

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN RELIGIUSITAS
TERHADAP KEPUASAN MENABUNG GENERASI MUDA
DI BANK SYARI'AH MELALUI *BYOND BY BSI***

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Ilmu Perbankan Syari'ah



OLEH:

SITI AMINAH
NIM: 21631074

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARI'AH
FAKULTAS SYARI'AH DAN EKONOMI ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP
2025**

Hal: Pengajuan Skripsi

Kepada Yth. Rektor IAIN Curup

Di

Curup

Assalamu‘alaikum Warahmatullahi Wabarokatuh.

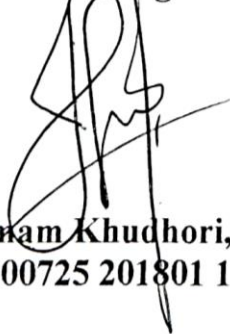
Setelah mengadakan pemeriksaan dan perbaikan seperlunya maka kami berpendapat bahwa Skripsi saudara **Siti Aminah** mahasiswi IAIN Curup yang berjudul “*Pengaruh Kualitas Layanan Dan Religiusitas Terhadap Kepuasan Menabung Generasi Muda Di Bank Syari’ah Melalui BYOND By BSF*” sudah dapat diajukan dalam sidang munaqasyah Prodi Perbankan Syariah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

Demikian permohonan ini kami ajukan. Terima kasih.

Wassalamu‘alaikum Warahmatullahi Wabarokatuh.

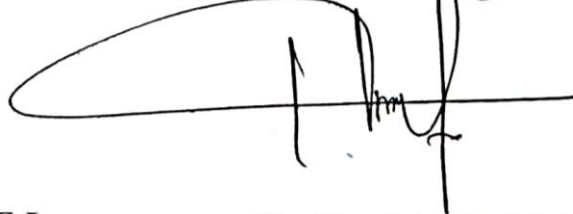
Curup, 2025

Pembimbing I



Khairul Umam Khudhori, M.E.I
NIP: 19900725 201801 1 001

Pembimbing II



Dr. Hendrianto, M.A
NIP. 1987706212023211022

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Siti Aminah
Nomor Induk Mahasiswa : 216 31074
Fakultas : Syari'ah Dan Ekonomi Islam
Program Studi : Perbankan Syari'ah

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan peneliti juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diajukan atau dirujukan dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya bersedia menerima hukuman atau sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan yang sebenarnya, semoga dapat dipergunakan seperlunya.

Curup, 15 Mei 2025

Peneliti


Siti Aminah
NIM: 21631074

PENGESAHAN

 **KEMENTERIAN AGAMA RI**
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP
FAKULTAS SYARIAH & EKONOMI ISLAM
Jl. Dr. A.K. Gani No. 01 Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-7003044 Faks (0732) 21010 Curup 39119
Website/facebook : Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup Email : fakultassyariah@ekonomisislam@gmail.com

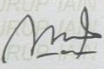
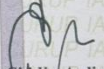
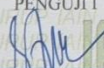
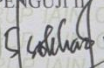
PENGESAHAN SKRIPSI MAHASISWA
Nomor : 38/In.34/FS/PP.00.9/ 04 /2025

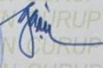
NAMA : Siti Aminah
NIM : 21631074
Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam
Prodi : Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Kualitas Layanan dan Religiusitas Terhadap Kepuasan Menabung Generasi Muda Di Bank Syariah Melalui BYOND By BSI

Telah dimunaqasyahkan dalam sidang terbuka Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup pada
Hari/Tanggal : Senin, 23 Juni 2025
Pukul : 11.00 s/d 12.30 WIB
Tempat : Ruang 1 Ujian Munasqash FSEI

Dan telah diterima untuk melengkapi sebagai syarat-syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah.

TIM PENGUJI

Ketua	Sekretaris
 Dr. Syarial Dedi, M.Ag NIP. 197810092008011007	 Siddiq Aulia, M.H.I NIP. 198804122020121004
PENGUJI I  Dr. Muhammad Istan, S.E., M.Pd., M.M NIP. 197502192006041008	PENGUJI II  Soleha, S.E.I., M.E NIP. 199310062025212019

Mengetahui
Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam

Dr. H. NGADRI, M.Ag
NIP. 196906021995031001





KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP
FAKULTAS SYARIAH & EKONOMI ISLAM

Jl. Dr. A.K. Gani No. 01 Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-7003044 Fax (0732) 21010 Curup 39119
Website/facebook : Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup Email : fakultassyariah&ekonomiislam@gmail.com

PENGESAHAN SKRIPSI MAHASISWA

Nomor : 38/In.34/FS/PP.00.9/ 03 /2025

NAMA : Siti Aminah
NIM : 21631074
Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam
Prodi : Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Kualitas Layanan dan Religiusitas Terhadap Kepuasan Menabung Generasi Muda Di Bank Syariah Melalui BYOND By BSI

Telah dimunaqasyahkan dalam sidang terbuka Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup pada

Hari/Tanggal : Senin, 23 Juni 2025

Pukul : 11.00 s/d 12.30 WIB

Tempat : Ruang 1 Ujian Munaqosah FSEI

Dan telah diterima untuk melengkapi sebagai syarat-syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah.

TIM PENGUJI

Ketua

Sekretaris

Dr. Syarial Dedi, M.Ag
NIP. 197810092008011007

Siddiq Aulia, M.H.I
NIP. 198804122020121004

PENGUJI I

PENGUJI II

Dr. Muhammad Istan, S.E., M.Pd., M.M
NIP. 197502192006041008

Soleha, S.E.I., M.E
NIP. 199310062025212019

Mengetahui

Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam

Dr. H. NGADRI, M.Ag

NIP. 196906021995031001

KATA PENGANTAR



Subhanallah walhamdu lillah wa Laailaaha illallah wallahu Akbar. Puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat dan salam semoga tercurah untuk Nabi besar Muhammad SAW, karena berkat beliau hingga saat ini kita berada di zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan.

Adapun Skripsi ini berjudul **“Pengaruh Kualitas Layanan Dan Religiusitas Terhadap Kepuasan Menabung Generasi Muda Di Bank Syari’ah Melalui BYOND By BSI”** yang disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan studi tingkat Sarjana (S.1) pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Program Studi Perbankan Syariah.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa tanpa ada dorongan dan bantuan berbagai pihak, maka tidak mungkin terselesainya skripsi ini sehingga skripsi ini bukan semata-mata hasil usaha peneliti sendiri. Untuk itu dalam kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang memberikan sumbangsih dalam menyelesaikan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Idi Warsah, M.Pd.I selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

2. Bapak Dr. Ngadri, M.Ag selaku Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam.
3. Bapak Ranas Wijaya, M.E selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah
4. Bapak Noprizal, M.Ag selaku pembimbing akademik yang selalu bersedia memberikan nasehatnya khususnya dalam proses akademik peneliti.
5. Bapak Pefriyadi, M.M dan Bapak Dr. Hendrianto, M.A selaku Dosen Pembimbing I dan II, yang telah membimbing serta mengarahkan peneliti, terima kasih atas dukungan, doa, waktu, dan motivasi sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Kepala Perpustakaan IAIN Curup beserta seluruh karyawan, yang telah mengarahkan dan memberi kemudahan, arahan kepada peneliti dalam memperoleh referensi dan data-data dalam penyusunan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam dan Karyawan IAIN Curup yang telah memberikan petunjuk dan bimbingan kepada peneliti selama berada di bangku kuliah
8. Terima kasih kepada Pimpinan Mahad Al-Jami'ah serta ustad-ustazah yang telah banyak membantu dan meluangkan waktu untuk memberikan informasi, data, yang peneliti butuhkan dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman seperjuangan Prodi Perbankan Syariah angkatan 2021 dan Semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.

Terima kasih atas segala bantuan yang diberikan serta kebaikan semua pihak dalam penyelesaian penyusunan skripsi ini, dengan rendah hati peneliti mohon bimbingan untuk kemajuan dimasa mendatang. Peneliti juga sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun terutama dari para pembaca dan dari dosen pembimbing. Mungkin dalam penyusunan skripsi ini masih banyak terdapat kesalahan dan kekurangan. Semoga dengan adanya karya tulis ini dapat memberikan manfaat bagi mahasiswa pada umumnya dan bagi peneliti khususnya. Akhirnya hanya kepada Allah SWT, peneliti senantiasa memohon ridho-Nya atas penyusunan dan penulisan skripsi ini, Aamiin.

Curup, 15 Mei 2025

Peneliti

Siti Aminah

NIM: 21631074

MOTTO

“Barang siapa bertakwa kepada Allah, niscaya Dia akan mengadakan baginya jalan keluar. Dan memberinya rezeki dari arah yang tidak disangka-sangka. Dan barang siapa bertawakal kepada Allah, niscaya Allah akan mencukupinya.”

-Q,S At-Talaq: 2-3-

“Usaha tanpa do’a adalah kesombongan, dan do’a tanpa usaha adalah kemalsan”

-imam Syafi’i

PERSEMBAHAN

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan kesehatan, rahmat dan hidayah, sehingga peneliti masih diberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini, sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana. Walaupun jauh dari kata sempurna, namun peneliti bangga telah mencapai pada titik ini, yang akhirnya skripsi ini bisa selesai diwaktu yang tepat. Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Terkhusus kepada dua orang hebat dalam hidup saya Ayah Tukiran dan Ibu Intarti, mereka lah yang membantu mewujudkan mimpi saya sehingga bisa melanjutkan ke bangku perkuliahan ini, tidak pernah menuntut apapun karena selalu yakin dan percaya bahwa anaknya mampu melewati semua prosesnya bahkan sampai di tahap dimana skripsi ini akhirnya selesai. Terimakasih atas do'a, dukungan dan nasihat yang tiada hentinya kalian berikan kepada saya.
2. Saudari perempuanku satu-satunya Naim Matul Janah yang selalu memberi semangat saat saya merasa capek dengan semua hal yang ada di skripsi ini, dan akan selalu menjadi panutan bagi saya, untuk ketiga ponakan saya Devi, Angga, Valdi dan seluruh keluarga besar yang sudah memberikan dukungan, motivasi rasa keyakinan bahwa saya mampu melewati proses ini dengan segala keterbatasan dan rintangan yang ada.
3. Teman-teman saya yang selalu memberi dukungan, motivasi dan rasa percaya kepada saya: Eka Andreian Taupan, Masitho, Elmiza, Putri, Niza, Rini, Della, dan Yola serta adik-adik kamar 27 hafsah sebagai

teman sharing, berkeluh kesah dan berproses hingga masa-masa skripsi ini.

4. Terakhir, teruntuk diriku yang kusayangi, terima kasih sudah bekerja sama dengan baik dan bertahan sampai saat ini.

ABSTRAK

Siti Aminah (21631074) : Pengaruh Kualitas Layanan Dan Religiusitas Terhadap Kepuasan Menabung Generasi Muda Di Bank Syariah Melalui *BYOND By BSI*

Perkembangan teknologi digital telah meningkatkan pentingnya layanan perbankan berbasis aplikasi bagi generasi muda, yang dikenal sebagai "digital natives". Generasi ini menempatkan harapan tinggi terhadap kualitas layanan serta memperhatikan aspek religiusitas dalam pengambilan keputusan menabung di bank syariah.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan tingkat religiusitas terhadap kepuasan menabung generasi muda di bank syariah melalui layanan digital Byond BSI. Populasi penelitian adalah mahasiswa yang tinggal di mahad IAIN Curup sebanyak 378 orang, dengan sampel yang diambil sebanyak 79 responden yang memenuhi kriteria tertentu menggunakan purposive sampling. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dimana data yang digunakan data primer dengan dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan metode regresi berganda dan uji signifikansi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki nilai signifikan $0,007 < 0,05$ dan religiusitas memiliki nilai signifikan $0,000 < 0,05$, dan kualitas layanan dan religiusitas bernilai sig $0,000 < 0,05$ secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, di mana kualitas layanan berpengaruh lebih dominan.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Religiusitas, Kepuasan Menabung, Generasi Muda

DAFTAR ISI

JUDUL	i
PENGAJUAN SKRIPSI	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
MOTTO	ix
PERSEMBAHAN.....	x
ABSTRAK	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	15
C. Batasan Masalah.....	16
D. Rumusan Masalah	16
E. Tujuan Penelitian.....	17
F. Manfaat Penelitian	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	25
A. Teori Terkait Dengan Variabel Penelitian.....	25
B. Kerangka Berfikir.....	52
C. Hipotesis Penelitian.....	53
BAB III METODE PENELITIAN	57
A. Metode Penelitian.....	57
1. Jenis Penelitian	57
2. Populasi Dan Sempel.....	57
3. Lokasi Penelitian	59
4. Instrumen Penelitian	60
5. Teknik Pengumpulan Data	62
6. Teknik Pengelolaan Data	63

BAB IV TEMUAN HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	71
A. TEMUAN HASIL PENELITIAN.....	71
B. PEMBAHASAN	105
C. IMPLIKASI PENELITIAN	111
BAB V PENUTUP	116
A. Kesimpulan	116
B. Saran.....	117
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Bank Syari'ah Terbesar Di Indonesia.....	10
Gambar 1.2 Komposisi Penduduk Indonesia Berdasarkan Umur.....	12
Gambar 3.1 Kerangka Berfikir.....	52
Gambar 4.1 Logo Bank Syari'ah Indonesia.....	71
Gambar 4.2 Logo BSI Mobile.....	75
Gambar 4.3 Logo BYOND by BSI.....	78
Gambar 4.4 Gambar 7. 4 Usia.....	85
Gambar 4.5 Gambar 8.5Jenis Kelamin	85
Gambar 4.6 Distribusi Nilai rtabel signifikasi 5% dan 1%.....	93
Gambar 4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas	99

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Komposisi pemuda Indonesia berdasarkan jenis kelamin.....	13
Tabel 1.2 Komposisi pemuda Indonesia berdasarkan lokasi	13
Tabel 1.3 Jumlah santri Mahad IAIN Curup	14
Tabel 3.1 Tabel Skala Likert	61
Tabel 4.1 Data Respondent	81
Tabel 4.2 Bobot Skor Skala Likert.....	87
Tabel 4.3 Kategori Pencapaian Responden.....	88
Tabel 4.4 Hasil jumlah jawaban pertanyaan X1 Per item	89
Tabel 4.5 Hasil jumlah jawaban pertanyaan X2 Per item	90
Tabel 4.6 Hasil jumlah jawaban pertanyaan Y Per item	91
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas X1.....	94
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas X2.....	94
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Y.....	95
Tabel 4.10 Hasil Uji Reabilitas	94
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas.....	97
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	98
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	100
Tabel 4.14 Hasil Uji t (Persial).....	102
Tabel 4.15 Hasil Uji F (simultan).....	103
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi (R ²)	104

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Industri keuangan selalu mengalami perkembangan, dan perbankan syariah adalah salah satu contohnya. Sektor perbankan syariah di Indonesia masih mengalami pertumbuhan yang cukup pesat, baik dari sisi penghimpunan dana masyarakat maupun dari sisi penyaluran pembiayaan. Meskipun bank syariah telah hadir dalam industri perbankan nasional selama tiga dekade terakhir, belum terlihat peningkatan yang signifikan dalam ukurannya. Bank konvensional masih mendominasi industri perbankan Indonesia, yang mayoritas penduduknya beragama Islam. Ada banyak faktor yang memengaruhi hal itu terjadi.¹

Faktor-faktor ini mencakup lokasi bank syariah yang tidak strategis, tingkat kepercayaan masyarakat yang rendah, dan kurangnya promosi dan layanan bank syariah. Sampai akhir tahun 2020, *market share* bank syariah di Indonesia masih kurang dari 6,5%. Dibandingkan dengan 5% pada 2017, Ini menunjukkan pertumbuhan yang lamban. Jumlah aset bank syariah tidak meningkat secara signifikan selama empat tahun. Karena tingkat pertumbuhan nasabah yang lebih rendah dibandingkan dengan bank konvensional, Karena tingkat pertumbuhan nasabah yang lebih rendah dibandingkan dengan bank

¹ Musyaffa and Iqbal “Pengaruh Religiusitas, Kualitas Layanan, Dan Promosi Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah” *Perbanas Journal of Islamic Economics & Business*, Vol. 2, No. 2, tahun 2022, 167

konvensional, pangsa pasar bank syariah dikategorikan rendah dibandingkan dengan bank konvensional.²

Namun Industri perbankan memanfaatkan kemajuan teknologi yang pesat untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan. Dengan beralih ke sistem otomatis, perbankan memanfaatkan kemajuan teknologi untuk mempercepat dan mempermudah proses bisnis mereka. Selain itu, mereka mulai meningkatkan layanan mereka sehingga pelanggan dapat menggunakan berbagai fitur perbankan secara mandiri tanpa harus pergi ke bank. Ini adalah layanan digital. Kemajuan teknologi telah memengaruhi pertumbuhan *e-business* dan *e-banking*, salah satunya adalah peluncuran produk mobile banking. Mobile banking adalah salah satu kemajuan teknologi yang paling memengaruhi pasar karena merupakan layanan digital yang paling praktis dan diminati banyak orang.³

Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah salah satu bank yang menerapkan layanan mobile banking untuk memudahkan transaksi keuangan nasabahnya. Diproyeksikan sebagai layanan prima yang ditawarkan oleh Bank BSI, produk mobile banking ini diharapkan dapat memberikan layanan terbaik dan menjamin transaksi aman. Nasabah tidak hanya dapat melakukan transaksi finansial dengan BSI Mobile, tetapi BSI Mobile juga menawarkan layanan islami untuk nasabah. seperti mengaji juz amma, memantau waktu sholat, membeli hewan qurban, dan membayar zakat. Nasabah tidak perlu lagi mengunjungi kantor perbankan atau ATM untuk melakukan transaksi tersebut.

² Musyaffa and Iqbal, 168

³ Samsudin et al., "Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan Melalui BSI Mobile pada Bank Syariah Indonesia." *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 1164

BSI *Mobile* memungkinkan pelanggan melakukan transaksi dengan lebih mudah dan lebih efisien, sehingga pelanggan dapat melakukan transaksi secara mandiri. Memenuhi semua kebutuhan nasabah secara finansial, sosial, dan spiritual, BSI *Mobile* akan menjadi salah satu aplikasi perbankan terlengkap dan paling praktis. Hal ini akan memberikan kualitas layanan yang lebih baik lagi.⁴ Beberapa layanan BSI *Mobile* termasuk Informasi, Rekening, Tranfer, berbagai Ziswaf, Fitur Favorit, Layanan Islami, Pembelian, Pembayaran, dan E-mas.⁵ Seiring dengan peluncuran aplikasi *BYOND* oleh Bank Syariah Indonesia (BSI), Banyak nasabah telah beralih dari BSI *Mobile* ke *BYOND*. Aplikasi baru ini memiliki fitur yang lebih lengkap dan pengalaman pengguna yang lebih baik, yang memungkinkan nasabah melakukan transaksi perbankan dengan lebih cepat dan efisien. Perpindahan ini merupakan tanggapan atas kebutuhan nasabah yang semakin meningkat akan layanan perbankan digital yang inovatif dan responsif.

Salah satu cara untuk memberikan kesan positif kepada pelanggan tentang produk dan layanan bank adalah melalui pelayanan yang baik. Pelanggan akan merasa dihargai dan hak-haknya tidak diabaikan, dan mereka akan merasa puas sebagai pengguna atau nasabah layanan bank. Kesuksesan sebuah bisnis bergantung pada kepercayaan dan kepuasan pelanggannya. Semakin banyak bank yang beroperasi di Indonesia, semakin ketat persaingan di industri perbankan. Akibatnya, perbankan diminta untuk beradaptasi dengan

⁴ Samsudin et al., 1164

⁵ Aziz, Mukhsinun, and Lestari, "Analisis terhadap Manfaat Penggunaan Layanan Mobile Banking Bagi Nasabah Bank Syariah Indonesia (Bsi) Kcp Gombang Kebumen", *Journal of Management, Economics, and Entrepreneur*, 288

perkembangan dan perilaku Masyarakat.⁶ Bank syariah didirikan sebagai tanggapan atas tuntutan dari sejumlah pihak yang ingin transaksi keuangan dilakukan sesuai dengan etika dan aturan syariah Islam, terutama yang berkaitan dengan riba, *spekulasi*, dan *gharar*. Bank syariah adalah jenis lembaga keuangan yang tidak melakukan transaksi dengan bunga.

Menurut Tjiptono, kualitas layanan pelanggan merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan keberhasilan bank, karena layanan pelanggan sangat bergantung pada kualitasnya. Di perusahaannya, karena layanan pelanggan sering bertemu dengan pelanggan dan berkomunikasi secara langsung dengan pelanggan langsung, terutama bank-bank di mana layanan pelanggan sering menjelaskan produk yang ditawarkan.⁷ Dalam penelitian yang dilakukan oleh Al Afifah, jika pelanggan merasa bahwa layanan yang mereka terima memenuhi atau melebihi harapan mereka, mereka akan puas, percaya, dan berkomitmen untuk menjadi pelanggan yang setia.⁸

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang didapatkan seseorang dari membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipersepsikan dengan ekspektasi. Jadi, apakah pelanggan puas atau tidak sangat bergantung pada kinerja produk. Menurut Mowendan Minor, kepuasan pelanggan adalah keseluruhan perasaan pelanggan terhadap barang dan jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya. Ini adalah peringkat pasca-

⁶ Fandy Tjiptono, *Service Management: "Mewujudkan Layanan Prima"* (Yogyakarta: Andi, 2012), 14.

