokasi.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan analisis data yang berbentuk numerik atau angka. Pada dasarnya, pendekatan ini menggambarkan data melalui angka-angka, seperti persentasi tingkat pengangguran, kemiskinan, data rasio keuangan, dan lain sebagainya. Tujuan penelitian kuantitatif yaitu untuk mengembangkan dan menggunakan model matematis, teori dan atau hipotesis yang berkaitan dengan fenomena yang di selidiki oleh peneliti.²

Populasi penelitian ini adalah seluruh nasabah yang memiliki tabungan haji di Kabupaten Aceh Selatan periode tahun 2014 - 2018. Sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah nasabah memiliki tabungan haji di Bank Aceh dan Bank Syariah Mandiri pada 4 Kecamatan (Kecamatan Labuhanhaji Barat, Labuhanhaji,

¹ Seksi Haji Kantor Kementerian Agama Kabupaten Aceh Selatan, *Daftar Calon Jamaah Haji Kabupaten Aceh Selatan*, Arsip

² Suriani dan Hendriadi, *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2016), hlm. 109.

Labuhanhaji Timur, dan Meukek) di Kabupaten Aceh Selatan periode tahun 2014 – 2018 yang berjumlah 497 orang. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Berdasarkan jumlah populasi, maka peneliti melakukan pengambilan sampel. Adapun jumlah sampel ditentukan berdasarkan rumus Slovin.³ Perhitungan sampel dengan menggunakan rumus Slovin adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned}n &= \frac{N}{1 + N e^2} \\ &= \frac{497}{1 + (497)(0,09)^2} \\ &= 98,89 = 99, \text{ dibulatkan menjadi } 100 \text{ Responden.}\end{aligned}$$

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persen kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi atau diinginkan.

Teknik analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis.

PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal.⁴

Dalam penelitian ini pengujian normalitas dilakukan dengan analisa *One-Sample Kolmogorov Smirnov Test*. Kriteria pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- a. Jika Sig. > 0,05 maka data berdistribusi normal.
- b. Jika Sig. < 0,05 maka data tidak berdistribusi normal.

³ Muhammad. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*. (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 180.

⁴ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19 edisi 5*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2011), hlm. 160.

Table 1
Uji Normalitas Bank Aceh
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Pelayanan	Promosi	Religiositas	Lokasi	Keputusan
N		50	50	50	50	50
Normal	Mean	2.50	2.40	2.46	2.36	2.02
Parameters ^{a,b}	Std.	1.741	1.714	1.693	1.723	1.478
	Deviation					
Most Extreme	Absolute	.126	.133	.139	.165	.166
Differences	Positive	.126	.133	.126	.165	.155
	Negative	-.126	-.125	-.139	-.125	-.166
Kolmogorov-Smirnov Z		.888	.940	.979	1.167	1.177
Asymp. Sig. (2-tailed)		.410	.340	.293	.131	.125

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber; Data Diolah, 2020

Berdasarkan Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi pelayanan (X1) pada Uji *Kolmogorov-Smirnov* adalah 0,410, promosi (X2) 0,340, religiositas (X3) 0,293, lokasi (X4) 0,131, dan keputusan (Y) 0,125, semuanya lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal.

Tabel 2
Uji Normalitas Bank Syariah Mandiri
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Pelayanan	Promosi	Religiusitas	Lokasi	Keputusan
N		50	50	50	50	50
Normal	Mean	2.56	2.38	2.46	2.50	2.06
Parameters ^{a,b}	Std.	1.752	1.725	1.764	1.776	1.476
	Deviation					
Most Extreme	Absolute	.155	.148	.156	.141	.178
Differences	Positive	.153	.148	.156	.141	.144
	Negative	-.155	-.140	-.129	-.121	-.178
Kolmogorov-Smirnov Z		1.093	1.048	1.104	.996	1.257
Asymp. Sig. (2-tailed)		.184	.222	.175	.274	.085