⁷ Muhammad Vadly Azhar Lubis, "*Analisis Minat Nasabah pada Penggunaan Aplikasi BSI Mobile Dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*", skripsi, (Medan, Universitas Sumatera Utara, 2021), 1.

⁸ Faisal Podo, "*Layanan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Palopo*", skripsi, (Palopo, STAIN Palopo 2016), 1-2.

seleksi yang dihasilkan dari keputusan dan pengalaman pembelian tertentu saat menggunakan atau menggunakan barang atau jasa tertentu.⁹

Kualitas pelayanan adalah perwujudan usaha untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dengan sebaik mungkin sesuai dengan harapan, ketepatan waktu, dan elemen lain dari keinginan dan kebutuhan pelanggan. Ini menjadikannya unggul dibandingkan dengan pesaing. Teori yang menunjukkan betapa pentingnya presentasi layanan dalam pemasaran dan manajemen layanan sering kali berfokus pada bagaimana layanan disampaikan dan di terima oleh pelanggan. Teori Model 7P dalam Pemasaran Layanan: *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat), *Promotion* (Promosi), *People* (Orang).¹⁰

Aplikasi *BYOND* milik BSI dibuat untuk memudahkan transaksi perbankan, tetapi beberapa pengguna masih bingung saat menggunakannya. Antarmuka pengguna yang tidak mudah dipahami merupakan masalah utama yang sering dilaporkan. Banyak nasabah mengalami kesulitan saat mencoba mengakses berbagai fitur yang tersedia, seperti melakukan transfer, membuka rekening, atau mendapatkan informasi tentang saldo.¹¹

Selain kualitas layanan, faktor religiusitas juga memainkan peran penting dalam keputusan masyarakat untuk bertransaksi di bank syariah. Dalam situasi ini, religiusitas seseorang mencerminkan sikap keagamaan mereka, yang dapat memengaruhi keinginan mereka untuk berinvestasi dalam lembaga keuangan

⁹ Hidayat, "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pengguna Internet Banking Terhadap loyalitas Nasabah bank Syariah Indonesia (Bsi Kalirejo)", *Jurnal nisbah* vol. 8 No. 1 Tahun 2022, 70-71.

¹⁰ Hidayat, 74

¹¹ Faiz Akbar Muhaimin, *Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Tabungan Haji Bsi Melalui Bsi Mobile Dengan Persepsi Risiko Sebagai Variabel Moderasi*, Skripsi, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 7.

yang mengikuti syariah. Studi menunjukkan bahwa keyakinan religius yang kuat dapat mendorong orang untuk berinvestasi dan menabung di bank syariah. Perbankan syariah muncul sebagai alternatif bagi masyarakat Indonesia yang ingin melakukan transaksi keuangan sesuai dengan ajaran Islam dan jauh dari berbagai bentuk transaksi ribawi. Masyarakat mulai memperhatikan perbankan syariah, bahkan akhirnya menjadi nasabahnya. Keinginan untuk menjadi nasabah perbankan syariah dapat datang dalam berbagai bentuk, termasuk keyakinan agama dan persepsi pribadi tentang perbankan syariah, salah satunya sikap religiusitas, Dimana Setiap orang memiliki tingkat pemahaman agama yang berbeda-beda, begitu juga dengan dorongan yang mendasari keputusan pribadi mereka.¹²

Religiusitas adalah representasi dari sikap keagamaan yang dipegang oleh seseorang. Religiusitas memiliki makna yang dalam bagi semua orang, karena di dalamnya terdapat pedoman hidup untuk mencapai kebahagiaan di dunia dan akhirat, seperti iman, syariat, dan akhlak. Religiusitas dapat ditemukan di berbagai aspek kehidupan. Aktivitas keagamaan bukan hanya tindakan ritual, atau ibadah, tetapi juga ketika kekuatan lain mendominasi.¹³ Jalaluddin dan Ramayulis, menjelaskan bahwa religiusitas, juga dikenal sebagai keberagaman, adalah keadaan dalam diri seseorang yang mendorong tindakan yang berkaitan dengan agama. Adanya konstinsensi antara kepercayaan terhadap agama sebagai komponen kognitif persamaan terhadap agama menyebabkan keberadaan. sebagai komponen konatif. Dalam perspektif keagamaan,

¹² Alwahidin and Afni “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia”, *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting* Vol 3, No 1, Tahun 2022, 57

¹³ Musyaffa and Iqbal, 168

komponen konatif, efektif, dan konatif saling berhubungan secara kompleks.¹⁴ Pakkawaru, Religiusitas adalah sikap hidup seseorang yang didasarkan pada nilai-nilai yang dianutnya. Dalam Islam, religiusitas sudah tersirat dalam ajaran agama secara kaffah atau secara keseluruhan. Jadi, religiusitas dapat didefinisikan sebagai kedalaman penghayatan keagamaan dan keyakinan seseorang terhadap ada tuhan yang diwujudkan dengan mematuhi perintah dan menjauhi larangan dengan keikhlasan hati dan dengan seluruh jiwa dan raga.¹⁵

Meningkatnya tingkat religiusitas kepercayaan seseorang akan mendorong mereka untuk menabung di bank syariah. Perilaku seorang pembeli dalam agama Islam harus berperilaku dengan cara yang mencerminkan hubungannya dengan Allah SWT. Mereka harus mengikuti batas-batas Allah dengan tidak membeli barang haram, tidak kikir, dan tidak tamak, agar mereka memiliki kesejahteraan baik di dunia maupun di akhirat.¹⁶ Seperti yang dinyatakan dalam surah An-nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ
مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ٢٩

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu”¹⁷

Inti kandungan Surat An-Nisa ayat 29, Allah melarang para hamba-Nya yang beriman dari memakan harta di antara mereka dengan cara yang salah, ini termasuk melakukan hal-hal seperti mencuri, memaksa, perjudian, atau

¹⁴ Alwahidin and Afni, 60

¹⁵ Alwahidin and Afni, 60

¹⁶ Musyaffa and Iqbal, 168

¹⁷ Kementerian Agama Republik Indonesia, Al-Qur'an dan Terjemahannya, (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019), 125.

memakan harta dengan cara yang hina. Mungkin juga termasuk memakan harta sendiri dengan sombong dan berlebihan, karena hal ini termasuk dalam kategori kebatilan dan bukan yang benar.¹⁸

Aktivitas beragama tidak hanya terjadi ketika seseorang melakukan perilaku ritual (beribadah), tetapi juga ketika seseorang melakukan aktivitas lain yang didorong oleh kekuatan lain. Hal ini bukan hanya terkait dengan religiusitas atau kesadaran yang dapat dilihat dengan mata serta aktivitas yang tidak dapat dilihat yang terjadi pada diri seseorang, muncul yang didasarkan pada keyakinan atau kepercayaan seseorang terhadap suatu agama.¹⁹ Banyak individu yang sangat religius belum menggunakan layanan perbankan syariah seperti Bank Syariah Indonesia (BSI). Meskipun keyakinan mereka mendorong mereka untuk menerapkan prinsip keuangan yang sesuai dengan ajaran Islam, ketidakpahaman mereka tentang barang dan jasa yang tersedia serta kurangnya pengetahuan tentang keuntungan menabung di bank syariah menjadi penghalang. Ini menunjukkan bahwa BSI memiliki peluang untuk meningkatkan pendidikan dan promosi untuk menarik klien potensial yang religius namun belum terlibat dalam sistem perbankan syariah.²⁰

Pola hidup masyarakat berubah 180 derajat sejak kasus pertama COVID-19 ditemukan di Indonesia pada tahun 2020. Kebijakan pembatasan sosial berskala besar (PSBB) yang diterapkan pemerintah menyebabkan orang beralih dari aktivitas tatap muka ke aktivitas jarak jauh. Ketergantungan masyarakat pada internet dan perangkat teknologi semakin besar. Hal ini juga

¹⁸ Alwahidin and Afni, 58

¹⁹ Alwahidin and Afni, 58

²⁰ Alwahidin and Afni, 58

mempengaruhi industri perbankan, yang melakukan lebih banyak transaksi melalui saluran digital.²¹ Selain itu, bank syariah pelat merah BRI Syariah, Bank Mandiri Syariah, dan BNI Syariah digabungkan menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI) pada saat pandemi COVID-19. Salah satu upaya pemerintah untuk mendorong industri jasa keuangan syariah di Indonesia adalah merger ini. Peningkatan volume transaksi di kanal digital BSI sebagai akibat dari penggabungan ini. Sepanjang triwulan pertama 2021, volumenya mencapai 40,85 triliun, dan naik secara umum sebesar 43,3% yoy hingga Maret 2021. Jumlah transaksi pendukung lainnya berasal dari BSI Mobile sebesar 42%, i-banking sebesar 24%, kartu debit/kredit sebesar 17%, dan ATM sebesar 14%. Dari presentasi tersebut, terlihat bahwa BSI Mobile paling banyak mengalami peningkatan volume transaksi selama pandemi covid-19.²²

BSI merupakan bank syariah terbesar di Indonesia yang terbentuk dari penggabungan tiga bank syariah milik BUMN, yaitu PT Bank Syariah Mandiri, PT Bank BNI Syariah, dan PT Bank BRI syariah Tbk. OJK mengeluarkan izin merger ketiga bank syariah tersebut pada 27 Januari 2021.²³ Sebagai bank syariah terbesar di Indonesia, BSI melaporkan bahwa hingga Juni 2024, 97,9% nasabahnya telah menggunakan layanan digital BSI untuk transaksi keuangan (Bank Syariah Indonesia, 2024b). Selain itu, berdasarkan jumlah aset yang

²¹ Nugroho and Pudjihardjo, "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Ketersediaan Fitur Dan Literasi Keuangan Terhadap Preferensi Konsumen Menggunakan Bsi Mobile." *Islamic Economics And Finance In Focus*, 136

²² Rr. Aryani Yakti Widyastuti, "Sah OJK Keluarkan Izin Marger 3 Bank Syariah BUMN" <https://bisnis.tempo.co/read/1427206/sah-ojk-keluarkan-izin-merger-3-bank-syariah-bumn>

²³ *Data nasabah bank Bsi dari 2021-juni 2024*, <https://ir.bankbsi.co.id/misc/AR/AR2023ID.pdf>

dimiliki selama kuartal pertama tahun 2024, Bank BSI menjadi bank syariah terbesar di Indonesia.²⁴

Gambar 1.1 Bank Syari'ah Terbesar Di Indonesia



Sumber: (GoodStats.id)

Lubis mengatakan bank bsi Dengan aset sebesar Rp. 357,90 Triliun, BSI, bank syariah terbesar, memiliki potensi besar untuk meningkatkan layanan melalui produk-produk yang mereka miliki. Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang semakin terhubung dengan teknologi, Bank Syariah Indonesia (BSI) terus berinovasi dalam menyediakan layanan perbankan digital yang semakin mudah bagi nasabah.

Aplikasi mobile smartphone dan handphone menggunakan teknologi saluran *via wireless* untuk mendukung layanan mobile banking. Generasi milenial dikenal sebagai kelompok yang melek akan teknologi, dan adaptasi teknologi ini terkait dengan hal itu. Menurut BPS (Badan Pengurus Syari'ah),

²⁴ Faiz Akbar Muhaimin, 10

generasi milenial, juga dikenal sebagai generasi Y, lebih suka membelanjakan uang mereka untuk hal-hal konsumtif daripada untuk simpan atau investasi.²⁵ Hal ini mungkin disebabkan oleh perilaku konsumtif, karena Gen Z tidak banyak yang menabung atau berperilaku konsumtif. Hal ini disebabkan oleh perbedaan antara mereka, penduduk dan gaya hidup yang dipilih sebagai akibat dari permintaan media sosial dan pembelian impulsive.²⁶

Generasi Z juga disebut sebagai generasi mobile karena mereka lahir bersamaan dengan kemajuan teknologi dan melihat teknologi sebagai bagian dari diri mereka sendiri. Generasi Z lebih sering menggunakan teknologi, social media, dan alat tidak pasif, yang membedakannya dari generasi lain.²⁷ Untuk generasi muda yang akan membangun Indonesia di masa depan, mereka harus dipersiapkan. Pembangunan dan kemajuan bangsa yang mandiri, disiplin, hemat, dan cermat pada hidupnya diperlukan untuk mencapai hal itu. Perilaku harus diajarkan kepada siswa, terutama dalam hal rencana dan pengaturan keuangan.²⁸

Di Indonesia, sebuah survei yang dilakukan pada kuartal kedua tahun 2019 dan kedua tahun 2020 oleh Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) dan dilakukan oleh Indonesia Survery Center (ISC) menunjukkan bahwa jumlah orang yang menggunakan internet pada kuartal kedua tahun 2019 adalah 73,7% dari populasi. Jumlah ini setara dengan 196,7

²⁵ Fadhilah and Yuliafitri, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Bagi Hasil, Pendapatan, dan Kualitas Layanan Digital M-Banking Terhadap Keputusan Menabung Generasi Milenial Di Bank Syariah." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islami*, 620

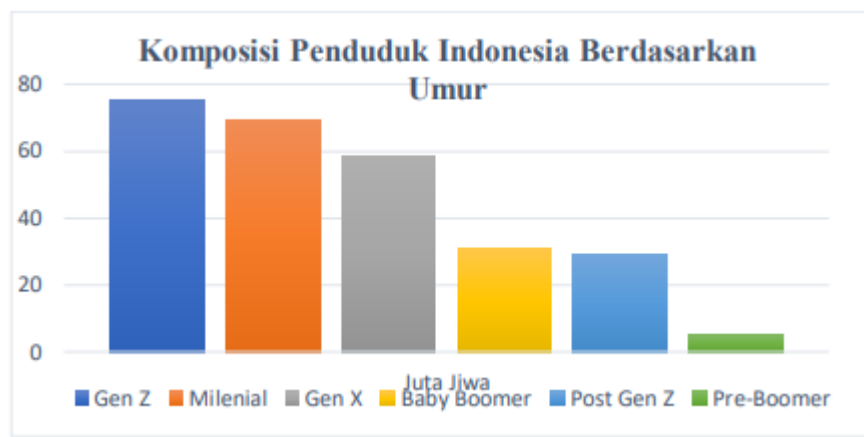
²⁶ Faiz Akbar Muhaimin, 7

²⁷ MM. N. Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2000), 3.

²⁸ Hastini and Fahmi, "Apakah Pembelajaran Menggunakan Teknologi dapat Meningkatkan Literasi Manusia pada Generasi Z di Indonesia", *jurnal manajemen informatika*, Vol. 10 No. 1, Tahun 2020, 13

juta pemakaian internet dengan populasi 266,9 juta menurut data BPS, dan 45 juta siswa di tahun akademik 2019/2020 menggunakan internet. Menurut fenomena yang terjadi, strategi yang paling tepat untuk menerapkan digital marketing untuk memperkenalkan perbankan syariah kepada generasi Z. Ini karena, dalam beberapa kasus, generasi Z sudah memiliki akses ke internet.²⁹

Gambar 1.2 Komposisi Penduduk Indonesia Berdasarkan Umur



Sumber: (GoodStats.id)

Berdasarkan riset di atas, untuk menarik minat masyarakat, terutama kalangan anak muda yang dikenal sebagai Generasi Z yang merupakan generasi paling mendominasi, penting bagi Bank BSI untuk memahami karakteristik dan perilaku mereka dalam berinteraksi dengan produk keuangan. Dengan demikian, bank dapat merumuskan strategi pemasaran yang efektif dan relevan, sehingga produk tabungan haji dapat lebih dikenal dan diminati oleh generasi

²⁹ Fransisca Christy Rosana, "Tak capai 10 persen, OJK sebut indeks literasi keuangan syariah masih rendah". <https://bisnis.tempo.co/amp/1424676/tak-capai-10-persen-ojk-sebut-indeksliterasi-keuangan-syariah-masih-rendah>

muda.³⁰ Komposisi pemuda berdasarkan jenis kelamin Pada tahun 2023, komposisi pemuda Indonesia berdasarkan jenis kelamin adalah.³¹

Tabel 1.1

Komposisi pemuda Indonesia berdasarkan jenis kelamin

NO	Jenis Kelamin	Keterangan
1	laki-laki	23,42%
2	Perempuan	22,94%

Sumber: Data diolah statistik pemuda Indonesia

Komposisi pemuda berdasarkan Lokasi Pada tahun 2023, komposisi pemuda Indonesia berdasarkan lokasi adalah:

Tabel 1.2

Komposisi pemuda Indonesia berdasarkan lokasi

NO	Tempat Tinggal	Keterangan
1	Perkotaan	23,89%
2	Perdesaan	22,2%

Sumber: Data diolah statistik pemuda Indonesia

Dalam penelitian ini, generasi muda, yang terdiri dari orang-orang berusia antara 18 dan 30 tahun, merupakan kelompok yang sangat penting untuk kemajuan ekonomi dan keuangan Indonesia. Mereka tidak hanya menjadi penerus negara tetapi juga sebagai agen perubahan, dengan kekuatan besar untuk memengaruhi tren dan perilaku keuangan masyarakat. Sebagai generasi

³⁰ Faiz Akbar Muhaimin, 6

³¹*Data statistik pemuda Indonesia 2023*

<https://www.bps.go.id/id/publication/2023/12/29/18781f394974f2cae5241318/statistik-pemuda-indonesia-2023,1>

yang tumbuh di era digital, generasi muda, yang disebut sebagai "*digital natives*", memiliki akses yang luas terhadap teknologi informasi dan komunikasi, dan mereka sangat akrab dengan penggunaan perangkat mobile dan aplikasi digital. Akibatnya, mereka lebih cenderung memilih layanan perbankan seperti BSI Mobile Banking karena kemudahan dan efisiensi yang mereka tawarkan, namun masih banyak juga dari mereka yang belum menggunakan kemudahan tersebut untuk layanan perbankan mereka sendiri.

Banyak dari anak Institut Agama Islam Negeri Curup (IAIN) terutama mahasiswa yang tinggal di mahad yang mempunyai Tabungan di BSI Dan juga bahkan mereka memakai aplikasi *BYOND by BSI* untuk transaksi sehari-hari mereka. Namun ada juga Sebagian dari mereka yang belum memakai aplikasi tersebut.

Tabel 1.3

Jumlah santri Mahad IAIN Curup

No	Jenis Kelamin	Jumlah
1	Laki-laki	57
2	Perempuan	321

Sumber: Tulus Mesyratul Mauliya (*Staf Mahad Al-Jami'ah IAIN Curup, 2025*)

Namun, banyak mahasiswa menyatakan belum menggunakan aplikasi *BYOND by BSI* dikarenakan, antarmuka aplikasi ini kadang-kadang membingungkan dan sulit digunakan. Jika fitur aplikasi tidak jelas, pelanggan mungkin frustrasi dan memilih menggunakan layanan bank konvensional yang lebih familiar bagi mereka. Keterlambatan dalam penyelesaian transaksi adalah

masalah lain yang sering dikeluhkan. Kecepatan dan efisiensi layanan menjadi sangat penting dalam dunia perbankan digital. Klien dapat kehilangan kepercayaan pada layanan jika transaksi tidak dilakukan dengan cepat atau informasi saldo tidak diperbarui. Selain itu, pengalaman pengguna menjadi lebih buruk jika ada respons layanan pelanggan yang terbatas saat terjadi kendala dalam penggunaan aplikasi.³²

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang bagaimana Kualitas Layanan dan Religiusitas Terhadap Kepuasan Menabung Generasi Muda di Bank Syari'ah Melalui BYOND by BSI oleh karena itu peneliti mengambil penelitian dengan judul “***Pengaruh Kualitas Layanan Dan Religiusitas Terhadap Kepuasan Menabung Generasi Muda Di Bank Syari'ah Melalui BYOND By BSI***”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan pada paragraph sebelumnya, maka peneliti mengidentifikasi masalah-masalah yang ada pada latar belakang. Adapun masalahnya:

1. Bagaimana kualitas layanan yang diberikan oleh Bank Syari'ah, terutama melalui aplikasi BYOND by BSI, mempengaruhi kepuasan generasi muda dalam menabung
2. Apa religiusitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan generasi muda untuk menabung di Bank Syari'ah, khususnya melalui BYOND by BSI

³² Faiz Akbar Muhaimin, 16

3. Sejauh mana kemudahan yang ditawarkan oleh BYOND by BSI berkontribusi terhadap keputusan generasi muda untuk menabung di Bank Syari'ah

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah agar peneliti dapat terarah tidak terlalu luas jangkauan dan dapat mendalam maka penelitian ini dibatasi dengan:

1. Variabel yang akan diteliti ialah kualitas layanan dari BYOND by BSI sehingga dapat menarik generasi muda untuk menabung di bank syari'ah, dan Tingkat religiusitas seseorang sehingga memilih menabung di bank syari'ah
2. Objek yang diteliti yaitu para generasi muda yang kuliah di kampus IAIN Curup tinggal di mahad yang menabung di bank Bsi dan juga yang memakai aplikasi BYOND by BSI

D. Rumusan Masalah

1. Apakah Kualitas Layanan berpengaruh terhadap kepuasan generasi muda menabung menggunakan BYOND by BSI?
2. Apakah Religiusitas berpengaruh terhadap kepuasan generasi muda menabung menggunakan BYOND by BSI?
3. Apakah Kualitas Layanan dan Religiusitas secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan generasi muda menabung menggunakan BYOND by BSI?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka dapat kita Tarik bahwa tujuan dari penelitian ini yakni:

1. Untuk mengetahui Apakah Kualitas Layanan berpengaruh terhadap kepuasan generasi muda menabung menggunakan BYOND by BSI
2. Untuk mengetahui Apakah Tingkat Religiusitas berpengaruh terhadap kepuasan generasi muda menabung menggunakan BYOND by BSI
3. Untuk mengetahui Apakah Kualitas Layanan dan Tingkat Religiusitas secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan generasi muda menabung menggunakan BYOND by BSI

F. Manfaat Penelitian

Jika dalam penelitian ini peneliti dapat berhasil semaksimal mungkin, agar dapat memberikan manfaat kepada para pihak yang berkepentingan, baik dari segi teoritis maupun praktisnya. Berkenaan dengan manfaat penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini sebagai upaya untuk memberikan pengetahuan tentang Pengaruh Kualitas Layanan dan Religiusitas Terhadap Kepuasan Generasi Muda Menabung Menggunakan BYOND by BSI.

2. Manfaat Praktis

Sebagai masukan bagi pembaca, Masyarakat, serta orang-orang yang membutuhkan sehingga dapat diambil langsung manfaat dan dapat memberikan Solusi terhadap permasalahan dalam praktik Pengaruh Kualitas

Layanan dan Religiusitas Terhadap Kepuasan Menabung Generasi Muda Di Bank Syari'ah Melalui BYOND by BSI.

3. Manfaat bagi peneliti

Fokus penelitian ini adalah untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang dunia bank syariah dan mengkaji alasan mengapa Generasi Z tertarik untuk menabung di perbankan syariah.

E. Tinjauan Kajian Terdahulu

Berdasarkan pendapat peneliti agar tidak terjadinya persamaan penelitian, maka ada beberapa kajian terdahulu yang dilakukan, berikut hasil penelitian terdahulu:

1. Teuku Muhammad Rizki Busyra, Pengaruh Kualitas Pelayanan Mobile Banking Perbankan Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah Di Aceh Studi Kasus Bank Syariah Indonesia (BSI), Jurnal Inovasi Mikro Ekonomi Vol. 6 No. 1 April 2024.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan mobile banking perbankan syariah terhadap kepuasan nasabah di Aceh, dengan fokus pada studi kasus Bank Syariah Indonesia (BSI), Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah metode Importance Performance Analysis (IPA) dan Customer Satisfaction Index (CSI). Penelitian ini melibatkan pengambilan sampel sebanyak 100 responden melalui kuesioner yang disebarakan menggunakan Google Form.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Customer Satisfaction Index (CSI) sebesar 71,40%, yang dikategorikan sebagai puas. Namun, terdapat

gap antara harapan dan kepuasan yang rata-rata sebesar -0,456, yang berarti layanan mobile banking yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) masih belum sesuai dengan harapan nasabah. Variabel yang sangat penting untuk ditenahi adalah jaminan BSI atas data nasabah, keamanan data transaksi, dan jaminan pengembalian dana jika ada nasabah yang kehilangan.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti Penelitian ini berfokus pada analisis kualitas pelayanan mobile banking yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) dan dampaknya terhadap kepuasan nasabah di Aceh. Tujuannya adalah untuk mengetahui variabel-variabel yang perlu diperbaiki oleh BSI serta mengukur sejauh mana gap antara layanan digital yang disediakan dan kepuasan yang dirasakan oleh nasabah. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan Penelitian ini secara khusus meneliti pengaruh kualitas layanan dan religiusitas terhadap kepuasan menabung generasi muda di Bank Syari'ah melalui BSI Mobile Banking. Ini memberikan fokus yang lebih spesifik pada interaksi antara kualitas layanan dan religiusitas dalam konteks generasi muda.

2. **Fadhilah Oktariani, *Pengaruh Fitur Layanan Dan Keamanan Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Pada Bank Syariah Indonesia Kc Palembang Demang Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital, Vol. 01 No. 03 Edisi 2024.**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis atau mengetahui bagaimana pengaruh Fitur Layanan dan Keamanan terhadap Kepuasan Nasabah menggunakan Mobile Banking dengan Kepercayaan sebagai variabel intervening pada Bank Syariah Indonesia KC Palembang Demang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah yang menggunakan mobile banking BSI dengan jumlah informasi nasabah yang diperoleh dari BSI Demang sebanyak 13.584 pengguna.

Hasil dari penelitian ini Fitur layanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah menggunakan mobile banking pada bank syariah Indonesia. Berdasarkan hasil pernyataan primer bahwa nasabah merasa fitur layanan tidak mempengaruhi kepuasan nasabah. Hal ini dikarenakan masih banyak nasabah yang mengeluhkan akibat kelambatan BSI Mobile seperti susahnya loading saat melakukan transaksi, aplikasi yang sering ngelag.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan, penelitian ini fokus utama dari penelitian ini adalah pada Pengaruh Fitur Layanan Dan Keamanan Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Pada Bank Syariah Indonesia Kc Palembang Demang. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan penelitian ini secara khusus mempertimbangkan kualitas layanan terhadap kepuasan menabung generasi muda di Bank Syari'ah melalui BSI Mobile Banking, dan religiusitas sebagai variabel penting yang mempengaruhi kepuasan.

3. Acep Samsudin, *Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan Melalui BSI Mobile pada Bank Syariah Indonesia, Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam Vol 4 No 5 2023.*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui layanan BSI Mobile dalam upaya peningkatan kualitas layanan di wilayah BSI Kota Surabaya. Metode yang digunakan dalam penulisan ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan mengumpulkan data melalui observasi penulis.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa BSI Mobile merupakan super application yang dimiliki oleh BSI karena tidak hanya memiliki fitur transaksi tetapi juga menyediakan fitur syariah yang dapat memudahkan nasabah dalam bertransaksi. BSI Mobile dapat digunakan nasabah bertransaksi secara mandiri melalui BSI Mobile tanpa harus datang ke cabang bank atau ATM. Selain itu, keberadaan BSI Mobile mengurangi antrian nasabah di banking hall, meningkatkan jumlah transaksi melalui e-channel BSI dan menjadikan kualitas layanan efektif dan efisien.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti peneliti berfokus pada Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan Melalui BSI Mobile pada Bank Syariah Indonesia. Sedangkan peneliti yang akan dilaksanakan lebih pada wujud variabel X yang tidak sama, perbedaan berikutnya tentang lokasi penelitian yang dilaksanakan oleh penelitian berbeda dengan penelitian sebelumnya, dan penelitian yang akan diteliti lebih fokus pada kualitas layanan dan religiusitas terhadap kepuasan menabung generasi muda di bank BSI melalui Bsi Mobile Banking.

4. **Juli Darma Yanti, *Pengaruh Literasi Keuangan Syari'ah, Religiusitas Terhadap Minat Generasi Z Menggunakan Asuransi Syari'ah*, Maro Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis Volume 7, Nomor 2, November 2024.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana keyakinan agama generasi Z dan literasi keuangan syariah memengaruhi keinginan mereka untuk menggunakan asuransi syariah. Sumber data untuk penelitian ini adalah generasi Z di Kota Padang; analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik analisis regresi dan alat uji analisis SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa jika generasi Z lebih memahami keuangan syari'ah, mereka juga akan lebih tertarik untuk menggunakan asuransi syari'ah. Faktanya, dari 130 responden penelitian, mayoritas tidak memiliki asuransi syari'ah, meskipun resiko masa depan tidak bisa dihindari. Generasi Z memiliki nilai religiusitas yang tinggi, tetapi mereka mengabaikan produk syari'ah, terutama asuransi syari'ah.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti peneliti berfokus lebih menekankan pada pengaruh literasi keuangan syari'ah dan religiusitas terhadap keinginan Gen Z untuk membeli asuransi syari'ah. Di sisi lain, penelitian ini akan menekankan kualitas layanan dan religiusitas terhadap kepuasan menabung generasi Z di Bank BSI melalui BSI Mobile Banking.

5. **Erna Kartika Sari, *Pengaruh Religiusitas, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Muamalat***

Indonesia Kcp Madiun, Jurnal Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi.

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan secara empiris pengaruh religiusitas, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas nasabah di salah satu bank yang ada di kota Madiun. Pada Bank Muamalat KCP Madiun. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan menggunakan program SPSS versi 24. Penelitian ini dilakukan pada nasabah bank Muamalat KCP Madiun, dengan menggunakan teknik pengambilan sampel purposive. Sebanyak 312 responden diterima.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas memiliki pengaruh besar terhadap loyalitas nasabah; kualitas pelayanan memiliki pengaruh besar terhadap loyalitas nasabah; dan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh besar terhadap loyalitas pelanggan. Terhadap kesetiaan pelanggan.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti peneliti berfokus pada bagaimana religiusitas, layanan yang baik, dan kepuasan pelanggan memengaruhi loyalitas nasabah Bank Muamalat Indonesia. Sebaliknya, penelitian ini akan berfokus pada kualitas layanan dan religiusitas yang berpengaruh terhadap kepuasan menabung generasi muda di Bank Syariah Indonesia (BSI) melalui BSI Mobile Banking.

6. **Faiz Akbar Muhaimin, *Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Tabungan Haji Bsi Melalui Bsi Mobile Dengan Persepsi Risiko Sebagai Variabel Moderasi,***

**Skripsi, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.**

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kualitas layanan elektronik dan kepercayaan terhadap minat menggunakan dengan persepsi risiko sebagai variabel moderating pada tabungan haji bank BSI. Penyebaran data dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada 135 responden yang telah memenuhi persyaratan melalui media google form yang ditentukan dengan teknik purposive sampling. Teknik analisis yang digunakan adalah Structural Equation Model (SEM) berbasis Partial Least Square (PLS) dengan bantuan software SmartPLS 4.0

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan elektronik berpengaruh terhadap intention to use. Begitu juga, kepercayaan berpengaruh terhadap intention to use. Kemudian persepsi risiko tidak mampu memoderasi pengaruh kepercayaan terhadap intention to use.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti peneliti berfokus pada kualitas layanan elektronik dan kepercayaan terhadap minat menggunakan dengan persepsi risiko sebagai variabel moderating pada tabungan haji bank BSI. Sebaliknya, penelitian ini akan berfokus pada kualitas layanan dan religiusitas yang berpengaruh terhadap kepuasan menabung generasi muda di Bank Syariah Indonesia (BSI) melalui BYOND by BSI. Dan menggunakan bantuan SPSS.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Teori Terkait Dengan Variabel Penelitian

1. Landasan Teori

1) Kualitas layanan

a. Pengertian kualitas layanan

Parasuraman dalam Hutasoit mengatakan bahwa teori kualitas pelayanan mencakup perbedaan antara apa yang diharapkan orang dari sebuah layanan dan apa yang sebenarnya mereka terima. Ketidakpuasan pelanggan muncul ketika harapan yang diharapkan lebih tinggi daripada hasil yang dicapai. Kualitas layanan Tidak hanya diukur/ditentukan pihak yang melayani yang menentukan kualitas pelayanan, tetapi juga pihak yang dilayani, karena merekalah yang menentukan kualitas layanan berdasarkan harapan mereka untuk memenuhi kepuasan mereka. Menurut Malayu, Kualitas pelayanan sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Pelayanan yang baik dan benar adalah jika pelayanan diberikan secara cepat, tepat, adil, ramah, dan menyenangkan bagi orang yang dilayani.¹

¹ Ahmad Hidayatullah and Ediyanto, “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Bank Bsi Area Basuki Rahmat Situbondo)”, *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, Vol. 1, No. 8, Agustus 2022: 1539-1549, 1451

Kualitas layanan merupakan nilai tambah yang dapat membuat seseorang membuat keputusan pembelian atau merasakan kepuasan pelanggan. Kualitas layanan yang baik akan mengantarkan pengguna atau calon pengguna kepada citra merek yang baik, karena kualitas layanan dapat membuat calon pengguna mengingat produk kita. Pengertian kualitas layanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu memenuhi ekspektasi pelanggan.²

Layanan kebutuhan akan perbankan syariah semakin meningkat. Jumlah layanan yang diperlukan untuk perbankan syariah semakin meningkat. Setiap hari, orang bertransaksi dengan perbankan syariah, baik untuk menabung, membayar tagihan, atau membeli barang di toko, dll. Pada akhirnya, layanan perbankan syariah sangat dibutuhkan, yang mendorong pengelola untuk memperluas jaringan mereka dengan mengembangkan berbagai macam barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan klien.³

b. Macam-macam layanan Bank

Bank dapat memenuhi kebutuhan keuangan pelanggan dengan berbagai jenis layanan. Berikut adalah beberapa contoh layanan umum yang ditawarkan oleh bank:

a) Layanan simpanan

² Yanto Hermawan., “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Smartphone Samsung di Bogor.”, *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* Vol. 9 No. 3, 2021, 642

³ Ahmad Hidayatullah and Ediyanto, 1541

- (1) Tabungan: Rekening yang digunakan untuk menabung dengan bunga yang diberikan oleh bank. Tabungan ini biasanya mudah diakses dan bisa digunakan kapan saja.
- (2) Deposito: Produk simpanan dengan jangka waktu tertentu yang menawarkan bunga lebih tinggi daripada tabungan biasa, namun dana tidak dapat ditarik sebelum jangka waktu yang ditentukan.
- (3) Rekening Giro: Digunakan untuk transaksi bisnis, rekening ini memungkinkan nasabah untuk menarik uang kapan saja dan memiliki fasilitas cek dan transfer.

b) Layanan pembiayaan/kredit

- (1) Kredit Konsumtif: Seperti Kredit Tanpa Agunan (KTA), yang memungkinkan nasabah meminjam uang tanpa perlu memberikan jaminan.
- (2) Kredit Pemilikan Rumah (KPR): Pembiayaan yang digunakan untuk membeli rumah atau properti.
- (3) Kredit Kendaraan Bermotor: Pembiayaan untuk membeli kendaraan, baik motor maupun mobil.
- (4) Kredit Usaha: Pinjaman yang diberikan untuk keperluan modal usaha atau pengembangan bisnis.

c) Layanan transaksi

- (1) Transfer Uang: Layanan untuk memindahkan dana dari satu rekening ke rekening lain, baik dalam negeri maupun internasional.

- (2) Pembayaran Tagihan: Layanan untuk membayar berbagai tagihan seperti listrik, air, telepon, kartu kredit, dan lain-lain.
- (3) Tarik Tunai: Penarikan uang tunai dari rekening melalui ATM atau teller bank.
- (4) Pemindah bukuan: Pemindahan dana antar rekening yang dimiliki oleh nasabah yang sama.

d) Kartu layanan

- (1) Kartu Debit: Kartu yang terhubung langsung dengan rekening tabungan nasabah untuk melakukan transaksi seperti belanja dan tarik tunai.
- (2) Kartu Kredit: Kartu yang memungkinkan nasabah untuk melakukan pembelian barang atau jasa dengan kredit yang nantinya harus dibayar kembali, baik secara penuh atau mencicil.
- (3) Kartu Prepaid: Kartu prabayar yang bisa diisi dengan sejumlah dana yang bisa digunakan untuk transaksi.

e) Layanan investasi

- (1) Reksa Dana: Bank menyediakan layanan untuk membeli produk investasi reksa dana yang dikelola oleh manajer investasi.
- (2) Saham dan Obligasi: Beberapa bank menyediakan fasilitas untuk membeli saham atau obligasi sebagai bentuk investasi.
- (3) Gold Savings: Menyediakan layanan investasi emas, baik dalam bentuk tabungan emas atau pembelian emas fisik.

f) Layanan perbankan digital

- (1) Mobile Banking: Aplikasi yang memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi perbankan melalui smartphone, seperti transfer, pembayaran tagihan, dan pengecekan saldo.
- (2) Internet Banking: Layanan yang memungkinkan nasabah mengakses rekening dan melakukan transaksi melalui situs web bank.
- (3) ATM: Mesin yang memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi seperti tarik tunai, transfer, dan pengecekan saldo tanpa harus ke teller.

g) Layanan asuransi

- (1) Asuransi Jiwa: Beberapa bank menawarkan produk asuransi jiwa, baik yang terhubung dengan tabungan atau produk lain.
- (2) Asuransi Kesehatan: Asuransi yang menanggung biaya kesehatan nasabah.
- (3) Asuransi Kendaraan dan Properti: Asuransi untuk melindungi kendaraan atau properti.

h) Layanan Foreign Exchange (Valas)

- (1) Pembelian dan Penukaran Valuta Asing: Layanan untuk menukar mata uang asing, biasanya diperlukan untuk perjalanan luar negeri atau transaksi internasional.
- (2) Kartu Kredit Valas: Kartu kredit yang memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi dalam mata uang asing.

i) Layanan Lainnya

(1) Safe Deposit Box: Layanan penyimpanan barang berharga di dalam brankas bank.

(2) Pengelolaan Keuangan: Beberapa bank menyediakan layanan perencanaan keuangan dan manajemen kekayaan untuk nasabah premium.

Untuk memenuhi kebutuhan finansial pribadi dan bisnis nasabah, bank menyediakan berbagai layanan yang dapat diakses secara online atau melalui aplikasi perbankan digital.⁴

c. **Karakteristik kualitas layanan**

Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Kemampuan penyedia jasa untuk memenuhi harapan pelanggan menentukan kualitas jasa. Karakteristik layanan adalah sebagai berikut:

1) *Tangible* (bukti nyata)

Konsumen melihat fasilitas fisik, peralatan, teknologi, dan materi komunikasi yang baik, menarik, dan terawat. Misalkan konsep dan Gedung bank syariah yang kontemporer dan tertata rapi dapat menunjukkan kualitas layanan yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan. Selain itu, konsumen juga melihat teknologi

⁴ Ahmad Hidayatullah and Ediyanto, 1542

yang digunakan oleh bank memengaruhi kualitas layanan yang diterima pelanggan.⁵

2) *Empathy* (empati)

Kesediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan. Setiap lapisan karyawan dari level manajemen atas (top management) sampai dengan level terbawah (staf) harus memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen. Setiap elemen dalam perusahaan mempunyai kewajiban memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen. Setiap karyawan harus mampu memberikan pelayanan yang tulus kepada nasabah, sehingga nasabah merasa nyaman dalam berinteraksi dengan Perusahaan.⁶

3) *Responsiveness* (daya tanggap)

Kemauan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan dari konsumen. Setiap keluhan dari konsumen harus langsung diberikan umpan balik, untuk mencegah ketidakpuasan konsumen. Misalkan, ada nasabah yang kesulitan dalam menulis slip transaksi, maka petugas pelayanan harus langsung tanggap dan membantu dalam menuliskan slip tersebut. Atau misalkan slip transaksi yang habis, maka petugas pelayanan harus langsung menyediakan kembali slip transaksi yang habis

⁵ Reni Aprilia, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Menabung Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo", skripsi, (IAIN Ponorogo 2021), 70.

⁶ Reni Aprilia, 70-71

tersebut, harus dihindari nasabah yang kecewa karena ketiadaan slip transaksi.⁷

4) *Reliability* (keandalan)

Kemampuan untuk memberikan jasa yang terpercaya, akurat, dan berulang. Suatu bisnis yang memiliki kemampuan untuk menyediakan layanan sesuai dengan akan memberikan kepuasan unik kepada pelanggan yang telah dijanjikan melalui promosi. Misalkan salah satu bank syariah mengatakan bahwa mereka akan memberikan kemudahan untuk bertransaksi di ATM bank lain tanpa biaya tambahan, maka janji tersebut harus transaksi dapat dilakukan melalui ATM bank lain tanpa biaya tambahan.⁸

5) *Assurance* (jaminan)

Perilaku karyawan dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan dapat memberikan rasa aman kepada pelanggannya. Selain itu, jaminan berarti bahwa para Karyawan harus menunjukkan kepada pelanggan bahwa perusahaan mampu memenuhi setiap janji yang dibuat kepada mereka dengan bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan.⁹

⁷ Reni Aprilia, 71

⁸ Reni Aprilia, 71

⁹ Reni Aprilia, 72

Indikator-indikator kualitas layanan

Sangat penting untuk menggunakan indikator-indikator kualitas layanan untuk menilai seberapa baik layanan yang diberikan kepada pelanggan atau konsumen. Beberapa indikator utama yang sering digunakan untuk mengukur kualitas layanan antara lain:¹⁰

- 1) Responsivitas: Waktu tunggu untuk mendapatkan layanan, baik di kantor fisik maupun melalui layanan online atau telepon.
- 2) Keandalan: Ketersediaan layanan dan kelancaran transaksi tanpa gangguan sistem.
- 3) Kepuasan Pelanggan: Tingkat kepuasan pelanggan yang diukur melalui survei atau umpan balik.
- 4) Ketaatan Syariah: Kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah dalam semua aspek operasional dan produk yang dijual.
- 5) Transparansi: Keterbukaan dan transparansi.