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber; Data Diolah, 2020

Berdasarkan Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi pelayanan (X1) pada Uji *Kolmogrov-Smirnov* adalah 0,184, promosi (X2) 0,222, religiositas (X3) 0,175, lokasi (X4) 0,274, dan keputusan (Y) 0,085, semuanya lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Untuk mengetahui apakah ada korelasi diantara variabel-variabel bebas dapat diketahui dengan melihat dari nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Kedua ukuran tersebut menunjukkan setiap variabel bebas manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Dalam pengertian sederhana setiap variabel bebas menjadi variabel terikat dan diregres terhadap variabel bebas lainnya. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel bebas yang terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang sangat tinggi (karena $VIF = 1/tolerance$) dan menunjukkan adanya kolinearitas yang tinggi. Nilai *cut off* yang umum dipakai adalah *tolerance* 0,10 atau sama dengan VIF diatas 10. Setiap peneliti harus menentukan tingkat kolinearitas yang masih dapat diterima.⁵

Tabel 3.
Uji Multikolinieritas Bank Aceh
Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Pelayanan	.622	1.608
	Promosi	.660	1.515
	Religiositas	.732	1.365
	Lokasi	.677	1.476

a. Dependent Variable: Keputusan (Y)

Sumber; Data Diolah, 2020

Berdasarkan tabel diatas, dari hasil uji *Variance Inflation Factor* (VIF) pada hasil output SPSS tabel *coefficients*, masing-masing variabel independen memiliki $VIF < 10$ dan nilai *Tolerance* $> 0,1$. Maka dapat dinyatakan model regresi linier berganda tidak terdapat *multikolinieritas* antara variabel dependen dengan variabel independen yang lain sehingga dapat digunakan dalam penelitian.

⁵ Suliyanto. *Ekonometrika Terapan: Teori & Aplikasi dengan SPSS*, (Yogyakarta: CV Andi Offset. 2011), hlm. 82.

Tabel 4.
Uji Multikolinieritas Bank Syariah Mandiri
Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Pelayanan	.404	2.475
	Promosi	.274	3.653
	Religiositas	.333	3.000
	Lokasi	.444	2.254

a. Dependent Variable: Keputusan (Y)

Sumber; Data Diolah, 2020

Berdasarkan tabel diatas, dari hasil uji *Variance Inflation Factor* (VIF) pada hasil output SPSS tabel *coefficients*, masing-masing variabel independen memiliki VIF < 10 dan nilai *Tolerance* > 0,1. Maka dapat dinyatakan model regresi linier berganda tidak terdapat *multikolinieritas* antara variabel dependen dengan variabel independen yang lain sehingga dapat digunakan dalam penelitian.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas.⁶

Pada penelitian ini menggunakan metode glejser dilakukan dengan meregresikan semua variabel bebas terhadap nilai mutlak residualnya. Jika nilai probabilitas lebih besar dari nilai alpha ($sig > \alpha$) maka dapat dipastikan model tidak mengandung gejala heteroskedastisitas.⁷ Dari hasil pengolahan data, informasi yang dipeoleh dapat dilihat padatable berikut ini.

⁶ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate, ...*, hlm. 139.

⁷ Suliyanto. *Ekonometrika Terapan: Teori & Aplikasi, ...*, hlm. 102.

Table 5.
Uji Heteroskedastisitas Bank Aceh
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.504	.113		4.451	.000
	Pelayanan	.034	.039	.155	.869	.389
	Promosi	.075	.039	.333	1.930	.060
	Religiositas	-.036	.037	-.159	-.969	.338
	Lokasi	-.042	.038	-.187	-1.097	.278

a. Dependent Variable: Keputusan (Y)

Sumber; Data Diolah, 2020

Berdasarkan hasil tabel diatas dari keempat variabel independent (pelayanan, promosi, religiositas dan lokasi) diperoleh hasil nilai Sig.>0,05. Karena nilai Sig.>0,05, maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas dan hasil uji dapat dilanjutkan.

Tabel 6
Uji Heteroskedastisitas Bank Syariah Mandiri

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.468	.099		4.736	.000
	Pelayanan	.055	.046	.264	1.179	.244
	Promosi	.020	.057	.093	.342	.734
	Religiusitas	-.100	.051	-.484	-1.967	.055
	Lokasi	.003	.044	.016	.076	.939

a. Dependent Variable: Keputusan (Y)

Sumber; Data Diolah, 2020

Berdasarkan hasil tabel diatas dari keempat variabel independent (pelayanan, promosi, religiositas dan lokasi) diperoleh hasil nilai Sig.>0,05. Karena nilai Sig.>0,05, maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas dan hasil uji dapat dilanjutkan.