Bank dan lembaga layanan lainnya dapat menggunakan indikator-indikator diatas untuk menilai dan meningkatkan kualitas layanan yang mereka berikan kepada pelanggan mereka. Meningkatkan kualitas layanan akan membangun loyalitas pelanggan dan menghasilkan pengalaman pelanggan yang lebih baik.¹¹

¹⁰ Teuku Muhammad Rizki Busyra, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Mobile Banking Perbankan Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah Di Aceh Studi Kasus Bank Syariah Indonesia (BSI)”, *Jurnal Inovasi Mikro Ekonomi* Vol. 6 No. 1 April 2024, 28

¹¹ Teuku Muhammad Rizki Busyra, 29

Bentuk layanan yang berkualitas

Dalam industri perbankan, layanan berkualitas sangat penting untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan membangun hubungan jangka panjang yang menguntungkan. Layanan berkualitas mencakup berbagai elemen yang dapat meningkatkan pengalaman pelanggan. Berikut adalah beberapa contoh jenis layanan berkualitas yang biasa dilihat dalam industri perbankan:¹²

1) Layanan yang Cepat dan Efisien

Layanan yang diberikan secara cepat dan tanpa prosedur yang rumit yang dapat memakan waktu pelanggan. Contohnya adalah pembukaan rekening yang cepat dan mudah serta transaksi yang cepat seperti transfer atau penarikan tunai di ATM. Mengapa Berkualitas, Pelanggan menghargai layanan yang hemat waktu dan memudahkan mereka dalam memenuhi kebutuhan finansial mereka tanpa menunggu lama.

2) Akses Mudah melalui Teknologi

Akses yang mudah dan fleksibel ke layanan perbankan digital melalui platform digital seperti aplikasi perbankan mobile dan internet. Misalnya, pelanggan dapat melakukan transaksi seperti transfer uang, pembayaran tagihan, dan cek saldo dengan smartphone mereka. Mengapa Berkualitas, Layanan perbankan digital yang baik memberikan kenyamanan dan memudahkan

¹² Fadhillah Oktariani, "Pengaruh Fitur Layanan Dan Keamanan Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Pada Bank Syariah Indonesia Kc Palembang Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening", *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital* Vol.01 No. 03 Januari-Maret 2024, 621

pelanggan mengakses layanan kapan pun mereka butuhkan, tanpa terbatas waktu.

3) Layanan Pelanggan yang Responsif

Bank harus memiliki tim layanan pelanggan yang melayani pelanggan dengan cepat dan profesional, baik melalui telepon, email, atau chat online. Contohnya adalah call center atau layanan bantuan online yang selalu tersedia untuk menjawab pertanyaan pelanggan atau membantu menyelesaikan masalah mereka. Mengapa berkualitas, karena ini akan membuat pelanggan merasa dihargai dan diutamakan, yang menghasilkan rasa percaya dan loyalitas.

4) Keamanan Transaksi yang Terjamin

Bank harus menyediakan sistem keamanan yang kuat untuk melindungi data dan transaksi nasabah. Contohnya termasuk penggunaan autentikasi dua faktor (2FA) untuk mengakses aplikasi mobile banking serta enkripsi data untuk melindungi informasi nasabah saat melakukan transaksi. Mengapa Kualitas, Nasabah sangat memperhatikan keamanan dalam industri perbankan. Mereka ingin memastikan bahwa dana dan data pribadi mereka aman.

5) Transparansi Informasi

Memberi informasi tentang produk dan layanan yang ditawarkan secara jelas, terbuka, dan mudah dipahami. Contohnya adalah memberikan informasi tentang biaya transaksi, suku bunga,

dan syarat produk secara transparan, serta memberikan pelanggan pemahaman yang jelas tentang risiko dan keuntungan produk yang mereka pilih. Mengapa Berkualitas, karena pelanggan tahu apa yang mereka bayar, bagaimana produk bekerja, dan apa yang mereka dapatkan darinya.

6) Personalisasi Layanan

Memberikan layanan yang dipersonalisasi untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi setiap pelanggan. Misalnya, mereka dapat menawarkan produk perbankan yang sesuai dengan profil pelanggan, seperti kartu kredit dengan fitur yang sesuai dengan gaya hidup mereka atau nasihat investasi yang sesuai dengan tujuan keuangan mereka. Mengapa bisa disebut berkualitas, karena Layanan yang dipersonalisasi meningkatkan pengalaman pelanggan dan membuat mereka merasa lebih baik tentang apa yang mereka lakukan.

7) Ketersediaan Layanan 24/7

Penyediaan layanan yang dapat diakses kapan saja, baik melalui layanan digital maupun saluran lainnya. Sebagai contoh, aplikasi mobile banking memungkinkan pelanggan melakukan transaksi 24 jam sehari, 7 hari seminggu, serta ATM yang selalu siap untuk penarikan dan transfer. Mengapa Berkualitas: Ketersediaan layanan yang tidak terbatas waktu memberikan kenyamanan dan fleksibilitas bagi pelanggan, terutama bagi mereka yang memiliki jadwal sibuk.

Dalam industri perbankan, layanan yang baik sangat bergantung pada pemahaman yang baik tentang kebutuhan pelanggan, penggunaan teknologi yang membuat pelanggan merasa nyaman, dan pengelolaan hubungan yang baik antara bank dan pelanggan. Layanan yang baik akan menarik pelanggan yang setia, meningkatkan reputasi bank, dan pada akhirnya mendorong pertumbuhan bisnis.¹³

Religiusitas

a. Pengertian religiusitas

Religiusitas dapat didefinisikan sebagai sikap hidup seseorang yang didasarkan pada nilai-nilai keagamaan yang dianutnya. Dalam Islam, religiusitas mencakup kedalaman penghayatan keagamaan dan keyakinan seseorang terhadap adanya Tuhan, yang diwujudkan dengan mengikuti perintah dan larangan agama dengan ikhlas dan dengan seluruh jiwa dan raga.¹⁴

Nurmaeni et al. Religiusitas ialah keadaan dalam diri seseorang yang mendorong mereka untuk berpikir, bersikap, berperilaku, dan bertindak sesuai dengan ajaran agama mereka. Parida Religiusitas adalah tingkat keterkaitan seseorang dengan agamanya. Setelah seseorang menginternalisasikan ajaran agamanya, agamanya dapat memengaruhi segala aspek hidupnya, termasuk komitmen untuk mengikuti ajarannya. Prinsip-prinsip yang diyakini telah ditetapkan oleh Allah SWT.

¹³ Fadhilah Oktariani, 623

¹⁴ Alwahidin and Afni, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia", *Journal of Economics and Accounting* Vol 3, No 1, Juli 2022, 59

Dalam hubungan interpersonal, religiusitas mencakup berbagai aspek kehidupan manusia. Loyalitas pelanggan terhadap bank syariah bergantung pada ketaatan terhadap prinsip syariah. Itu sejalan dengan pernyataan.¹⁵ Hal ini sejalan dengan pernyataan Mahfuz et al. Bahwa religiusitas dianggap sebagai bagian penting dari proses pengambilan keputusan, yang dapat mengarahkan pelanggan untuk berperilaku etis dan sesuai dengan syariat Islam, yang merupakan nasabah yang religius dan bernilai tinggi cenderung lebih senang menggunakan layanan bank berbasis syariah.¹⁶

Jalaluddin dan Ramayulis menyatakan untuk menjelaskan religiusitas atau keberagaman, religiusitas adalah keadaan dalam diri seseorang yang mendorong tindakan yang berkaitan dengan agama. Keberadaan ini terjadi karena adanya konstinsensi antara kepercayaan agama seseorang sebagai bagian dari persamaan agama secara kognitif. Dalam perspektif keagamaan, komponen konatif, efektif, dan konatif saling berhubungan secara kompleks.¹⁷ Pakkawaru menyatakan Religiusitas adalah sikap hidup seseorang yang didasarkan pada nilai-nilai yang dianutnya. Dalam Islam, religiusitas sudah tersirat dalam ajaran agama secara kaffah atau secara keseluruhan. Jadi, religiusitas dapat didefinisikan sebagai kedalaman penghayatan keagamaan dan keyakinan seseorang terhadap adanya tuhan yang diwujudkan dengan

¹⁵ Erna Kartika Sari, "Pengaruh Religiusitas, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Muamalat Indonesia Kcp Madiun", *Jurnal Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi* 5, 3

¹⁶ Erna Kartika Sari, 3

¹⁷ Erna Kartika Sari, 3

mengikuti perintah dan menentang larangan dengan penuh hati dan raga.¹⁸

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi religiusitas

Religiusitas adalah komponen yang memengaruhi keinginan untuk menabung di bank syariah. Sejalan dengan temuan penelitian sebelumnya. Menurut Nugroho, Hidayat, dan Kusuma, religiusitas dapat didefinisikan sebagai komitmen yang dapat dilihat dari perilaku seseorang yang berhubungan dengan agama, keyakinan, dan kepercayaan mereka.¹⁹

Religiusitas seseorang tidak hanya ditunjukkan dengan melakukan ibadah, tetapi juga melalui kegiatan pikiran dan kegiatan yang dapat dilihat. Rakhmat menyatakan bahwa religiusitas adalah suatu aspek dalam kehidupan seseorang yang mendorongnya untuk berperilaku sesuai dengan ajaran agama yang dia percayai dan yakini karena hal tersebut sesuai dengan ajaran-ajaran yang menentukan sikap dan perilaku seseorang. Dalam hal ini, Nugroho, Hidayat, dan Kusuma menemukan bahwa religiusitas dapat berdampak baik atau buruk pada perilaku klien yang menggunakan produk dan layanan bank syariah.²⁰

Menurut Reza faktor-faktor yang mempengaruhi religiusitas adalah adanya faktor intelektual, faktor psikologis, faktor sosial, faktor

¹⁸ Erna Kartika Sari, 3

¹⁹ Alwahidin and Afni, 60-61

²⁰ Alwahidin and Afni, 60-61

ritual keagamaan, dan faktor genetik biologis. Dimana faktor-faktor yang mempengaruhi religiusitas dijelaskan:

1. Faktor intelektual. Faktor ini diperoleh melalui proses pendidikan manusia pengetahuan tentang keagamaan dapat mempengaruhi seseorang dalam menjalankan keagamaannya.
2. Faktor psikologis. Seseorang yang mengalami kondisi psikologis sebagai akibat dari aktivitas keberagamaan kondisi psikologis yang dimaksud adalah perasaan batin yang muncul saat melakukan upacara keagamaan.
3. Faktor Sosial. Interaksi antar individu memengaruhi keberagamaan. Keberagamaan seseorang dipengaruhi oleh keluarga dan masyarakat mereka. Faktor pelaksanaan ritual keagamaan: Ketekunan dalam menjalankan ritual keagamaan memengaruhi keberagamaan seseorang.
4. Faktor genetik-biologis. Agama seseorang dipengaruhi oleh fitrah mereka, yang selalu menginginkan hubungan dekat dengan Tuhan-nya.²¹

c. Ruang lingkup religiusitas

Salman & Sahed menyatakan Agama Islam memiliki perspektif dunia yang berbeda dari agama lain. Karena itu, konstruk religiusitasnya berbeda. Perspektif agama adalah hubungan antara tuhan sebagai realitas tertinggi dan manusia sebagai ciptaan-Nya.

²¹ Alwahidin and Afni, 61

Menurut Glock dan Stark agama Individu akan mencakup berbagai aspek atau dimensi.

- a) Dimensi Keyakinan: Ini mencakup harapan bahwa orang religius berpegang teguh pada teologi tertentu dan mengakui bahwa doktrin dan doktrin tersebut benar.
- b) Dimensi Praktik Agama: Ini mencakup tindakan seperti pemujaan dan ketaatan serta cara orang menunjukkan komitmen mereka terhadap agama yang mereka anut.
- c) Dimensi Pengalaman: Dimensi ini membahas kenyataan bahwa setiap agama memiliki harapan tertentu.
- d) Dimensi pengetahuan agama mengacu pada keyakinan bahwa orang-orang yang beragama paling tidak memiliki pemahaman yang cukup tentang dasar-dasar pengetahuan dan keyakinan yang jelas berhubungan satu sama lain.²²

d. Karakteristik religiusitas

Faktor-faktor yang menunjukkan seseorang sebagai religius dapat berbeda-beda tergantung pada budaya dan individu tersebut, tetapi beberapa ciri umum yang menunjukkan religiusitas adalah sebagai berikut:

- 1. Keyakinan Spiritual: Orang-orang yang sangat religius biasanya memiliki keyakinan yang kuat terhadap Tuhan atau kekuatan supranatural dan mengikuti ajaran agama mereka.²³

²² Alwahidin and Afni, 61

²³ Musyaffa and Iqbal "Pengaruh Religiusitas, Kualitas Layanan, Dan Promosi Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah" *Perbanas Journal of Islamic Economics & Business*, Vol. 2, No. 2, tahun 2022, 168

2. Praktik Ibadah: Salah satu ekspresi religiusitas adalah melakukan aktivitas ritual dan ibadah, seperti shalat, puasa, dan merayakan hari-hari besar keagamaan.²⁴
3. Etika dan Moral: Orang-orang yang beragama cenderung mengikuti standar etika dan moral yang diajarkan agama mereka, seperti kejujuran, keadilan, dan saling menghormati.²⁵
4. Persepsi Terhadap Kehidupan: Religiusitas sering memengaruhi cara seseorang melihat hidup mereka, memberikan makna dan tujuan dalam kehidupan mereka, dan membantu mereka bangkit dalam situasi sulit.²⁶
5. Keterlibatan Sosial: Banyak orang religius berpartisipasi dalam kegiatan sosial yang berbasis agama, seperti membantu orang yang membutuhkan dan berpartisipasi dalam kegiatan komunitas.²⁷
6. Komunitas dan Identitas: Religiusitas seringkali terkait dengan komunitas keagamaan, memberikan identitas sosial dan rasa kepemilikan kepada anggota komunitas tersebut.²⁸
7. Pengalaman Spiritual: Beberapa orang yang sangat religius mengalami pengalaman spiritual yang mendalam. Pengalaman ini dapat berupa perasaan dekat dengan Tuhan, kedamaian batin, atau pencerahan.²⁹

²⁴ Alwahidin and Afni, 57

²⁵ Alwahidin and Afni, 58

²⁶ Musyaffa and Iqbal, 166

²⁷ Alwahidin and Afni, 60

²⁸ Alwahidin and Afni, 61

²⁹ Musyaffa and Iqbal, 166

8. Pengaruh terhadap Keputusan: Religiusitas seseorang memengaruhi keputusan mereka dalam berbagai aspek kehidupan mereka, seperti pilihan mereka tentang karir, uang, dan hubungan sosial.³⁰

Indikator-indikator religiusitas

Ada berbagai indikator religiusitas yang dapat digunakan, tergantung pada konteks penelitian dan metodologi yang digunakan. Namun, beberapa indikator yang paling umum digunakan termasuk:³¹

- 1) Ibadah Ritual: Keteraturan dan frekuensi ibadah wajib seperti shalat, puasa, zakat, dan haji.
- 2) Pengetahuan Agama: Tingkat di mana seseorang memahami dan memahami ajaran agama, yang mencakup kitab suci, hadis, dan prinsip-prinsip dasar agama.
- 3) Nilai dan Etika: Penerapan nilai-nilai agama seperti kejujuran, keadilan, dan kepedulian terhadap sesama dalam kehidupan sehari-hari.
- 4) Sikap Terhadap Agama: Sikap positif terhadap ajaran agama dan penerimaan terhadap norma-norma yang ditetapkan oleh agama.
- 5) Relasi Sosial: Hubungan dengan komunitas keagamaan dan dukungan sosial yang diperoleh dari lingkungan keagamaan.

³⁰ Alwahidin and Afni, 60

³¹ Erna Kartika Sari, 5

Indikator ini dapat digunakan untuk mengukur tingkat religiusitas seseorang dan bagaimana hal tersebut mempengaruhi perilaku dan keputusan mereka dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam hal keuangan dan perbankan syariah.³²

Kepuasan menabung

a. Pengertian kepuasan menabung

Kepuasan menabung didefinisikan sebagai tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Berbagai faktor yang memengaruhi interaksi pelanggan dengan bank, baik secara langsung maupun melalui platform digital seperti mobile banking, dapat memengaruhi tingkat kepuasan ini.³³

Teori kepuasan pelanggan menjelaskan bagaimana dan mengapa pelanggan merasa puas atau tidak puas dengan produk atau layanan. Teori ini mengidentifikasi berbagai faktor yang memengaruhi persepsi pelanggan dan memberikan ide tentang bagaimana bisnis dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Ketika pengalaman pengguna dengan produk atau layanan memenuhi atau melampaui ekspektasi pelanggan, disebut kepuasan pelanggan. Perasaan ini dapat bersifat positif (kepuasan) atau negatif (ketidakpuasan) tergantung pada

³² Erna Kartika Sari, 5

³³ Hidayat, "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pengguna Internet Banking Terhadap loyalitas Nasabah bank Syariah Indonesia (Bsi Kalirejo)", *Jurnal nisbah* vol. 8 No. 1 Tahun 2022, 59

seberapa baik produk atau layanan yang diterima sesuai dengan harapan.³⁴

Seiring dengan persaingan bisnis yang semakin ketat saat ini, semakin banyak pihak yang memperhatikan kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan. Memenangkan persaingan dengan memberikan nilai dan kepuasan pelanggan adalah kuncinya. Kepuasan pelanggan melalui barang dan jasa berkualitas tinggi. Konsumen puas jika pilihan yang dipilih sama atau melampaui harapan mereka. Sebaliknya, jika hasil tidak memenuhi harapan, konsumen tidak puas. Kepuasan adalah setiap hal yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan.³⁵

Kualitas barang dan jasa yang diinginkan pelanggan menentukan kepuasan pelanggan, jadi penting untuk memberikan jaminan kualitas. Bagi perbankan. Ada dua hal penting yang saling berhubungan dalam hal kepuasan pelanggan terhadap layanan: harapan pelanggan terhadap kualitas layanan (diharapkan) dan persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan. Klien selalu mempertimbangkan layanan yang mereka terima dibandingkan dengan apa yang mereka harapkan atau inginkan. Kualitas produk, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan sangat terkait. Tidak

³⁴Diah Dharmayanti, Analisis Dampak Service Performance Dan Kepuasan Sebagai Moderating Variable Terhadap Loyalitas Nasabah, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 1, No. 1, 37-38

³⁵ Kabarey and rina, "Pengaruh Kualitas Layanan Bri Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Bri Kantor Cabang Tobelo", *Jurnal UNIERA* Volume 17, Nomor 2, 4

ada gunanya produk berkualitas tinggi jika tidak diimbangi dengan layanan yang memadai.³⁶

b. Bentuk-bentuk kepuasan menabung

Ada beberapa bentuk kepuasan menabung nasabah berdasarkan faktor-faktor yang mencakup pengalaman dan persepsi pelanggan terhadap layanan dan produk bank.³⁷

- a) Keuntungan Fungsional, Ini berkaitan dengan seberapa baik layanan tabungan memenuhi kebutuhan dasar pelanggan, seperti seberapa mudah membuka rekening, menyetor, dan mengambil dana. Contohnya, ATM yang mudah diakses dan kecepatan transaksi.
- b) Kepuasan Emosional, Mencakup bagaimana pelanggan merasa setelah mendapatkan layanan yang baik. Contohnya, merasa dihargai oleh karyawan bank atau senang menggunakan produk perbankan.
- c) Kepuasan Kinerja, Berhubungan dengan bagaimana produk tabungan memenuhi harapan konsumen, seperti tingkat suku bunga yang kompetitif dan transparansi biaya. Sebagai contoh, jika pelanggan percaya bahwa suku bunga yang diberikan lebih tinggi dari yang diharapkan.
- d) Kepuasan Psikologis, Mengacu pada kepuasan yang terkait dengan merasa aman dan nyaman saat melakukan pembayaran. Ini mencakup keyakinan terhadap keamanan dana serta perlindungan simpanan.

³⁶ Kabarey and rina, 4-5

³⁷ Kabarey and rina, 6

- e) Kepuasan Nilai, Ini berkaitan dengan bagaimana pelanggan melihat nilai yang mereka dapatkan dari barang dan jasa dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan. Jika pelanggan merasa mendapatkan lebih banyak manfaat daripada biaya yang dibayarkan, pelanggan akan puas.
- f) Keuntungan Berdasarkan Layanan, Terkait dengan kualitas layanan bank, seperti responsivitas karyawan, komunikasi yang efektif, dan kemudahan mendapatkan informasi. Misalnya, pelanggan merasa puas jika mereka mendapatkan bantuan customer service dengan cepat saat mereka memiliki pertanyaan.
- g) Kepuasan Berdasarkan Teknologi, Penggunaan aplikasi perbankan mobile dan internet dapat meningkatkan kepuasan dalam perbankan digital. Klien puas jika aplikasi cepat, mudah digunakan, dan memiliki fitur yang cukup.
- h) Kepuasan Sosial, Berhubungan dengan hubungan bank dengan pelanggannya, termasuk bagaimana prinsip sosial dan etika bank sesuai dengan prinsip pelanggan. Misalnya, Kepuasan yang dihasilkan dari memilih bank syariah yang mematuhi peraturan Islam.

Setiap jenis kepuasan ini berkontribusi pada pengalaman menabung keseluruhan pelanggan, dan bank harus belajar dan meningkatkan setiap aspek untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.³⁸

³⁸ Kabarey and rina, 5

c. Model Kesenjangan (Gap Model)

Model ini dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry, dan menjelaskan lima kesenjangan yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan:

- a) Kesenjangan 1: Perbedaan antara harapan pelanggan dan persepsi manajemen tentang harapan tersebut. Jika manajemen tidak memahami harapan pelanggan, mereka mungkin gagal memenuhi kebutuhan tersebut.
- b) Kesenjangan 2: Perbedaan antara persepsi manajemen tentang harapan pelanggan dan spesifikasi layanan yang dirancang. Ini penting untuk memastikan layanan yang diberikan sesuai dengan ekspektasi.
- c) Kesenjangan 3: Perbedaan antara spesifikasi layanan dan layanan aktual yang diberikan. Kualitas layanan terutama dipengaruhi oleh keterampilan dan pelatihan karyawan.
- d) Kesenjangan 4: Perbedaan antara layanan yang diberikan dan apa yang dikomunikasikan kepada pelanggan. Komunikasi yang tidak akurat dapat menimbulkan harapan yang tidak realistis.
- e) Kesenjangan 5: Perbedaan antara harapan pelanggan dan persepsi pelanggan tentang layanan yang diterima. Ini merupakan kesenjangan terakhir yang secara langsung berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.³⁹

³⁹ Diah Dharmayanti, 42

d. Karakteristik kepuasan menabung

Karakteristik kepuasan menabung berikut dapat memengaruhi pengalaman pelanggan dengan layanan perbankan, terutama menabung di bank, berikut beberapa karakteristik kepuasan menabung:

a) Kualitas layanan

Layanan yang responsif, handal, dan profesional sangat memengaruhi kepuasan pelanggan. Kecepatan respons pelanggan, kemampuan petugas untuk menyelesaikan masalah, dan ketersediaan layanan online

b) Kepercayaan dan Keamanan

Pelanggan harus merasa aman bahwa dana mereka akan dijaga dengan baik karena kepercayaan bank memengaruhi kepuasan mereka. Penggunaan teknologi enkripsi untuk transaksi online, kebijakan yang melindungi dana nasabah, dan kredibilitas bank.

c) Nilai Tambah

Pelanggan mengharapkan bahwa produk menabung mereka akan menghasilkan nilai tambahan, yang dapat mencakup manfaat tambahan seperti bunga yang lebih tinggi atau fitur layanan khusus. Misalnya, Program loyalitas, potongan harga untuk layanan tertentu, atau produk tabungan dengan suku bunga lebih tinggi.

d) Fleksibilitas

Kemampuan untuk menyesuaikan tabungan dengan kebutuhan pelanggan, seperti kemudahan penarikan dan penyetoran, sangat penting untuk kepuasan pelanggan.

e. Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Beberapa faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan meliputi:⁴⁰

- a) Kualitas Produk dan Layanan: Memengaruhi persepsi pelanggan terhadap nilai yang diterima.
- b) Pengalaman Emosional: Interaksi dengan staf, keterlibatan emosional, dan pengalaman keseluruhan.
- c) Harga: Persepsi nilai dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan.
- d) Kepercayaan dan Keandalan: Memastikan pelanggan bahwa perusahaan dapat dipercaya dalam memberikan produk dan layanan.

f. Indikator-indikator kepuasan menabung

Dimungkinkan untuk menggunakan indikator kepuasan menabung untuk menentukan seberapa puas pelanggan dengan produk dan layanan bank. Berikut adalah beberapa indikator yang umum digunakan untuk menilai kepuasan menabung:⁴¹

- a) Fitur dan Kegunaan Produk: Atribut atau spesifikasi yang membedakan suatu produk dari produk lainnya.
- b) Transparansi: Menyediakan informasi yang jelas, terbuka, dan mudah diakses oleh pihak yang berkepentingan, seperti informasi saldo, jenis Tabungan, dan lainnya.

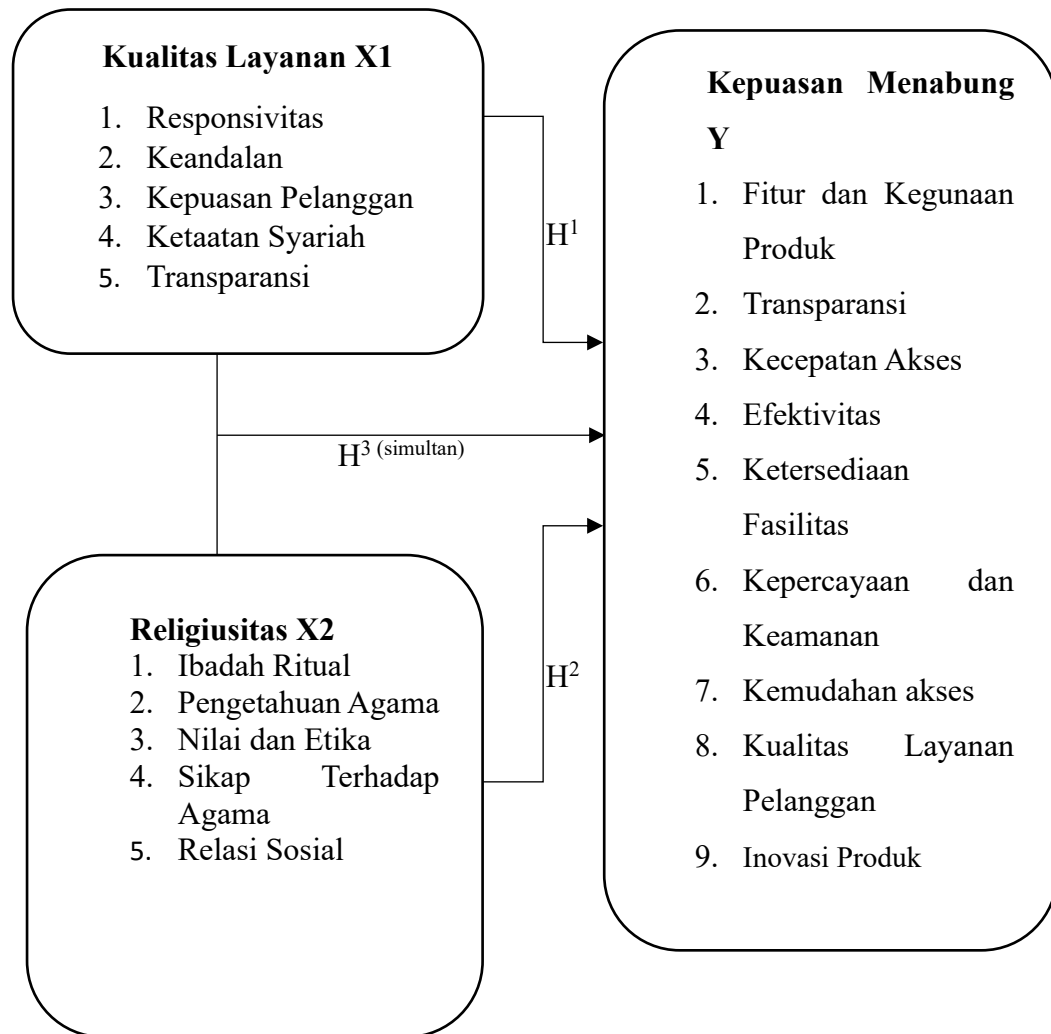
⁴⁰ Diah Dharmayanti, 47

⁴¹ Hidayat, 60

- c) Kecepatan Akses: Waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan suatu tugas, mencapai tujuan, atau memberikan layanan.
- d) Efektivitas: Tindakan, proses, atau upaya dapat mencapai tujuan yang diinginkan atau menghasilkan hasil yang diharapkan oleh penggunaannya
- e) Ketersediaan Fasilitas: Ketersediaan layanan seperti ATM, internet banking, dan mobile banking.
- f) Kepercayaan dan Keamanan: Kepercayaan pelanggan terhadap keamanan tabungan mereka di bank.
- g) Kemudahan akses: Kemudahan melakukan penarikan atau penyetoran dana, serta aturan atau pembatasan yang terkait.
- h) Kualitas Layanan Pelanggan: Bank menjawab pertanyaan dan keluhan pelanggan tentang tabungan mereka.
- i) Inovasi Produk: Produk tabungan baru atau fitur yang meningkatkan nilai tabungan pelanggan.

B. Kerangka Berfikir

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir



Keterangan : = Pengaruh Variabel X Terhadap Y

H^1 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Menabung

H^2 Pengaruh Religiusitas Terhadap Kepuasan Menabung

H³

Pengaruh Kualitas Layanan dan
Religiusitas (simultan) Terhadap
Kepuasan Menabung



= Variabel X (Kualitas Layanan)
(Religiusitas)

Kerangka berfikir diatas menunjukan bahwa dalam penelitian ini memiliki dua variabel X (independen) yang berpengaruh terhadap variabel dependen (Y), Dimana dalam penelitian ini dapat diketahui seberapa besar pengaruh kualitas layanan X₁ terhadap Y (kepuasan menabung), pengaruh religiusitas X₂ terhadap Y (kepuasan menabung), dan pengaruh kualitas layanan dan religiusitas (X₁ dan X₂) terhadap Y (kepuasan menabung).

C. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang ada. Jawaban ini tetap mengandung kebenaran atau kesalahan karena didasarkan pada teori yang relevan dan belum didasarkan pada data yang dikumpulkan.⁴²

Menurut Andang Sunarto, hipotesis adalah pernyataan tentang nilai parameter populasi yang harus diuji atau kesimpulan sementara, kebenarannya yang bermanfaat bagi proses pengambilan keputusan.⁴³ Agar hipotesis dapat diuji dengan data yang dikumpulkan, pernyataan yang digunakan dalam

⁴² Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*” (Bandung: ALFABETA CV, 2013), 64.

⁴³ Andang Suanrto, “*Statistik Untuk Ekonomi Dan Bisnis Islam*” (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2017), 47.

kalimatnya harus jelas dan tidak menimbulkan banyak interpretasi.⁴⁴

Berdasarkan kerangka berfikir diatas dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

1. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan menabung generasi muda di bank syari'ah melalui BSI mobile banking.

Kualitas layanan adalah ukuran seberapa baik layanan yang diberikan memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, yang mencakup berbagai aspek yang mempengaruhi pengalaman pelanggan saat menggunakan produk atau layanan. Layanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, menumbuhkan loyalitas, dan menciptakan citra positif bagi perusahaan atau lembaga.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Teuku Muhammad Rizki Busyra menunjukkan bahwa Customer Satisfaction Index (CSI) sebesar 71,40%, yang dikategorikan sebagai puas. Namun, terdapat gap antara harapan dan kepuasan yang rata-rata sebesar -0,456, yang berarti layanan mobile banking yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) masih belum sesuai dengan harapan nasabah.⁴⁵

Penelitian ini akan menguji hubungan antara kualitas layanan terhadap kepuasan menabung generasi muda di bank syari'ah melalui BSI mobile banking dengan hipotesis sebagai berikut:

H_a: Terdapat pengaruh positif antara kualitas layanan (X1) terhadap kepuasan menabung (Y) di Bank Syariah Indonesia.

⁴⁴ Andhita Dessy Wulansari, "Aplikasi Statistika Parametrik" (Yogyakarta: Pustaka Felicha, 2016), 12.

⁴⁵ Teuku Muhammad Rizki Busyra, 26

2. Pengaruh religiusitas terhadap kepuasan menabung generasi muda di bank syari'ah melalui BSI mobile banking.

Religiusitas adalah representasi dari sikap keagamaan yang dipegang oleh seseorang, yang mencakup berbagai aspek dari keyakinan, praktik, dan nilai-nilai yang berkaitan dengan agama. Religiusitas tidak hanya terbatas pada tindakan ritual atau ibadah, tetapi juga mencakup penghayatan dan penerapan ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Erna Kartika Sari menunjukkan bahwa religiusitas memiliki pengaruh besar terhadap loyalitas nasabah; kualitas pelayanan memiliki pengaruh besar terhadap loyalitas nasabah; dan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh besar terhadap loyalitas pelanggan. Terhadap kesetiaan pelanggan.⁴⁶

Penelitian ini akan menguji hubungan antara Tingkat religiusitas terhadap kepuasan menabung generasi muda di bank syari'ah melalui BSI mobile banking dengan hipotesis sebagai berikut:

H_a: Religiusitas (X₂) berpengaruh terhadap kepuasan menabung (Y) di Bank Syariah Indonesia melalui BYOND by BSI

3. Pengaruh kualitas layanan dan Tingkat religiusitas terhadap kepuasan generasi muda menabung di bank syari'ah melalui BSI mobile Banking.

Dalam dunia perbankan syariah, kualitas layanan dan tingkat religiusitas nasabah menjadi dua faktor penting yang dapat mempengaruhi kepuasan

⁴⁶ Erna Kartika Sari, 15

menabung. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah kualitas layanan dan tingkat religiusitas tersebut memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap kepuasan menabung nasabah di Bank Syariah Indonesia.

Berdasarkan penjelasan diatas dalam penelitian ini diperoleh hipotesis sebagai berikut:

H_a: Kualitas layanan (X1) dan religiusitas (X2) berpengaruh terhadap kepuasan menabung (Y) di Bank Syariah Indonesia melalui BYOND by BSI

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian adalah ragam penelitian yang digunakan penulis dalam penelitiannya. Berdasarkan masalah yang dibahas dalam penelitian, penelitian ini adalah penelitian lapangan, atau penelitian di tempat gejala muncul. Jenis penelitian yang digunakan adalah metode korelasi kuantitatif. Ini berarti mengetahui apakah ada korelasi antara dua atau lebih variabel.¹

2. Populasi Dan Sempel

1) Populasi

Populasi adalah area generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasinya bukan hanya orang, itu juga termasuk objek dan benda alam lainnya. Populasi juga mencakup semua sifat dan atribut yang dimiliki oleh subjek dan objek yang dipelajari.² Peneliti melakukan penelitian lapangan untuk mengetahui bagaimana pengaruh literasi keuangan dan kualitas layanan terhadap kepuasan menabung generasi muda menabung di Bank syariah

¹ M. Iqbal Hasan, “*Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian Aan aplikasinya*”, 11.

² M. waruwu, Metode Penelitian Kulitatif, Metode Penelitian Kuantitatif Dan Metode Penelitian Kimbinasi, (Magister Administrasi Pendidikan, Universitas Kristen Satya Wacana) *Jurnal Pendidikan Tambusan*, Vol 7 No 1 Tahun 2023. 2900

melalui BYOND by BSI. Genarasi Muda yang dimaksudkan yaitu Mahasiswa IAIN Curup yang menabung di Bank BSI dan juga memakai aplikasi BYOND by BSI. Dari banyaknya mahasiswa IAIN Curup peneliti hanya mengambil populasi dari jumlah mahasiswa yang tinggal di mahad al-jami'ah dengan jum'lah 378 orang mencaup mahasantriwan maupun mahasantriwati. Jadi populasi dalam penelitian ini ialah Para Generasi muda yang kuliah di Kampus IAIN Curup yang tinggal di mahad al-jami'ah yang menabung di bank BSI dan yang menggunakan BYOND by BSI.

2) Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik populasi. Sampel terdiri dari sejumlah individu yang dipilih dari populasi dan merupakan bagian yang mewakili keseluruhan anggota populasi. Sampel yang baik memiliki karakteristik yang mewakili populasi secara keseluruhan. Tidak dapat digeneralisasi terhadap populasi jika sampel tidak menunjukkan setiap anggota populasi. Sampel dipilih purposive sampling dan mempunyai krateria dalam penelitian ini berupa:

- a) Nasabah Bank Bank Syari'ah Indonesia yang menggunakan BYOND by BSI
- b) Respondent merupakan generasi Gen Z, yang berusia 18-27 tahun
- c) Respondent tinggal di mahad al-jami'ah IAIN Curup

Untuk mengetahui ukuran sampel dari populasi dapat digunakan metode *slovin* (*L. Slovin*) sebagai berikut:³

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana:

n= Ukuran sampel

N= Ukuran populasi

e= Tingkat kesalahan yang ditolerir (10%)

Dalam penelitian ini populasi Dalam penelitian ini, populasi Mahaiswa IAIN Curup, yang tinggal di mahad, memiliki 378 sampel, dihitung dengan eror 10%, dan sampel dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{378}{1+378 (0,10)^2} \quad n = \frac{378}{1+378 \cdot 0,01} \quad n = \frac{378}{1+3,78} \quad n = \frac{378}{4,78} = 79,03$$

Sesuai perhitungan di atas, peneliti akan mengambil sampel 79 responden dari 378 responden. Setelah mengidentifikasi sampel, langkah selanjutnya adalah menentukan metode dan menentukan sampel yang akan digunakan.

3. Lokasi Penelitian

Peneliti mengambil lokasi dalam penelitian ini di Kampus IAIN Curup, yang terletak di Dusun Curup, Kecamatan Curup Utara, Kabupaten Rejang Lebong, Bengkulu.

³ Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*”, (Penerbit ALFABETA, cv), 81

a. Sumber dan Data

Untuk melengkapi penelitian ini maka perlu didukung oleh data yang lengkap dan akurat jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis data: data primer dan data sekunder:

b. Data Primer

Data primer adalah data penelitian yang dikumpulkan dari instrumen penelitian secara langsung atau melalui media perantara, data primer dihasilkan dari instrumen penelitian.⁴ Yang diperoleh dari pengisian kuesoner berupa pertanyaan yang terikat dengan indikator masing-masing variabel penelitian yang ditunjukkan kepada responden.

c. Data Sekunder

Data sekunder penelitian ini berasal dari penelitian literatur yang relevan yang mendukung penulisan penelitian ini. Sumber data sekunder diharapkan dapat berfungsi sebagai bahan perbandingan untuk memberikan keterangan atau data perlengkapan.

4. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang nantinya digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data yang akurat untuk penelitian. Instrumen penelitian juga dapat didefinisikan sebagai alat yang digunakan untuk mengumpulkan, mengolah, menganalisis, dan kemudian menyajikan data secara sistematis dan objektif dengan tujuan untuk menguji suatu hipotesis atau memecahkan masalah. Untuk

⁴ Sayid Syekh, "*Pengantar Statistik Ekonomi Dan Sosial*", Jakarta: Baung Persada, 2011),5.

menjangkau kondisi responden, instrumen non-tes digunakan. Responden berfungsi sebagai sumber informasi penelitian.

Peneliti menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian ini.⁵ Kuesioner dilakukan dengan menggunakan media *google form* dan menggunakan skala likert. Skala Likert biasa digunakan dalam penelitian yang merupakan salah satu jenis skala psikometrik. Cara kerja skala likert adalah dengan responden menjawab pertanyaan-pertanyaan yang telah disediakan dalam kuesioner dengan menunjukkan tingkat persetujuan mereka terhadap serangkaian pertanyaan.⁶ Pada pengelolaan data, peneliti menggunakan bantuan SPSS versi 22 karena dapat membantu peneliti menganalisis penelitian ini. Format skala Likert umumnya terdiri dari lima pilihan pada kertas angket atau kuesioner, yaitu Sangat Puas (SP), Puas (P), Cukup Puas (CP), Kurang Puas (KP), dan Sangat Tidak Puas (STP). Penggunaan skala likert diperjelas lebih detail dalam table yang terlampir.

Tabel 3.1

Tabel Skala Likert

NO	PERNYATAAN	SKOR
1	Sangat Puas (SP)	5
2	Puas (P)	4
3	Cukup Puas (CP)	3
4	Kurang Puas (KP)	2

⁵ Meiryani, “Memahami Skala Likert Dalam Penelitian Ilmiah – Accounting”. In Binus University, 2021, 54.

⁶ Meiryani, 57

5	Sangat Tidak Puas (STP)	1
---	-------------------------	---

Sumber: Data diolah, 2025

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti yaitu menyebarkan kuesioner kepada para mahasiswa IAIN Curup yang menabung di bsi dan menggunakan aplikasi BYOND by BSI.

a. Teknik Dokumentasi dan Observasi

Salah satu cara untuk memilih metode pengumpulan data yang kuat secara metodologis adalah observasi metode ini bukan hanya mengamati dan mencatat aktivitas, tetapi juga memudahkan mendapatkan informasi dari lingkungan sekitar.⁷ Penelitian secara langsung juga melakukan pengamatan terhadap objek yang akan diteliti oleh peneliti yaitu para generasi muda yang kuliah di kampus IAIN Curup dan yang tinggal di Mahad Al-Jami'ah.