Analisis Regresi Berganda

Menurut Kurniawan, regresi berganda adalah sebagai pengaruh antara lebih dari dua variabel, di mana terdiri dari dua atau lebih variabel independen/bebas dan satu variabel dependen/terikat dan juga digunakan untuk membangun persamaan dengan menggunakan persamaan tersebut untuk membuat perkiraan (*prediction*).⁸ Adapun persamaan analisis regresi linear berganda dapat ditentukan dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + bX_1 + bX_2 + bX_3 + bX_4 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel Keputusan Nasabah

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

X1 = Variabel Reputasi

X2 = Variabel Promosi

X3 = Variabel Religiositas

X4 = Variabel Lokasi

e = Variabel *Error*

Pengujian persyaratan analisis dan asumsi klasik dasar regresi yang telah dilaksanakan sebelumnya memberikan hasil bahwa variabel-variabel yang terlibat didalamnya memenuhi kualifikasi persyaratan dan asumsi klasik tersebut, penelitian dilanjutkan dengan melakukan pengujian signifikan model dan interpretasi model regresi.

Tabel 7.
Analisis Linier Berganda Bank Aceh
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.360	.220		-1.637	.109
Pelayanan	.219	.076	.259	2.879	.006
Promosi	.233	.075	.270	3.096	.003
Religiositas	.209	.072	.239	2.887	.006
Lokasi	.322	.074	.376	4.364	.000

a. Dependent Variable: Keputusan (Y)

⁸ A. Kurniawan, *Belajar Mudah SPSS Untuk Pemula*, (Yogyakarta: Mediakom, 2009), jlm. 52.

Sumber; Data Diolah, 2020

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda pada tabel diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -0,360 + 0,219 + 0,233 + 0,209 + 0,322 + e$$

Dari persamaan regresi berganda tersebut menunjukkan bahwa variabel lokasi adalah variabel yang paling mempengaruhi secara signifikan yaitu sebesar 0,322 atau 32,2%

Tabel 8.
Analisis Linier Berganda Bank Syariah Mandiri
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.130	.159		-.820	.416
Pelayanan	.244	.075	.290	3.275	.002
Promosi	.215	.092	.251	2.338	.024
Religiositas	.256	.081	.305	3.136	.003
Lokasi	.170	.070	.205	2.425	.019

a. Dependent Variable: Keputusan (Y)

Sumber; Data Diolah, 2020

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda pada tabel diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -0,130 + 0,244 + 0,215 + 0,56 + 0,170 + e$$

Dari persamaan regresi berganda tersebut menunjukkan bahwa variabel religiositas adalah variabel yang paling mempengaruhi secara signifikan yaitu sebesar 0,256 atau 25,6%

Pengujian Hipotesis

1. Uji Simultan (Uji F)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau variabel terikat.

Berdasarkan hasil pengolahan dengan program SPSS versi 17, maka hasil perhitungan Uji F dapat dilihat pada tabel berikut:

Table 9.
Hasil Uji F Bank Aceh
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	82.836	4	20.709	38.597	.000 ^a
	Residual	24.144	45	.537		
	Total	106.980	49			

a. Predictors: (Constant), Lokasi (X4), Religiositas (X3), Promosi (X2), Pelayanan (X1)

b. Dependent Variable: Keputusan (Y)

Sumber; Data Diolah, 2020

Berdasarkan Tabel di atas, hasil output uji simultan diperoleh nilai F hitung sebesar 38,597 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Dengan tingkat signifikansi 0,05 dan $df_1=4$ $df_2=48$ didapat F tabel sebesar 2,57. Karena nilai Fhitung (38,597) > F tabel (2,57) maka dapat disimpulkan bahwa keempat variabel independen yaitu pelayanan, promosi, religiositas dan lokasi memiliki pengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah.