1) Kuesioner (Angket), Instrumen ini berisi serangkaian pertanyaan yang digunakan untuk mengumpulkan data dari responden. Pertanyaan dapat berupa pertanyaan tertutup dengan pilihan jawaban yang telah ditentukan atau pertanyaan terbuka yang memungkinkan responden memberikan tanggapan bebas.⁸

Kuesioner yang dibagikan untuk mengetahui data seberapa pengaruh literasi keuangan dan kualitas layanan terhadap kepuasan

⁷ Hasyim Hasanah. "Teknik-Teknik Observasi". *Jurnal at-taqaddum*. Vol 8. No 1. (2016).

⁸ Ardiansyah, Risnita, and Jailani, "Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif." IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam <http://ejournal.yayasanpendidikanzurriyatulquran.id/index.php/ihsan> Volume 1 Nomor 2 Juli 2023

menabung generasi muda di Bank Bsi melalui BYOND by BSI. Adapun pertanyaan di sesuaikan dengan tata parameter daripada Sebagian variabel, yaitu Kualitas Layanan dan Religiusitas terhadap kepuasan menabung genarasi muda di Bank BSI melalui BYOND by BSI.

6. Teknik Pengelolaan Data

Dalam mendorong temuan penelitian, data penelitian yang di dapat nantinya dianalisa dengan alat statistika dengan pertolongan program SPSS. Adapun perkiraan-perkiraan yang nantinya dilaksanakan ialah:

a. Uji Kualitas Data

1) Uji Validitas

Validitas bersumber dari kata *validity* yang memiliki defenisi sejauh mana kesesuaian serta kecermatan satu alat ukur pada saat melaksanakan fungsi hitungannya. Tidak hanya itu validitas ialah satu perhitungan yang memperlihatkan bahwasanya aribel yang dihitung memang sungguh-sungguh aribel yang akan diteliti oleh penulis. Uji validitas adalah alat yang digunakan untuk mengevaluasi seberapa cermat suatu uji melakukan tugasnya. Salah satu tujuan dari pemeriksaan ini adalah untuk menentukan legalitas suatu kuisioner, yaitu untuk mengevaluasi validitas pernyataan yang digunakan dalam penelitian.⁹

⁹ Budi Darma, “Statiska Penelitian Menggunakan Spss (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linear Sederhana, Regresi Linear Berganda, Uji T, Uji F, R2)”, (Bandung: Guepedia 2021): 7

Uji validitas item ialah pengujian instrument data dokumen untuk mengetahui sampai mana kecermatan satu item pada saat menghitung apa yang hendak dihitung. Item bisa disebut relevan apabila terdapat keseinabungan yang valid dengan nilai keseluruhannya, perihal ini memperlihatkan terdapat dorongan item itu pada saat mengungkapkan satu yang akan dikatakan. Item seperti biasa berbentuk pertanyaan ataupun pernyataan yang diperlihatkan pada responden dengan memakai wujud kuesioner dengan maksud untuk mengungkapkan sesuatu. Menurut Sujarweni dalam penelitian Wirawan Widjanarko, Dinda Puji Lestari, menyatakan bahwa setiap item kuesioner diuji validitas untuk tujuan mengetahui, mengevaluasi valid atau tidaknya setiap pernyataan. ketika nilai r -hitung $>$ r -tabel dengan nilai $df = n-2$ dan nilai sig 5% (0,05) maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.¹⁰

2) Uji Reabilitas

Uji reliabilitas ialah derajat keandalan satu alat penelitian. Pengujian reliabilitas dipakai dalam mencari tahu konsistensi alat ukur, apakah alat pengukuran yang dipakai bisa diandalkan serta tetap konsisten apabila perhitungan itu diulangi. Sesudah melaksanakan pengujian validitas, dilanjutkan untuk melakukan uji reliabilitas. Pada penelitian, reliabilitas adalah keandalan ataupun kekonsistenan. Perihal ini memperlihatkan bahwasanya perhitungan

¹⁰ Dinda Puji Lestari, Wirawan Widjanarko, "Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan E-Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion jiniso.Id Di Marketplace shopee" *Jurnal Economina*, 2. No. 3 (2023): 758

atribut yang sama diulangi akan membagikan hasil keadaan yang kembar ataupun sangat mirip. Reliabilitas pada penelitian kuantitatif memperlihatkan bahwasanya temuan numerik yang di dapat oleh satu parameter sama dikarenakan cirri-ciri dari tahap perhitungan ataupun alat perhitungan itu sendiri.¹¹

Menurut Ghazali dalam penelitian Ketut Wira Parta, Deden Ismail, Nyoman Surya Wijaya menyatakan bahwa, Uji Reliabilitas suatu kuisioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban responden terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Instrumen penelitian reliable apabila nilai Crhonbach alpha $> 0,60$.¹² yang menunjukkan data layak untuk diproses lebih lanjut.¹³

a. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Tujuan pengujian normalitas adalah untuk mengetahui apakah penyaluran data mengikuti atau dekat dengan distribusi normal, yaitu distribusi data berbentuk lonceng. Data yang dianggap "baik" adalah yang memiliki bentuk distribusi normal, yang berarti distribusi data tidak bergerak ke kiri atau ke kanan.¹⁴

¹¹ Budi darma, 17

¹² Ketut Wira Parta, Deden Ismail, Nyoman Surya Wijaya, "Pengaruh Pelatihan Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan" *Jurnal Paris (Jurnal Pariwisata Dan Bisnis)*, 2. No. 8 (2023): 1756-1757

¹³ Marsellina Fitri, Aan Shar, Selamat Fuadi, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nabasah Bank Syariah Indonesia Kota Bengkulu Pasca Insiden Gangguan Layanan" *Jurnal Fidusia*, 6. No.2 (2023): 148

¹⁴ Singgih Santoso, "Statistik Multivariat", (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2010), 43.

Nilai satu-contoh kolmogorof-smirnov dapat digunakan untuk menguji normalitas munguji untuk mengetahui apakah model regresi berdistribusi normal atau tidak. Jika nilai signifikansi $\alpha > 0,05$ maka dapat dikatakan distribusi normal.¹⁵

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah suatu uji untuk melihat kondisi adanya korelasi dan model regresi berganda yang bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi dinyatakan baik jika tidak terjadi multikolinearitas. Dengan ketentuan:

- 1) Bila terjadi Tolerance $< 0,1$ atau sama dengan VIF > 10 , maka terdapat masalah multikolinearitas yang serius.
- 2) Bila terjadi Tolerance $> 0,1$ atau sama dengan VIF < 10 maka tidak terdapat masalah multikolinearitas.¹⁶

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mendeteksi apakah nilai residu atau nilai kesalahan memiliki nilai varian yang konstan ataukah tidak. Uji heteroskedastisitas ini menggunakan uji glajser. Kriteria pengujian adalah H_0 diterima jika nilai probabilitas atau nilai signifikansi $> 0,05$, maka persamaan regresi berganda tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Sebaliknya H_0 ditolak nilai probabilitas atau nilai signifikansi $< 0,05$, maka persamaan regresi berganda terjadi gejala heteroskedastisitas.

¹⁵ Duwi Priyatno, *Mandiri Belajar Analisis Data Dengan SPSS* (Jogyakarta : Mediakom, 2013), 97-105

¹⁶ Nel Arianty dan Ari Andira, "Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian" *MANEGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4. No. 1 (2021): 44

Untuk mengetahui apakah terjadi atau tidak terjadi heterokedastisitas dalam model regresi penelitian ini, analisis grafik yang dilakukan adalah dengan metode *Scatterplot*. Dasar analisis yaitu sebagai berikut:

- 1) Jika terdapat pola tertentu, seperti titik-titik membentuk suatu pola yang teratur maka terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak terdapat pola yang jelas serta titik-titik menyebar tidak teratur, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.¹⁷

d. Uji Hipotesis Penelitian

1) Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk menilai pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat, gunakan analisis regresi linier berganda. Dalam penelitian ini, pengaruh variabel Kualitas Layanan (X1) dan Religiusitas (X2) terhadap variabel kepuasan menabung (Y). Berikut ini adalah rumus persamaan regresi linier berganda:

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

Keterangan:

Y : Kepuasan Menabung

X₁ : Kualitas Layanan

X₂ : Religiusitas

b₁ : Koefisien Regresi

¹⁷ Mohammad Arridho Nur Amin dan Tubagus Abdulloh Khilmi, "Pengaruh Likuiditas, *Leverage*, dan *Growth* Terhadap Kinerja" *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 1. No. 1 (2023): 7-8

b_2 : Koefisien Regresi

a : Konstanta

e : Error

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan bantuan software Statistical Package FOR Science (SPSS) dalam membantu mengelola data. Hasil analisis data menggunakan IBM SPSS Statistics versi 22 dan rumus yang digunakan untuk menghitung persamaan regresi.

e. Uji Parsial (Uji t)

Uji T digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Uji T dilakukan untuk mengetahui apakah suatu hipotesis bisa diterima atau ditolak. Dimana jika nilai probabilitas signifikasinya $< 0,05$ atau 5% maka suatu variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.¹⁸

Hipotesis diterima ketika ada pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat yang berhubungan jika taraf signifikan $< 0,05$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$. Dalam uji parsial, kriteria yang harus dipenuhi diantaranya:

- 1) $t_{hitung} < t_{tabel}$, H_0 ditolak dan H_a diterima
- 2) $t_{hitung} > t_{tabel}$, H_0 diterima dan H_a ditolak atau
- 3) Jika $p < 0,05$ maka variabel bebas secara individual berpengaruh terhadap variabel terikat
- 4) Jika $p > 0,05$ maka variabel bebas secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel terikat

¹⁸ Muhammad Amirul Mukminin, Fitri Nur Latifah, "Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah di Sidoarjo (The Influence of Brand Image and Trust on Sharia Bank Customer Loyalty in Sidoarjo)" *Perisai : Islamic Banking and Finance Journal*, 4. No.1 (2020): 59

Dengan Hipotesis yaitu:

- (a) H_{a1} : Terdapat pengaruh positif antara kualitas layanan (X_1) terhadap kepuasan menabung (Y) di Bank Syari'ah Indonesia.
- (b) H_{a2} : Terdapat pengaruh positif antara religiusitas (X_2) terhadap kepuasan menabung (Y) di Bank Syari'ah Indonesia.

f. Uji Simultan (F)

Uji F digunakan digunakan untuk pengujian pengaruh variabel-variabel bebas secara keseluruhan atau secara bersama-sama, yaitu untuk menguji pengaruh Kualitas layanan dan Religiusitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syari'ah Indonesia melalui BYOND by BSI. Model regresi secara simultan diuji signifikansinya dengan memperhatikan nilai yang signifikan sebesar 0.000, atau jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka variabel independen tersebut berpengaruh terhadap variabel dependen.¹⁹

Uji F bertujuan untuk menentukan apakah terdapat pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat. terikat secara bersama-sama (simultan). Kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai $f_{hitung} < f_{tabel}$ dan $sig > 0,05$ maka artinya variabel bebas secara simultan tidak mempengaruhi variabel terikat secara signifikan.
- 2) Jika nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ dan $sig < 0,05$ maka artinya variabel bebas secara simultan mempengaruhi variabel terikat secara signifikan.

Dengan kreteria hipotesisi yaitu:

¹⁹ Nurul Hidayah, Susila Andriyati, Vina Rismayani, Viviannisa Victoria, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan Transaksi Dan Fitur Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Penggunaan Bsi Mobile Banking" *Al-Iqtishod: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4. No. 2 (2022): 155

H_{a3} : Kualitas layanan (X1) dan Religiusitas (X2) berpengaruh terhadap kepuasan menabung (Y) di Bank Syariah Indonesia melalui BYOND by BSI

g. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai satu ($0 < R^2 < 1$). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat sangat terbatas.²⁰

²⁰ M. Rifki Bakhtiar, Erawati Kartika dan Ika Listyawati, "Faktor-Faktor Pengaruh Minat Nasabah Pengguna Internet Banking Bank Syariah Mandiri" *Jurnal Al-Tijarah*, 6. No.3 (2020): 164

BAB IV

TEMUAN HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. TEMUAN HASIL PENELITIAN

1. Profil Objek Penelitian

1) Sejarah Berdirinya Bank Syari'ah Indonesia

Gambar 3.1 Logo Bank Syari'ah Indonesia



Sumber: bankbsi.co.id

Dengan menjadi negara muslim terbesar di dunia, Indonesia sekarang memiliki bank syariah yang berkembang dengan cepat. Ini memberinya peluang besar untuk memajukan ekonomi syariah dan peluang untuk pengembangan ekosistem industri halal di Indonesia, termasuk di bidang keuangan syariah, menjadi pemimpin dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang halal dan memiliki dukungan kuat dari pemangku kepentingan. Bank Syariah memainkan peran penting sebagai penyedia layanan keuangan yang mengikuti aturan ekonomi halal.

Industri perbankan syariah Indonesia telah mengalami peningkatan dan pengembangan yang signifikan selama tiga dekade. Inovasi produk, peningkatan layanan, dan pengembangan jaringan, dan dari tahun ke tahun, ada peningkatan dalam pengembangan. Bahkan, semangat untuk

percepatan ini tercermin dari banyaknya bank syariah yang melakukan kerja sama. Ini termasuk bank syariah yang dimiliki oleh BUMN seperti Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah.

Pada 1 februari 2021, bertepatan dengan 19 jumadil akhir 1442 H, Bank Sayriah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah bergabung menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI). Penggabungan ketiga bank syariah ini akan meningkatkan layanan, jangkauan, dan kapasitas permodalan. Melalui kerjasama sinergis dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) dan komitmen dengan pemerintah (melalui Kementerian BUMN), Bank Syariah Indonesia diharapkan dapat meningkatkan daya saingnya secara global. Penggabungan ketiga bank syariah ini diharapkan akan menumbuhkan rasa hormat masyarakat terhadap bank syariah. Pembangunan ekonomi nasional dan diharapkan dapat berfungsi sebagai sumber daya ekonomi baru yang akan meningkatkan kesejahteraan umum. Bank Syariah Indonesia menunjukkan bahwa perbankan syariah Indonesia modern, universal, dan bermanfaat bagi seluruh alam (*Rahmatan Lil'Aalamiin*).¹

2) Visi dan Misi Bank Syari'ah Indonesia

Visi

TOP 10 GLOBAL ISLAMIC BANK

“Menjadi top bank syariah global berdasarkan kapasitas pasar dalam waktu kurun 5 tahun”

¹ *Sejarah dan Perkembangan Bank Syariah di Indonesia - Edukasi Syariah Bank Syariah Indonesia* (<https://www.bankbsi.co.id/bankbsi.co.id> , diakses pada 23 April 2025, pukul 09:42

Misi

- a) Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia

Melayani > 20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan asset (500 + T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025.

- b) Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham.

Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2).

- c) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia.

Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.

3) Makna Logo Bank Syariah Indonesia (BSI)

Logo Bank Syariah Indonesia (BSI) berwarna hijau dan putih secara keseluruhan, dengan tulisan Bank Syariah Indonesia (BSI) dan bintang berwarna kuning di ujung sebelah kanan tulisan. Kata "Bank Syariah Indonesia" ditemukan di bawah tulisan Bank Syariah Indonesia (BSI). Filosofi yang diwakili oleh bintang kuning bersudut lima menunjukkan lima sila Pancasila dan lima rukun Islam. Tulisan Bank Syariah Indonesia (BSI) berfungsi sebagai perwakilan Indonesia di tingkat nasional dan internasional.²

² Bank Syariah Indonesia: *Sejarah Merger, Saham, hingga Tujuan - Qoala Indonesia*, diakses pada 23 April 2025, pukul 05:45

4) Slogan Bank Syari'ah Indonesia (BSI)

Bank Syariah Indonesia (BSI) hadir, bersatu serta memiliki tujuan untuk membangun perbankan syariah terbesar di nusantara dan di dunia.³

5) Nilai Utama Bank Syari'ah Indonesia (BSI)

Nilai-nilai yang terdapat pada Bank Syariah Indonesia yakni nilai AKHLAK (Amanah, Kompeten, Harmonis, Loyal, Adaptif dan Kolaboratif).⁴

Dijabar sebagai berikut:

1) Amanah

Mematuhi kepercayaan yang diberikan, seperti berpegang teguh pada prinsip moral dan etika dan bertanggung jawab atas tugas, keputusan, dan tindakan yang dilakukan.

2) Kompeten

Terus belajar dan mengembangkan kapitalitas, termasuk berpegang teguh pada prinsip moral dan etika serta bertanggung jawab atas keputusan, tanggung jawab, dan tindakan yang diambil.

3) Harmonis

Menghargai setiap orang dengan segala latar belakangnya, membantu orang lain, dan menciptakan lingkungan kerja yang ramah.

4) Loyal

Mengutamakan dan berdedikasi untuk kepentingan bangsa dan negara, seperti menjaga nama baik sesama karyawan, pemimpin, perusahaan, dan negara, dan rela berkorban untuk mencapai tujuan yang

³ Putri ayu, "*Mengenal Lebih Dekat Dengan Bank Syariah Indonesia*,"

⁴ *Bank Syariah Indonesia* (bankbsi.co.id), diakses pada 23 April 2025, pukul 05:00

lebih tinggi, dan patuh kepada pemimpin selagi tidak bertentangan dengan peraturan dan nilai-nilai moral.

5) Adaptif

Mengikuti kemajuan teknologi, bertindak proaktif, terus berinovasi, dan antusias dalam menggerakkan atau menghadapi perubahan; cepat menyesuaikan diri untuk menjadi lebih baik.

6) Kolaboratif

Membangun kerjasama yang sinergi, yang berarti memberi semua pihak kesempatan untuk berpartisipasi, menjadi terbuka untuk bekerja sama untuk menghasilkan nilai tambahan, dan mendorong pemanfaatan sumber daya secara lebih efisien.

6) BSI Mobile Banking

Gambar 4.2 Logo BSI Mobile



Sumber: bankbsi.co.id

Mobile banking adalah sebuah aplikasi yang bertujuan meningkatkan produktivitas bagi penggunanya dan digunakan oleh nasabah bank. BSI Mobile adalah salah satu aplikasi mobile banking yang menyediakan beragam fitur untuk memudahkan nasabah bertransaksi, beribadah, dan berbagi. Dengan BSI Mobile nasabah dapat mengakses layanan 24 jam sehingga aktivitas finansial,

spiritual, dan sosial mereka dapat lebih seimbang. Keunggulan BSI Mobile antara lain:

- a. Aspek Finansial: BSI Mobile membantu nasabah dalam mengatur keuangan dengan fitur transaksi terjadwal, manajemen kartu, dan berbagai fitur menarik lainnya.
- b. Aspek Spiritual: Aplikasi ini menyediakan layanan islami seperti fitur lokasi masjid, waktu shalat, dan arah kiblat, sehingga memudahkan nasabah dalam beribadah.
- c. Aspek Sosial: BSI Mobile memungkinkan nasabah berbagi dengan orang terdekat melalui fitur berbagi Ziswaf.⁵

Pada 2024 akhir tepatnya pada tanggal 9 November 2024, Aplikasi Byond by BSI resmi diluncurkan oleh PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI). Sebelumnya, aplikasi ini telah tersedia di *App Store* dan *Google Play Store* sejak 26 Oktober 2024.⁶ Perpindahan dari BSI Mobile Banking ke Byond by BSI merupakan bagian dari upaya Bank Syariah Indonesia (BSI) untuk memperbarui dan meningkatkan layanan digital perbankannya. BSI Mobile Banking sebelumnya merupakan aplikasi yang digunakan oleh nasabah BSI untuk melakukan transaksi perbankan secara mobile. Namun, dengan semakin berkembangnya teknologi dan tuntutan akan layanan yang lebih modern, BSI meluncurkan Byond by BSI sebagai platform baru yang lebih canggih dan menawarkan berbagai fitur tambahan.