Tabel 10.
Hasil Uji F Bank Syariah Mandiri
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	91.642	4	22.910	67.923	.000 ^a
	Residual	15.178	45	.337		
	Total	106.820	49			

a. Predictors: (Constant), Lokasi (X4), Religiositas (X3), Promosi (X2), Pelayanan (X1)

b. Dependent Variable: Keputusan (Y)

Sumber; Data Diolah, 2020

Berdasarkan Tabel di atas, hasil output uji simultan diperoleh nilai F hitung sebesar 67,923 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Dengan tingkat signifikansi 0,05 dan $df_1=4$ $df_2=48$ didapat F tabel sebesar 2,57. Karena nilai Fhitung (67,923) > F tabel (2,57) maka dapat disimpulkan bahwa keempat variabel independen yaitu pelayanan, promosi, religiositas dan lokasi memiliki pengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah.

2. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji kebermaknaan koefisien regresi secara parsial antara pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil perhitungan uji t dapat dilihat pada tabel berikut:

Table 11
Hasil Uji T Bank Aceh
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.360	.220		-1.637	.109
	Pelayanan	.219	.076	.259	2.879	.006
	Promosi	.233	.075	.270	3.096	.003
	Religiositas	.209	.072	.239	2.887	.006
	Lokasi	.322	.074	.376	4.364	.000

a. Dependent Variable: Keputusan (Y)

Sumber; Data Diolah, 2020

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa t hitung koefisien pelayanan adalah 2,879. Sedangkan t tabel bisa dihitung dengan menggunakan $\alpha = 0,05$ sehingga $df = n-2$ di mana $df = n-2 = 48$, maka diperoleh nilai t tabel sebesar 2,011. Oleh karena itu $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($2,879 > 2,011$). Maka dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak artinya terdapat pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih tabungan haji.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa t hitung koefisien promosi adalah 3,096. Sedangkan t tabel bisa dihitung dengan menggunakan $\alpha = 0,05$ sehingga $df = n-2$ di mana $df = n-2 = 48$, maka diperoleh nilai t tabel sebesar 2,011. Oleh karena itu $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($3,096 > 2,011$). Maka dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak artinya terdapat pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih tabungan haji.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa t hitung koefisien religiositas adalah 2,887. Sedangkan t tabel bisa dihitung dengan menggunakan $\alpha = 0,05$ sehingga $df = n-2$ di mana $df = n-2 = 48$, maka diperoleh nilai t tabel sebesar 2,011. Oleh karena itu $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($2,887 > 2,011$). Maka dapat disimpulkan

bahwa H1 diterima dan H0 ditolak artinya terdapat pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih tabungan haji.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa t hitung koefisien lokasi adalah 4,364. Sedangkan t tabel bisa dihitung dengan menggunakan $\alpha = 0,05$ sehingga $df = n-2$ di mana $df = n-2 = 48$, maka diperoleh nilai t tabel sebesar 2,011. Oleh karena itu t hitung $>$ t tabel ($4,364 > 2,011$). Maka dapat disimpulkan bahwa H1 diterima dan H0 ditolak artinya terdapat pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih tabungan haji.

Tabel 12
Hasil Uji T Bank Syariah Mandiri
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.130	.159		-.820	.416
Pelayanan	.244	.075	.290	3.275	.002
Promosi	.215	.092	.251	2.338	.024
Religiositas	.256	.081	.305	3.136	.003
Lokasi	.170	.070	.205	2.425	.019

a. Dependent Variable: Keputusan (Y)

Sumber; Data Diolah, 2020

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa t hitung koefisien pelayanan adalah 3,275. Sedangkan t tabel bisa dihitung dengan menggunakan $\alpha = 0,05$ sehingga $df = n-2$ di mana $df = n-2 = 48$, maka diperoleh nilai t tabel sebesar 2,011. Oleh karena itu t hitung $>$ t tabel ($3,275 > 2,011$). Maka dapat disimpulkan bahwa H1 diterima dan H0 ditolak artinya terdapat pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih tabungan haji.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa t hitung koefisien promosi adalah 2,338. Sedangkan t tabel bisa dihitung dengan menggunakan $\alpha = 0,05$ sehingga $df = n-2$ di mana $df = n-2 = 48$, maka diperoleh nilai t tabel sebesar 2,011. Oleh karena itu t hitung $>$ t tabel ($2,338 > 2,011$). Maka dapat disimpulkan bahwa H1 diterima dan H0 ditolak artinya terdapat pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih tabungan haji.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa t hitung koefisien religiositas adalah 3,136. Sedangkan t tabel bisa dihitung dengan menggunakan $\alpha = 0,05$ sehingga $df = n-2$ di mana $df = n-2 = 48$, maka diperoleh nilai t tabel sebesar 2,011. Oleh karena itu t hitung $>$ t tabel ($3,136 > 2,011$). Maka dapat disimpulkan