⁵ Bsi Mobile Banking, www.bankbsi.co.id, Bankbsi.co.id, n.d. Data diakses 23 April 2025 pukul 06:00

⁶ Bsi peresmian peluncuran aplikasi byond by bsi, (<https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/superapp-byond-by-bsi-resmi-diluncurkan-hadirkan-layanan-komprehensif-yang-semakin-nyaman-aman> diakses?utm_source=chatgpt.com)), diakses pada 23 April 2025 pukul 06:4

7) Sejarah singkat perpindahan BSI Mobile Banking ke BYOND by BSI

- a. Peluncuran BSI Mobile Banking: Sebelum peluncuran Byond by BSI, BSI Mobile Banking adalah aplikasi utama yang digunakan oleh nasabah untuk transaksi perbankan seperti transfer, cek saldo, pembayaran tagihan, dan lain-lain. Aplikasi ini sudah digunakan sejak Bank Syariah Indonesia terbentuk pada tahun 2021, setelah merger antara tiga bank syariah milik BUMN.⁷
- b. Tantangan Digitalisasi dan Kebutuhan Akan Fitur Lebih Lengkap: Seiring dengan berkembangnya kebutuhan digital di kalangan masyarakat, BSI menyadari bahwa diperlukan aplikasi yang lebih canggih dan user-friendly untuk memenuhi ekspektasi nasabah. Salah satu tantangan yang dihadapi adalah kebutuhan akan platform yang tidak hanya memberikan layanan transaksi, tetapi juga fitur-fitur baru yang lebih inovatif, serta pengalaman pengguna yang lebih baik.⁸
- c. Peluncuran Byond by BSI (2024): BSI meluncurkan aplikasi terbaru mereka, Byond by BSI, pada tahun 2024. Aplikasi ini merupakan evolusi dari BSI Mobile Banking dan menawarkan fitur yang lebih lengkap dan modern, seperti kemampuan untuk melayani pelanggan dengan lebih cepat dan efisien, dan integrasi dengan ekosistem digital lainnya. Dengan tampilan yang lebih mudah dipahami dan tingkat personalisasi yang lebih tinggi, aplikasi ini

⁷ Bsi, layanan byond by bsi, (https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/superapp-byond-by-bsi-resmi-diluncurkan-hadirkan-layanan-komprehensif-yang-semakin-nyaman-aman-diakses?utm_source=chatgpt.com)), diakses pada 23 April 2025 pukul 06:35

⁸ Bsi peluncuran aplikasi byond by bsi dan nasabah baru, (https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/superapp-byond-by-bsi-resmi-diluncurkan-hadirkan-layanan-komprehensif-yang-semakin-nyaman-aman-diakses?utm_source=chatgpt.com)), diakses pada 23 April 2025 pukul 06:50

dimaksudkan untuk memudahkan pengguna mengakses layanan perbankan syariah seperti pembukaan rekening, investasi, pinjaman, dan lainnya.⁹

- d. Transisi Pengguna: BSI membantu nasabah mengunduh dan menggunakan aplikasi baru ini dengan bimbingan dan dukungan melalui berbagai saluran komunikasi. Ini dilakukan untuk memastikan bahwa transisi dari BSI Mobile Banking ke Byond by BSI lancar.¹⁰

8) BYOND by BSI

Gambar 5.3 Logo BYOND by BSI



Sumber: bankbsi.co.id

a. Peluncuran BYOND by BSI

Bank Syariah Indonesia (BSI) mengembangkan platform digital yang disebut Byond by BSI, yang memungkinkan nasabah mengakses berbagai produk dan layanan perbankan dengan cara yang lebih mudah dan fleksibel melalui aplikasi mobile. Aplikasi ini memungkinkan nasabah melakukan berbagai transaksi, seperti pembukaan rekening, transfer dana, pembayaran, dan investasi syariah. Selain itu, BSI berupaya untuk menghadirkan solusi keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah sekaligus

⁹ Fitur byond by bsi, www.bankbsi.co.id, Bankbsi.co.id, n.d. Data diakses 23 April 2025 pukul 06:27

¹⁰ Transisi bank bsi, www.bankbsi.co.id, Bankbsi.co.id, n.d. Data diakses 23 April 2025 pukul 06:25

memanfaatkan teknologi untuk menjangkau pelanggan secara lebih luas dan efisien melalui fitur-fitur yang ditawarkan oleh Byond, yang mendukung gaya hidup digital, seperti manajemen keuangan yang lebih transparan dan mudah dipantau, serta layanan customer service yang cepat dan responsif.¹¹

b. Fitur Utama Byond by BSI

Byond by BSI menawarkan berbagai fitur yang memudahkan nasabah dalam bertransaksi dan mengelola keuangan, antara lain:

- 1) Pembukaan Rekening dan Deposito: Nasabah dapat membuka rekening tabungan dan deposito secara digital tanpa perlu mengunjungi cabang.
- 2) Transfer Dana: Melakukan transfer antar rekening BSI maupun ke bank lain dengan mudah.
- 3) Pembayaran Tagihan: Membayar berbagai jenis tagihan seperti listrik, air, dan lainnya Bank Syariah Indonesia
- 4) Top Up e-Wallet: Isi ulang saldo e-wallet seperti OVO, GoPay, dan LinkAja.
- 5) QRIS: Melakukan transaksi pembayaran menggunakan QRIS di merchant yang bekerja sama.
- 6) Penarikan Tunai Tanpa Kartu: Menarik uang tunai di ATM BSI tanpa menggunakan kartu debit.
- 7) Fitur Sosial dan Spiritual: Akses jadwal shalat, donasi Zakat, Infaq, dan Sedekah (Ziswaf), serta informasi sosial lainnya.

¹¹ Sejarah singkat byond by BSI, www.bankbsi.co.id, Bankbsi.co.id, n.d., diakses pada 24 April 2025, pukul 07:32

c. Keamanan dan Kemudahan Akses

Byond by BSI mengutamakan keamanan nasabah dengan berbagai lapisan proteksi, seperti:

- 1) Bank Syariah Indonesia
- 2) Verifikasi wajah dan sidik jari.
- 3) PIN transaksi dan password aplikasi.
- 4) Hardware Security Module (HSM) untuk melindungi data sensitif.
- 5) Sistem deteksi penipuan (fraud detection system/FDS).

2. Pengujian dan Hasil Analisis Data

1) Karakteristik Respondent

Hasil studi dibahas dalam pembahasan berikut. Responden dari penelitian ini adalah Nasabah Bank Syariah Indonesia yang memakai aplikasi BYOND by BSI. Kuesioner Penelitian ini terdiri dari dua bagian pertanyaan: Dimana pertanyaan yang berkaitan dengan identitas responden dan juga pernyataan yang berkaitan dengan variabel penelitian. Variabel Independen dalam penelitian ini Kualitas Layanan (X1) dan Religiusitas (X2), sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini ialah Kepuasan Menabung (Y).

Kuesioner penelitian ini dibuat melalui *google form* dan disebarkan melalui grup chat dan chat pribadi kepada Nasabah Bank Syari'ah Indonesia yang menggunakan aplikasi BYOND by BSI. Pada penelitian ini sampel yang diambil yaitu nasabah yang masuk dalam kualifikasi usia generasi muda yang menjadi nasabah Bank Syari'ah dan memakai aplikasi BYOND by BSI dan tinggal di Mahad Al-Jami'ah

IAIN Curup, yang mana berdasarkan rumus slovin dengan jumlah populasi 378 menjadi 79 nasabah. Adapun profil responden dalam penelitian ini berdasarkan Nama, Jenis Kelamin, Usia Nasabah dari responden tersebut.

Respondent dalam penelitian ini yaitu nasabah Bank Syari'ah Indonesia (BSI) yang menggunakan *BYOND By BSI* dan yang tinggal di Mahad IAIN Curup yang merupakan para generasi Z, dengan jumlah 79 respondent. Adapun data respondent dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4.1
Data Responden

NO	NAMA RESPONDENT	JURUSAN
1	Elmiza Fatriazi	Ekonomi Syariah
2	Rasyadah Salsabila	Pendidikan Bahasa Arab
3	M ilham salammuddin	Pendidikan Bahasa Arab
4	Chelse Dea Alpadila	Pendidikan Bahasa Arab
5	Farah Elfaza	Pendidikan Bahasa Arab
6	Novia Rapika Nanda	Pgmi
7	Yuniar Ruplin	Ekonomi Syariah
8	Tiara Nur Padillah	Ekonomi Syariah
9	Robiatul maulidia	Pgmi
10	Putri Meindriani	Bahasa Indonesia
11	Dwi Masitho	Hukum keluarga islam

12	Dewi Ngatinah Uswatun Hasanah	Ekonomi Syariah
13	Hediani	PAI
14	Vivi Hafizza	PIAUD
15	Hanif Mamlu'atul Hikmah	Hukum keluarga islam
16	Siti Musaropah	MPI
17	Lastri	Hukum tata negara
18	Parida	PS
19	Dita Indah Sari	PIAUD
20	Mar'atus sya'diyah	PAI
21	Andri wirayuda	PS
22	Jeki Prayudi	PS
23	Riski amiliya	Pai
24	Enjel inola putri	PAI
25	Diah Indah Sari	PAI
26	Fitrani Nasya	Ilmu Alquran dan Tafsir
27	Syahla Shafiya	Ekonomi Syariah
28	Rifqah Nabilah	Pendidikan Bahasa Arab
29	Kiti Nurhayati	Pgmi
30	Nurul ika putri	PAI
31	Arbingatu Rahmawati	Tadris Matematika
32	Ranitri Utami	PAI
33	Adel Maisika Oli Via Sande	PS
34	Luluk Mutoharoh	PAI

35	Dela Azzahra	MPI
36	Indah Nurani	MPI
37	Luluksunarti	Hukum Tata Negara
38	Shinta Lestari	PS
39	Renda Dian Hayatie Junadendini	Pgmi
40	Hazia	PAI
41	Ulya Niammah	Tadrid Matematika
42	Devita Restiana	PAI
43	franklin r gitarius	Pgmi
44	Puput Lesti Ani	Pgmi
45	Tiara P. Ferdi	BPI
46	Fitri yuliani	Ilmu Al Qur'an dan tafsir
47	Putri ratuliu	BPI
48	Rifki Hadiansyah	PAI
49	Liza seismila	Ekonomi Syariah
50	Lusi	BKPI
51	Binti Arohmatul Husna	PAI
52	Niza Humairoh	PS
53	Fitrianingsih	Ekonomi Syariah
54	Sasi hanila	PAI
55	Rahma Umi Ana Sari	PAI
56	Chika Febriana	Pendidikan Bahasa Arab
57	Repti Noviani	PAI

58	Desma Juqaidah	PAI
59	Elsa Amelia Fitri	IAT
60	Pebi Yolanda	PAI
61	Wahyu Nova Andria	MPI
62	Nurkarlina	BKPI
63	Mira Mayang Sari	Ilmu perpustakaan dan informasi Islam
64	Fera selfie	PAI
65	Honik Sahiron	PAI
66	Zahra hasivah	Pendidikan Bahasa Arab
67	Sofia Safitri Ramadhani	MPI
68	Sauki ilham	Pendidikan Bahasa Arab
69	Alfajri Qurrahman	MPI
70	Annisa layyinatul Arifah	Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir
71	Ridho Muhammad Luthfi	PAI
72	Andri Wijaya Putra	PAI
73	Muhammad Irpan	Bimbingan penyuluhan islam
74	Repi Resa	Pendidikan Agama Islam
75	Devi Yanti Nurrohmah	Ekonomi Syariah
76	Ria ritwani	Pai
77	Khodar Hoirul Amin	Pendidikan Bahasa Arab
78	William Witjaksono	Hukum Tata Negara

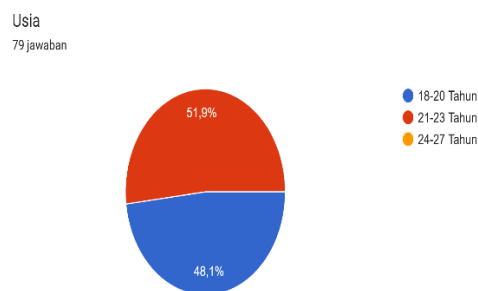
79	Amanda Eka Putri	Manajemen pendidikan islam
----	------------------	-------------------------------

Sumber: Data Dioalah (2025)

Penelitian ini juga terdapat karakteristik responden, termasuk usia dan jenis kelamin. Hasil analisis data ini ditunjukkan dalam diagram di bawah ini:

2) Usia

Gambar 4.4 Usia

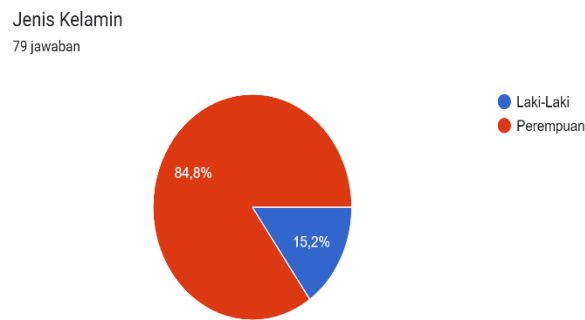


Sumber: Data yang dioalah, 2025

Berdasarkan data yang diperoleh, dari total keseluruhan 79 respondent terdapat 38 orang yang berusia 18-20 tahun dengan prentase 48,1% dan terdapat sebanyak 41 orang yang berusia 21-23 tahun dengan prentase 51,9%. Jadi dapat disimpulkan bahwa respondent dalam penelitian ini didominasi oleh generasi Z yang berusia 21-23 tahun.

3) Jenis Kelamin

Gambar 4.5 Jenis Kelamin



Sumber: Data yang dioalah 2025

Berdasarkan data yang diperoleh dari total respondent 79 orang terdapat 12 orang yang berjenis kelamin laki-laki dengan presentase 15,2% dan terdapat 67 orang berjenis kelamin Perempuan dengan presentasi 84,8%. Jadi dapat disimpulkan bahwa respondent penelitian ini didominasi oleh Perempuan.

4) Analisis Jawaban Responden Menggunakan Skala Likert

Untuk mengukur jawaban responden dalam mengisi suatu kuesioner, Dalam penelitian ini, skala likert digunakan untuk mengukur tingkat pencapaian responden dalam mengisi kuesioner. Skala likert sendiri adalah metode yang memungkinkan responden menunjukkan kemampuan mereka. Adapun Langkah yang ditempuh untuk membuat skala likert ialah Mengumpulkan pertanyaan dan menjumlahkan jumlah skor untuk setiap jawaban.

Proses-proses berikut digunakan untuk menghitung tingkat pencapaian responden:

1. Melakukan tabulasi terhadap angket yang diisi oleh responden
2. Melakukan perhitungan setiap skor
3. Menghitung skor total

4. Meganalisis dengan analisis persentase

Adapun Rumus pencapaian responden sebagai berikut:

Tingkat Pencapaian Responden (TCR)=

$$TCR = \frac{\text{Skor Rata-Rata}}{\text{Skor Ideal Maksimum}} 100\%$$

Langkah-Langkah Perhitungan Skala Likert:

5. Tentukan bobot skornya:

Tabel 4.2

Bobot Skor Skala Likert

Pernyataan	Skor
Sangat Tidak Setuju	1
Kurang Puas	2
Cukup Puas	3
Puas	4
Sangat Puas	5

Sumber: Data Diolah (2025)

6. Catat jumlah responden di tiap kategori

- a. Sangat Tidak Puas: 4 Responden
- b. Kurang Puas: 10 Responden
- c. Cukup Puas: 20 Responden
- d. Puas: 25 Responden
- e. Sangat Puas: 20 Responden

7. Hitung total skor actual

$$(4 \times 1) + (10 \times 2) + (20 \times 3) + (25 \times 4) + (20 \times 5) = 4 + 20 + 60 + 100 + 100 = 284$$

8. Hitung skor maksimum

$$\text{Jumlah Responden} \times \text{Skor Maksimum} = 79 \times 5 = 395$$

9. Hitung Presentase Pencapaian

$$\frac{284}{395} \times 100\% = 71,9\%$$

10. Interpretasi (Kategori nilai)

Untuk kategori penilai pencapaian responden ialah sebagai berikut:

Tabel 4.3

Kategori Pencapaian Responden

Persentase	Kategori
0%-24,99%	Sangat Tidak Puas
25%-49,99%	Kurang Puas
50%-74,99%	Cukup Puas
75%-89,99%	Puas
90%-100%	Sangat Puas

Sumber: Data Diolah 2025

1. Hasil jawaban pertanyaan variabel kualitas layanan (X1) Per item menggunakan skala likert

Tabel 4.4

Hasil jumlah jawaban pertanyaan X1 Per item

Variabel X1	STP	KP	CP	P	SP	Total Skor	TCR	Kategori
X1.1	0	1	23	44	11	302	76.46%	Puas
	0,0%	1,3%	29.1%	55.7%	13,9%			
X1.2	0	1	25	42	11	300	75.9%	Puas
	0.0%	1.3%	31.6%	42%	13.9%			
X1.3	0	1	29	40	9	294	74.43%	Cukup
	0.0%	1.3%	36.7%	50.6%	11.4%			Puas
X1.4	1	1	29	38	10	292	73.92%	Cukup
	1.3%	1.3%	36.7%	48.1%	12.7%			Puas
X1.5	0	2	24	40	13	301	76.20%	Puas
	0.0%	2.5%	30.4%	50.6%	16.5%			

Sumber: Data primer yang diolah Spss 22, 2025

Berdasarkan table 4.4 di atas dapat dilihat bahwa total pencapaian responden atau (TCR) sebanyak 3 item variabel yang memenuhi kategori puas yaitu 76,46% sebanyak 1 item, 75.9% sebanyak 1 item dan 76.20% sebanyak 1 item yang tersisa yaitu sebesar 74. 43% dan 73.92% memenuhi kategori cukup puas

2. Hasil jawaban pertanyaan variabel religiusitas (X2) Per item menggunakan skala likert

Tabel 4.5

Hasil jumlah jawaban pertanyaan X2 Per item

Variabel X2	STP	KP	CP	P	SP	Total Skor	TCR	Kategori
X2.1	2	2	23	38	14	297	75.19%	Puas
	2.5%	2.5%	29.1%	48.1%	17.7%			
X2.2	0	0	17	43	19	318	80.51%	Puas
	0.0%	0.0%	21.5%	54.4%	24.1%			
X2.3	0	3	23	39	14	301	76.20%	Puas
	0.0%	3.8%	29.1%	49.4%	17.7%			
X2.4	0	1	27	36	15	302	76.46%	Puas
	0.0%	1.3%	34.2%	45.6%	19.0%			
X2.5	0	0	29	35	15	302	76.46%	Puas
	0.0%	0.0%	36.7%	44.3%	19.0%			

Sumber: Data primer yang diolah Spss 22, 2025

Berdasarkan tabel 4.5 di atas dapat dilihat bahwa total pencapaian responden atau (TCR) sebanyak 5 item variabel yang memenuhi kategori puas yaitu 75. 19 % sebanyak 1 item, 80.51% sebanyak 1 item dan 76.20% sebanyak 1 item, 76.46% dan 76.46% dua item ini memenuhi kategori puas. Jadi semua item di variabel X2 masuk dalam kategori puas

3. Hasil jawaban pertanyaan variabel kepuasan menabung (Y) Per item menggunakan skala likert

Tabel 4.6

Hasil jumlah jawaban pertanyaan Y Per item

Variabel Y	STP	KP	CP	P	SP	Total Skor	TCR	Kategori
Y1	0	4	25	38	12	295	74.68%	Cukup Puas
	0.0%	5.1%	31.6%	48.1%	15.2%			
Y2	1	0	27	39	12	298	75.44%	Puas
	1.3%	0.0%	34.2%	49.4%	15.2%			
Y3	0	2	27	34	16	301	76.20%	Puas
	0.0%	2.5%	34.2%	43.0%	20.3%			
Y4	0	1	25	39	14	303	76.71%	Puas
	0.0%	1.3%	31.6%	49.4%	17.7%			
Y5	1	1	23	39	15	303	76.71%	Puas
	1.3%	1.3%	29.1%	49.4%	19.0%			
Y6	0	0	20	46	13	309	78.23%	Puas
	0.0%	0.0%	25.3%	58.2%	16.5%			
Y7	0	2	27	40	10	295	74.68%	Cukup Puas
	0.0%	2.5%	34.2%	50.6%	12.7%			
Y8	0	2	27	42	8	293	74.18%	Cukup Puas
	0.0%	2.5%	34.2%	53.2%	10.1%			
Y9	0	2	25	36	16	303	76.71%	Puas
	0.0%	2.5%	31.6%	45.6%	20.3%			

Sumber: Data primer yang diolah Spss 22, 2025

Berdasarkan tabel 4.6 di atas dapat dilihat bahwa total pencapaian responden atau tcr sebanyak 6 item variabel yang memenuhi kategori puas yaitu 75.44 % sebanyak 1 item, 76.20% sebanyak 1 item dan 76.71% sebanyak 3 item, 78.23% sebanyak 1 item dan yang tersisa yaitu sebesar 74.68% sebanyak 2 item dan 74.18% memenuhi kategori cukup puas

3. Pengujian Dan Hasil Uji Analisis Instrument Penelitian

1) Uji Validitas

Uji validitas dilakukan pada setiap item kuesioner dengan tujuan untuk menentukan valid atau tidaknya setiap pernyataan. Uji validitas ini dilakukan dengan asumsi bahwa ketika nilai r -hitung $>$ r -tabel dengan nilai $df = n-2$ dan nilai sig 5% (0,05) maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.