bahwa H1 diterima dan H0 ditolak artinya terdapat pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih tabungan haji.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa t hitung koefisien lokasi adalah 2,425. Sedangkan t tabel bisa dihitung dengan menggunakan $\alpha = 0,05$ sehingga $df = n-2$ di mana $df = n-2 = 48$, maka diperoleh nilai t tabel sebesar 2,011. Oleh karena itu t hitung > t tabel ($2,425 > 2,011$). Maka dapat disimpulkan bahwa H1 diterima dan H0 ditolak artinya terdapat pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih tabungan haji.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel dependen amat terbatas. Dan sebaliknya jika nilai R^2 yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen. Berdasarkan hasil pengolahan dengan program SPSS versi 17, maka hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 13
Uji Koefisien Determinasi Bank Aceh
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.880 ^a	.774	.754	.732

a. Predictors: (Constant), Lokasi (X4), Religiositas (X3), Promosi (X2), Pelayanan (X1)

b. Dependent Variable: Keputusan (Y)

Sumber; Data Diolah, 2020

Berdasarkan di atas dapat diketahui bahwa angka R^2 (*R Square*) sebesar 0,774 atau 77,4%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel keputusan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel pelayanan, promosi, religiositas dan lokasi. Sedangkan sisanya sebesar 0,226 atau 22,6% dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar penelitian ini.

Tabel 14
Uji Koefisien Determinasi Bank Syariah Mandiri
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.926 ^a	.858	.845	.581

a. Predictors: (Constant), Lokasi (X4), Religiositas (X3), Promosi (X2), Pelayanan (X1)

Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.926 ^a	.858	.845	.581

a. Predictors: (Constant), Lokasi (X4), Religiositas (X3), Promosi (X2), Pelayanan (X1)

b. Dependent Variable: Keputusan (Y)

Sumber; Data Diolah, 2020

Berdasarkan di atas dapat diketahui bahwa angka R² (*R Square*) sebesar 0,858 atau 85,8%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel keputusan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel pelayanan, promosi, religiositas dan lokasi. Sedangkan sisanya sebesar 0,142 atau 14,2% dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar penelitian ini.

1. Pengaruh Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memimilih Tabungan Haji

Pelayanan merupakan salah satu hal yang sangat penting bagi sebuah perusahaan untuk mengundang ketertarikan konsumen terhadap perusahaan tersebut. Pelayanan yang baik akan memberikan kepuasan tersendiri bagi konsumen dan akan berefek positif bagi perusahaan dan akan mempengaruhi perilaku konsumen tersebut terhadap keputusan pembelian.

Dari hasil uji-t dapat diketahui bahwa variabel pelayanan (X1) pada Bank Aceh dan Bank Syariah Mandiri di Kabupaten Aceh Selatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih tabungan haji. Sedangkan berdasarkan pengujian regresi linier berganda pada Bank Aceh dan Bank Syariah Mandiri perbandingan tingkat persentase pengaruh variabel pelayanan terhadap keputusan memilih tabungan haji pada Bank Aceh sebesar 21,9% dan pada Bank Syariah Mandiri sebesar 24,4%.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Vera Erlianda dan Haroni Doli R. Ritonga (2013), Ahmad Irfa'udarajot (2019), dan Ani Rakhmanita (2018) yang mendapati bahwa faktor pelayanan memberi pengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih tabungan haji.

2. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memimilih Tabungan Haji

Menurut Fandy Tjiptono, pada hakikatnya promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Yang di maksud komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran atas produknya agar bersedia menerima, membeli,

dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.⁹ Promosi merupakan salah satu dari strategi pemasaran yang sangat penting untuk menarik minat konsumen untuk menentukan pilihan.

Dari hasil uji-t dapat diketahui bahwa variabel promosi (X2) pada Bank Aceh dan Bank Syariah Mandiri di Kabupaten Aceh Selatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih tabungan haji. Sedangkan berdasarkan pengujian determinasi pada Bank Aceh dan Bank Syariah Mandiri perbandingan tingkat persentase pengaruh variabel promosi terhadap keputusan memilih tabungan haji pada Bank Aceh sebesar 23,3% dan pada Bank Syariah Mandiri sebesar 21,5%.

Hasil penelitian ini didukung yang dilakukan oleh Makhdaleva Hanura Tajudin dan Ade Sofyan Mulazid (2017), Erlita Oktarini (2016), dan Reza Mulyani (2018) yang mendapati bahwa faktor promosi memberi pengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih tabungan haji.

3. Pengaruh Religiositas Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Tabungan Haji

Religiositas menurut Mangunwijaya merupakan aspek yang telah dihayati oleh individu di dalam hati, getaran hati nurani pribadi dan sikap personal.¹⁰ Religiositas sering dimaknai sebagai dimensi yang dikenal dengan keyakinan dan dipraktikkan dengan ritual dan bertendensi pada sikap baik atau juga bisa disebut akhlak. Pengertian Religiositas berdasarkan dimensi-dimensi yang dikemukakan oleh Glock dan Stark adalah seberapa jauh pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan, seberapa tekun pelaksanaan ibadah dan seberapa dalam penghayatan agama yang dianut seseorang.¹¹

Dari hasil uji-t dapat diketahui bahwa variabel religiositas (X3) pada Bank Aceh dan Bank Syariah Mandiri di Kabupaten Aceh Selatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih tabungan haji. Sedangkan berdasarkan pengujian determinasi pada Bank Aceh dan Bank Syariah Mandiri perbandingan tingkat persentase pengaruh variabel religiositas terhadap keputusan memilih tabungan haji pada Bank Aceh sebesar 20,9% dan pada Bank Syariah Mandiri sebesar 25,6%, sehingga variabel religiositas merupakan faktor yang paling dominan terhadap keputusan nasabah dalam memilih tabungan haji pada Bank Syariah Mandiri.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rima Zahrotunnisa (2019) dan Rida Arsita Dewi (2018) yang mendapati bahwa

⁹ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, edisi ke-2, (Yogyakarta: Andi, 2001), hlm. 219.

¹⁰ Mangunwijaya Y. B, *Menumbuhkan Sikap Religius Anak*, (Jakarta: Gramedia, 1986), hlm. 34.

¹¹ Djamaluddin Ancok dan Fuat Nashori Suroso, *Psikologi Islami*, (Yogyakarta: Pustaka pelajar, 2005), hlm. 76-77.

faktor religiositas memberi pengaruh terhadap keputusan nasabah alam memilih tabungan haji.

4. Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Tabungan Haji

Menurut Nugroho dan Paramito, suatu lokasi disebut strategis bila berada dipusat kota, kepadatan populasi, kemudahan mencapainya menyangkut kemudahan transportasi umum, kelancaran lalu lintas dan arahnya tidak membingungkan konsumen. Lokasi yang strategis membuat konsumen lebih mudah dalam menjangkau dan juga keamanan yang terjamin. Sehingga dengan demikian, ada hubungan antara lokasi yang strategis dengan daya tarik konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk.¹²

Dari hasil uji-t dapat diketahui bahwa variabel lokasi (X4) pada Bank Aceh dan Bank Syariah Mandiri di Kabupaten Aceh Selatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih tabungan haji. Sedangkan berdasarkan pengujian determinasi pada Bank Aceh dan Bank Syariah Mandiri perbandingan tingkat persentase pengaruh variabel lokasi terhadap keputusan memilih tabungan haji pada Bank Aceh sebesar 32,2% dan pada Bank Syariah Mandiri sebesar 17%, sehingga variabel lokasi merupakan faktor yang paling dominan terhadap keputusan nasabah dalam memilih tabungan haji pada Bank Aceh. Hal ini disebabkan karena tersebar nya kantor cabang pembantu yang tersebar hampir di setiap kecamatan di Kabupaten Aceh Selatan.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Neneng Fajriyah (2013) dan Siti Sholihah Putri (2018) yang mendapati bahwa faktor lokasi memberi pengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih tabungan haji.

5. Pengaruh Pelayanan, Promosi, Religiositas dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Tabungan Haji

Berdasarkan hasil perhitungan uji statistik F (uji simultan) pada Bank Aceh menunjukkan nilai F hitung sebesar 38,597. Nilai F tabel dalam penelitian ini adalah 2,57. Nilai signifikansi yang diperoleh dari hasil uji dalam penelitian ini adalah 0,000. Oleh sebab itu, maka dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan, promosi, religiositas dan lokasi secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah membuka tabungan haji. Sedangkan pada Bank Syariah Mandiri menunjukkan nilai F hitung sebesar 367,923. Nilai F tabel dalam penelitian ini adalah 2,57. Nilai signifikansi yang diperoleh dari hasil uji dalam penelitian ini adalah 0,000. Oleh sebab itu, maka dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan,

¹² Ari Wibowo, "Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian di D'stupid Baker Surabaya, (Surabaya: Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol. 3, No. 12 Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA), 2014, hlm. 4.

promosi, religiositas dan lokasi secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah membuka tabungan haji.

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan angka *R Square* atau koefisien determinasi pada Bank Aceh adalah 0,774 artinya sebesar 77,4% variansi keputusan nasabah membuka tabungan haji dipengaruhi oleh variabel pelayanan, promosi, religiositas dan lokasi. Sedangkan sisanya yaitu 22,6% ditentukan oleh variabel-variabel lain selain reputasi dan promosi yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Adapun hasil koefisien determinasi pada Bank Syariah Mandiri adalah 0,8858 artinya sebesar 85,8% variansi keputusan nasabah membuka tabungan haji dipengaruhi oleh variabel pelayanan, promosi, religiositas dan lokasi. Sedangkan sisanya yaitu 14,2% ditentukan oleh variabel-variabel lain selain reputasi dan promosi yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Ade Sahreni Piliang (2018) dan Hana Meinda (2019).

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian di atas dapat ditarik kesimpulannya yaitu:

1. Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih tabungan haji pada Bank Aceh dan Bank Syariah Mandiri di Kabupaten Aceh Selatan.
2. Promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih tabungan haji pada Bank Aceh dan Bank Syariah Mandiri di Kabupaten Aceh Selatan.
3. Religiositas berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih tabungan haji pada Bank Aceh dan Bank Syariah Mandiri di Kabupaten Aceh Selatan.
4. Lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih tabungan haji pada Bank Aceh dan Bank Syariah Mandiri di Kabupaten Aceh Selatan.
5. Pelayanan, promosi, religiositas dan lokasi berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan nasabah dalam memilih tabungan haji pada Bank Aceh dan Bank Syariah Mandiri di Kabupaten Aceh Selatan.
6. Faktor paling dominan yang mempengaruhi nasabah memilih Tabungan Haji pada Bank Aceh di Kabupaten Aceh Selatan adalah faktor Lokasi dengan persentase pengaruh sebesar 32,2%. Hal ini didasari dengan tersebarnya kantor-kantor cabang pembantu hamper merata di setiap kecamatan yang ada di Kabupaten Aceh Selatan, dengan mudahnya akses menuju bank, masyarakat lebih tertarik untuk membuka tabungan haji di Bank Aceh. Selain itu, faktor lokasi parkir yang luas di Kantor. Sedangkan faktor dengan persentase terendah

adalah religiusitas sebesar 20,9 %. Hal ini dikarenakan masih sering terdengar isu bahwa Bank Aceh masih menjalankan sistem ribawi, sehingga masyarakat menilai Bank Aceh belum serius untuk menjalankan sistem yang sesuai dengan ajaran Islam. Adapun untuk Bank Syariah Mandiri yang menjadi faktor paling dominan yang mempengaruhi keputusan nasabah memilih membuka tabungan haji adalah faktor Religiusitas dengan persentase pengaruh sebesar 25,6%. Hal ini dikarenakan masyarakat menilai bahwa Bank Syariah Mandiri sudah menerapkan sistem syariah dengan baik, walaupun masih belum sepenuhnya, dan belum pernah mendengar isu-isu seperti yang terjadi pada Bank Aceh. Sedangkan faktor dengan persentase terendah adalah lokasi sebesar 17 %. Hal ini disebabkan status dari Bank Syariah Mandiri hanya sebagai Kantor Kas, sehingga tidak memiliki lokasi parkir yang luas. Selain itu, dengan lokasi yang berada di pusat kota kabupaten yang berjarak sekitar 35 km, sehingga sulit dijangkau oleh masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Kurniawan, (2009), *Belajar Mudah SPSS Untuk Pemula*, Yogyakarta: Mediakom.
- Ade Sahreni Piliang, (2018), "*Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Haji iB Makbul Pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan*", Padangsidempuan: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan, Skripsi.
- Ahmad Irfa'udarajot, (2019), *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Haji (Studi Kasus Nasabah Tabungan Haji di Bank Muamalat KC Kediri)*, Tulungagung: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung, Skripsi.
- Ani Rakhmanita, (2018), *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Pembiayaan Haji Memilih Pegadaian Syariah*, Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen, Volume. 2, No. 2, September.
- Ari Wibowo, (2014), "*Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian di D'stupid Baker Surabaya*, (Surabaya: Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol. 3, No. 12 Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA),

Djamaluddin Ancok dan Fuat Nashori Suroso, (2005), *Psikologi Islami*, Yogyakarta: Pustaka pelajar.

Erlita Oktarini, (2016), "*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Membuka Tabungan Haji Di Bank Muamalat Indonesia Cabang Sungailiat*" *STUDIA*, Vol. 1, No. 1, Mei

Fandy Tjiptono, (2001), *Strategi Pemasaran*, edisi ke-2, Yogyakarta: Andi.

Hana Meinda, (2019), *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Tabungan Haji di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung*, Tulungagung: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung, Skripsi.

Imam Ghozali, (2011), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19 edisi 5*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Makhdaleva Hanura Tajudin & Ade Sofyan Mulazid, (2017), "*Pengaruh Promosi, Kepercayaan dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji (Mabrur) Bank Syariah Mandiri KCP. Sawangan Kota Depok*" *Jurnal Ekonomi Islam*, Volume 8, No. 1 Januari.

Mangunwijaya Y. B, (1986), *Menumbuhkan Sikap Religius Anak*, Jakarta: Gramedia.

Muhammad. (2008), *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Neneng Fajriyah, (2013), "*Pengaruh Promosi, Reputasi, dan Lokasi Strategis Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji bank Mandiri KCP Tangerang Bintaro Sektor III*", Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah, Skripsi.

Reza Mulyani, (2018), *Pengaruh Reputasi dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Membuka Tabungan Haji pada Bank Syariah Mandiri Cabang Banda Aceh*, Banda Aceh: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry, Skripsi.

Rida Arsita Dewi, (2018), *Pengaruh Pendapatan, Religiositas, dan Daftar Tunggu Haji Terhadap Minat Santri untuk Menabung Tabungan Haji dengan Pendekatan Theory of Planned Behaviour (Studi Kasus pada Pondok Pesantren Wahid*

- Hasyim Condong Catur, Sleman, Yogyakarta*), Yogyakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga, Skripsi.
- Rima Zahrotunnisa, (2019) *Pengaruh Persepsi, Religiusitas, Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Produk Tabungan iB Baitullah Hasanah di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Tulungagung*, Tulungagung: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung, Skripsi.
- Suliyanto. (2011), *Ekonometrika Terapan: Teori & Aplikasi dengan SPSS*, Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Siti Shoihah Putri, (2018), *Analisis Pengaruh Lokasi, Brand Image, dan Word of Mouth Terhadap Proses Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk Tabungan haji di Perbankan Syariah (Studi pada Wilayah Jakarta Selatan)*, Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah, Skripsi.
- Suriani dan Hendriadi, (2016), *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*, Jakarta: Kencana.
- Vera Erlinda dan Haroni Doli H. Ritonga, (2013), "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Bank oleh Nasabah Tabungan Haji (Studi Kasus: Peserta Bimbingan Manasik Haji Aziziah Kec. Medan Johor)", *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Vol. 1, No. 3, Februari.