Hasil r hitung dibandingkan dengan r tabel dimana $df=n-2$ dengan sig 5% maka $(df) = 79-2 = 77$ di dapat r table sebesar 0,218. Jika r -hitung $>$ r -tabel maka suatu pernyataan dinyatakan valid dan sebaliknya. Untuk mengetahui hasil uji validitas dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:

Gambar 6.6 Distribusi Nilai rtabel signifikansi 5% dan 1%

Tabel r untuk df = 51 - 100					
df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

1) Uji Validitas Untuk Variabel Kualitas Layanan (X1)

Tabel 4.7

Hasil Uji Validitas X1

Item	r-hitung	r-table	Hasil
X1.1	0,787	0,218	Valid
X1.2	0,749	0,218	Valid
X1.3	0,677	0,218	Valid
X1.4	0,738	0,218	Valid
X1.5	0,639	0,218	Valid

Sumber: Data primer yang Diolah Spss 22, 2025

Berdasarkan table hasil pengujian validitas Kualitas Layanan (X1) kuesioner menunjukan bahwa 5 item dari variabel adalah valid dari uji validitas kuesioner. Setelah melalui proses data statistic melalui SPSS 22, dengan sig <0,05 dan nilai dari 79 responden sebagai uji validitas > 0,218 sehingga untuk nilai r-hitung > r-tabel telah terpenuhi

2) Uji Validitas Untuk Variabel Religiusitas (X2)

Tabel 4.8

Hasil Uji Validitas X2

Item	r-hitung	r-table	Hasil
X2.1	0,662	0,218	Valid
X2.2	0,717	0,218	Valid
X2.3	0,794	0,218	Valid
X2.4	0,759	0,218	Valid
X2.5	0,634	0,218	Valid

Sumber: Data primer yang Diolah Spss 22, 2025

Berdasarkan table hasil pengujian validitas Religiusitas (X2) kuesioner menunjukkan bahwa 5 item dari variabel adalah valid dari uji validitas kuesioner. Setelah melalui proses data statistic melalui SPSS 22, dengan sig <0,05 dan nilai dari 79 responden sebagai uji validitas > 0,218 sehingga untuk nilai r-hitung > r-tabel telah terpenuhi.

3) Uji Validitas Untuk Variabel Kepuasan Menabung (Y)

Tabel 4.9

Hasil Uji Validitas Y

Item	r-hitung	r-table	Hasil
Y.1	0,619	0,218	Valid
Y.2	0,758	0,218	Valid
Y.3	0,675	0,218	Valid
Y.4	0,804	0,218	Valid
Y.5	0,702	0,218	Valid
Y.6	0,767	0,218	Valid
Y.7	0,783	0,218	Valid
Y.8	0,716	0,218	Valid
Y.9	0,737	0,218	Valid

Sumber: Data primer yang diolah Spss 22, 2025

Berdasarkan table hasil pengujian validitas Kualitas Layanan (Y) kuesioner menunjukkan bahwa 9 item dari variabel adalah valid dari uji validitas kuesioner. Setelah melalui proses data statistic melalui SPSS 22, dengan sig <0,05 dan nilai dari 79 responden sebagai uji validitas > 0,218 sehingga untuk nilai r-hitung > r-tabel telah terpenuhi.

2) Uji Reabilitas

Uji Reliabilitas mengukur variabel yang digunakan melalui pertanyaan atau pernyataan yang digunakan. Uji reliabilitas dilakukan dengan melakukan perbandingan antara nilai Cronbach's alpha dengan tingkat atau taraf signifikan yaitu 0,60. Kriteria pengujiannya yaitu: Jika nilai Cronbach's alpha $> 0,60$, maka instrumen dikatakan reliabel. Jika nilai Cronbach's alpha $< 0,60$ maka instrumen dikatakan tidak reliabel.

Adapun hasil dari uji reliabilitas yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu:

Table 4.10

Hasil Uji Relibialitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Layanan	$0,763 > 0,60$	Reliabel
Religiusitas	$0,754 > 0,60$	Reliabel
Kepuasan Menabung	$0,887 > 0,60$	Reliabel

Dari keterangan tabel 4.10 dapat diketahui bahwa hasil uji reliabilitas memperlihatkan semua item pernyataan nilai Cronbach's alpha $> 0,60$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa reliabel atau dapat dipercaya untuk digunakan ke tahap selanjutnya.

3) Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Untuk memastikan apakah model regresi, variabel independen, dan keduanya memiliki sirkulasi normal atau tidak normal, dan mempunyai tujuan yaitu untuk melihat dan menilai dari tersebarnya data pada suatu kelompok data atau variabel.

Pengambilan kesimpulan untuk dapat menentukan apakah suatu data mengikuti distribusi yang normal atau tidak normal adalah dengan menilai signifikasinya menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*.

- a) Jika signifikansi $> 0,05$ maka variabel berdistribusi normal
- b) Jika signifikansi $< 0,05$ maka variabel tidak berdistribusi normal

Berikut table hasil uji normalitas menggunakan *One-Sample Kolmogorov Smirnov*:

Tabel 4.11

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		79
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.91837619
Most Extreme Differences	Absolute	.099
	Positive	.099
	Negative	-.069
Test Statistic		.099
Asymp. Sig. (2-tailed)		.054 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Data primer yang diolah Spss 22, 2025

Berdasarkan table diatas, nilai signifikansinya adalah 0,054 dan nilai signifikansi ini $> 0,05$. Ini menunjukkan bahwa nilai residual mengetahui nilai kesalahan (selisih), antara nilai data sebenarnya dan nilai data hasil peramalan) yang diperoleh dari hasil data kontribusi normal.

b) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menentukan apakah ada atau tidaknya hubungan linear antara variabel independen dalam model regresi. Uji multikolinearitas di lihat dari nilai toleransi dan Sebaliknya, variance inflation factor (VIF). Jika nilai toleransi $> 0,1$ dan $VIF < 10$, maka tidak ada multikolinearitas. Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat di bawah ini:

Tabel 4.12

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1(Constant)	4.592	2.637		1.742	.086		
KUALITAS L	.546	.198	.286	2.760	.007	.446	2.242
RELIGIUSITAS	1.002	.186	.560	5.398	.000	.446	2.242

a. Dependent Variable: KEPUASAN MENABUNG

Sumber: Data primer yang diolah Spss 22,2025

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai Tolerance dan VIF untuk masing-masing variabel penelitian ini sebagai berikut:

a) Nilai Tolerance untuk indikator X1 Kualitas Layanan sebesar $0.446 > 0,1$ dan nilai VIF sebesar $2.242 < 10$ sehingga variabel X1 di nyatakan tidak terjadi multikolinearitas.

b) Nilai Tolerance untuk indikator X2 Religiusitas sebesar $0.446 > 0,1$ dan nilai VIF sebesar $2.242 < 10$ sehingga variabel X2 di nyatakan tidak terjadi multikolinearitas

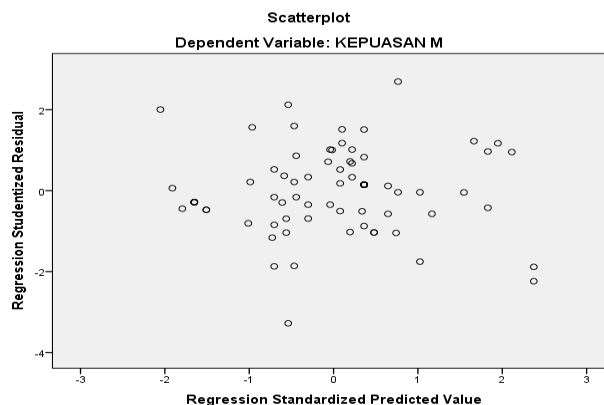
c) Uji Heteroskedastistas

Untuk menguji heteroskedastistas, uji pada grafik digunakan. Ini dapat dilakukan dengan melihat grafik *Scatterplot*. Dalam penelitian ini. Uji heteroskedasitas ditunjukkan di bawah ini:

a) Jika terdapat pola (*plot*) tertentu, seperti titik-titik membentuk suatu pola yang teratur maka terjadi heteroskedastisitas.

b) Jika pola (*plot*) yang jelas atau plot titik-titik menyebar tidak teratur, menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y secara acak, maka tidak terjadi heteroskedastisitas atau model bersifat homokedasitas

Gambar 7.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data Diolah SPSS 22,2025

Berdasarkan gambar di atas, terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y, tidak berkumpul di suatu tempat serta tidak membentuk pola tertentu sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas.

4) Uji Hipotesis

a) Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini bertujuan untuk mengeksplorasi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen menggunakan skala pengukuran rasio dalam sebuah persamaan linear. Pengujian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh kualitas layanan dan religiusitas terhadap kepuasan menabung. Analisis regresi berganda ini dilakukan menggunakan program SPSS versi 22. Hasil analisis regresi linear berganda ditunjukkan sebagai berikut:

Tabel 4.13

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.592	2.637		1.742	.086
KUALITAS L	.546	.198	.286	2.760	.007
RELIGIUSITAS	1.002	.186	.560	5.398	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN M

Sumber: Data primer yang diolah Spss 22, 2025

Berdasarkan tabel diatas persamaan analisis regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = 4.592 + 0.546 X_1 + 1.002 X_2 + e$$

Keterangan:

- 1) Nilai konstanta sebesar 4.592 berarti jika variabel Kualitas Layanan dan Religiusitas memiliki nilai 0 maka Kepuasan Nasabah sebesar 4.592
- 2) Nilai koefisien pada variabel Kualitas Layanan sebesar 0,546 yang berarti jika variabel Kualitas Layanan naik sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan Kepuasan Menabung sebesar 0,546 atau 54,6%.
- 3) Nilai koefisien pada variabel Religiusitas sebesar 1.002 yang berarti jika variabel Religiusitas naik sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan Kepuasan Menabung sebesar 1.002 atau 100,2 %

b) Uji t (Parsial)

Uji parsial atau uji t ini bertujuan untuk menilai seberapa besar pengaruh masing-masing variabel penjelas (independen), yaitu Kualitas Layanan (X1) dan Religiusitas (X2), secara individual terhadap variabel terikat (dependen). Kepuasan Menabung (Y) dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan Tingkat kesalahan $< 0,05$ untuk degree freedom (df) = $n - k - 1$ adalah $79 - 2 - 1$, maka t_{tabel} nya ialah 1.992. berikut ialah hasil uji statistic parsial:

Tabel 4.14
Hasil Uji t (Persial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.592	2.637		1.742	.086
KUALITAS L	.546	.198	.286	2.760	.007
RELIGIUSITAS	1.002	.186	.560	5.398	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN MENABUNG

Sumber: Data primer yang diolah Spss 22,2025

Berdasarkan table diatas dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Variabel Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Menabung.
 Dengan melihat uji dapat diketahui nilai signifikan $0,007 < 0,05$ yang berarti Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Menabung. Selanjutnya dengan memperhatikan nilai $t_{hitung} 2.760 > t_{tabel} 1.992$ sehingga dapat dikatakan variabel Kualitas Layanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Menabung. Dengan demikian **H_{a1} diterima.**
- 2) Variabel Religiusitas berpengaruh terhadap Kepuasan Menabung. Dengan melihat uji dapat diketahui nilai signifikan $0,000 < 0,05$ yang berarti Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Menabung. Selanjutnya dengan memperhatikan nilai $t_{hitung} 5.398 > t_{tabel} 1.992$ sehingga dapat dikatakan variabel Religiusitas secara parsial

berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Menabung. Dengan demikian maka **H_{a2} diterima**.

c) Uji F (Simultan)

Uji simultan ini ialah suatu uji untuk mengetahui apakah semua variabel independen Kualitas Layanan (X1), RELigiusitas (X2) secara Simultan terhadap variabel (dependen) Kepuasan Menabung (Y) dengan $f_{hitung} > f_{tabel}$ dengan rumus (k; n-k) adalah (2 : 79-2), maka f_{tabel} 3,114. Model regresi diuji secara simultan dengan mempertimbangkan signifikansi (sig), dan jika nilai sig < 0,05, maka variabel independen tersebut berpengaruh terhadap variabel dependen. Uji F ini bertujuan untuk menentukan apakah terdapat pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen secara simultan. Berikut Hasil Uji F:

Tabel 4.16

Hasil Uji F (simultan)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1155.199	2	577.600	66.079	.000 ^b
Residual	664.320	76	8.741		
Total	1819.519	78			

a. Dependent Variable: KEPUASAN M

b. Predictors: (Constant), RELIGIUSITAS, KUALITAS L

Sumber: Data primer yang diolah Spss 22, 2025

Berdasarkan hasil uji simultan (uji f) pada tabel diatas, menunjukkan bahwa Kualitas Layanan (X1), Religiusitas (X2) terhadap Kepuasan Menabung (Y) yaitu bernilai sig 0,000 < 0,05 dengan nilai f_{hitung} 66.079 > nilai f_{tabel} 3,114. Hal tersebut membuktikan bahwa H_{a3} diterima, artinya terdapat pengaruh Kualitas Layanan (X1) dan Religiusitas (X2) berpengaruh simultan terhadap Kepuasan Menabung (Y) secara signifikan.

d) Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi, yang dilambangkan dengan R^2 , adalah sebuah metrik yang digunakan untuk mengukur seberapa Kontribusi variabel independen (X1, X2) terhadap variabel dependen (Y). Berikut Hasil Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)

Tabel 4.18
Hasil Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.797 ^a	.635	.625	2.957

a. Predictors: (Constant), RELIGIUSITAS, KUALITAS L

Sumber: Data primer yang diolah Spss 22,2025

Menunjukkan bahwa nilai R Square (R^2) sebesar 0,635 atau 63,5 % yang menunjukkan besarnya hubungan atau kolerasi antara variabel independen dengan variabel dependen artinya sebesar 63,5 % variabel

independen berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Sementara sisanya (100%-63,5%) 36,5% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. PEMBAHASAN

Berdasarkan data kuesioner yang telah didapatkan oleh peneliti, penelitian ini didominasi oleh nasabah bank syariah Indonesia yang merupakan generasi muda yang tinggal di Mahad Al-Jami'ah IAIN Curup yang berjumlah 79 responden yang telah mengisi kuesioner yang disebar melalui aplikasi WhatsApp via chat group maupun chat pribadi. Berdasarkan data yang diperoleh dari total keseluruhan 79 responden terdapat 12 orang laki-laki dengan presentasi 15,2% dan 67 perempuan dengan presentase 84,8%. Dengan presentase usia 38 orang berusia 18 sampai 20 tahun dengan persentase 48,1% dan 41 orang untuk umur 21 sampai 23 tahun dengan persentase 51,9%.

Berdasarkan analisis data pada penelitian ini dari setiap indikator yang dibuat Telah teruji validitasnya dan sudah dimasukkan ke model analisis data melalui aplikasi SPSS versi 22 dengan uji hipotesis beserta rinciannya sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Layanan (X1) terhadap Kepuasan Menabung (Y) Generasi Muda di Bank Syari'ah Melalui BYOND by BSI

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dipaparkan sebelumnya dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan menabung penelitian ini melibatkan 79 responden dari nasabah bank syariah Indonesia yang menggunakan

aplikasi BYOND by BSI. Berdasarkan data yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner, hasil uji t menunjukkan bahwa dapat diketahui nilai signifikan $0,007 < 0,05$ dengan memperhatikan nilai $t_{\text{hitung}} 2.760 > t_{\text{tabel}} 1.992$ sehingga dapat dikatakan variabel Kualitas Layanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Menabung. Dengan demikian **H_{a1} diterima**. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan menabung generasi muda melalui BYOND by BSI. Temuan ini selaras dengan prinsip-prinsip islam sebagaimana disebutkan dalam Al-Qur'an dalam surah An-Nahl ayat 90:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَايَ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ
وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ ۚ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

“Sesungguhnya allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat Kebajikan, memberi bantuan kepada kerabat, dan dia melarang (melakukan) perbuatan keji, kemungkaran, dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil Pelajaran.”¹²

Ayat ini menekankan pentingnya prinsip keadilan dan ihsan (pelayanan terbaik) dalam kehidupan, termasuk dalam praktik pelayanan jasa keuangan syari'ah. Dengan memberikan layanan yang berkualitas, bank telah menjalankan prinsip ihsan yang dapat menumbuhkan kepuasan dan kepercayaan nasabah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yakni penelitian yang dilakukan Teuku Muhammad Rizki Busyra (2024) dengan

¹² Al-Qur'an Surah An-Nisa: 29, Kementerian Agama Republik Indonesia, Al-Qur'an dan Terjemahannya, (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019), 125.

judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Mobile Banking Perbankan Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah Di Aceh Studi Kasus Bank Syariah Indonesia (BSI)”**¹³ Dimana dalam penelitian ini menggunakan metode *Importance performance Analysis* (IPA) dan *Metode Customer Satisfaction Index* (CSI). Adapun sampel pada penelitian ini sebanyak 100 sampel yang mana dengan menyebar menggunakan kuesioner *google form*. Dari hasil penelitian didapatkan CSI sebesar 71,40% yang mana angka tersebut dikategorikan puas. Adapun gap antara harapan dan kepuasan didapatkan rata-rata sebesar 0,456 yang berarti secara keseluruhan layanan mobile banking yang diberikan masih belum sesuai dengan yang diharapkan oleh para nasabah pengguna *mobile banking* di Aceh. Adapun dari hasil metode IPA variabel yang sangat penting untuk dibenahi adalah jaminan BSI atas data nasabah, keamanan data transaksi dan jaminan pengembalian dana apabila ada nasabah yang kehilangan.

2. Pengaruh Religiusitas (X2) terhadap Kepuasan Menabung (Y) Generasi Muda di Bank Syari’ah Melalui BYOND by BSI

Berdasarkan hasil uji pada penelitian ini dinyatakan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan menabung penelitian ini melibatkan 79 respon dari nasabah bank syariah Indonesia yang tinggal di Mahad Al-Jami’ah IAIN Curup. Berdasarkan hasil data dengan melihat Uji t dapat diketahui nilai signifikan $0,000 < 0,05$, dan nilai $t\text{-hitung } 5.398 > t\text{-tabel } 1.992$ sehingga dapat dikatakan

¹³ Teuku Muhammad Rizki Busyra dan Luqyan Tamanni, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Mobile Banking Perbankan Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah Di Aceh Studi Kasus Bank Syariah Indonesia (BSI)” *Jurnal Inovasi Makro Ekonomi* Vol. 6 No. 1 April (2024), 33

variabel Religiusitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Menabung. Dengan demikian maka **H_{a2} diterima**. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang, semakin tinggi pula tingkat kepuasan mereka dalam menabung di Bank Syariah melalui aplikasi BYOND by BSI. Hal ini sesuai dengan nilai dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 2 yang menyatakan bahwa petunjuk diberikan bagi orang-orang bertakwa (muttaqin). Dalam konteks ini, generasi muda yang taat akan cenderung merasa lebih tenang dan puas saat menggunakan layanan keuangan berbasis syariah, sebagaimana disebutkan dalam qur'an surah Al-Baqaroh ayat 2:

ذَٰلِكَ الْكِتَابُ لَا رَيْبَ فِيهِ هُدًى لِّلْمُتَّقِينَ

*“Kitab (Al-qur'an) ini tidak ada keraguan padanya, petunjuk bagi mereka yang bertakwa”*¹⁴

Ayat ini mengarah langsung pada kondisi batin dan kesadaran spiritual seseorang (muttaqin), yang sangat cocok untuk menjelaskan kenapa seseorang yang religious akan merasa lebih puas jika aktivitas menabungnya sesuai syariat.

Hasil ini relevan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Juli Darma Yanti, Denta Safitri, Rozalinda, Ahmad Wira (2024) dengan judul **“Pengaruh Literasi Keuangan Syari'ah, Religiusitas Terhadap Minat Generasi Z Menggunakan Asuransi Syari'ah”**¹⁵ Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana minat generasi Z untuk

¹⁴ Al-Qur'an Surah Al-Baqarah: 2, Kementerian Agama Republik Indonesia, Al-Qur'an dan Terjemahannya, (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019), 2.

¹⁵ Juli Darma Yanti, Denta Safitri, Rozalinda, Ahmad Wira, “Pengaruh Literasi Keuangan Syari'ah, Religiusitas Terhadap Minat Generasi Z Menggunakan Asuransi Syari'ah”, *Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis* Volume 7, Nomor 2, (2024), 34

menggunakan asuransi syariah dipengaruhi oleh tingkat keyakinan agama dan literasi keuangan syariah, dengan menggunakan metodologi kuantitatif dan mengumpulkan data primer melalui kuesioner. Sumber data dalam penelitian ini ialah generasi z di Kota Padang, Analisis regresi adalah teknik analisis data yang menggunakan alat uji analisis SPSS. Hasil penelitian terlihat bahwa apabila tingkat pengetahuan tentang literasi keuangan syari'ah dari gen z juga akan meningkatkan minat generasi z dalam menggunakan asuransi syari'ah. Ditinjau dari aspek religiusitas generasi z memiliki nilai religiusitas yang tinggi, namun masih mengabaikan produk produk syari'ah khususnya asuransi syari'ah.

3. Pengaruh Kualitas Layanan (X1) dan Religiusitas (X2) Terhadap Kepuasan Menabung (Y) Generasi Muda di Bank Sayri'ah Melalui BYOND by BSI

Berdasarkan hasil olah data yang telah dipaparkan sebelumnya, menunjukkan bahwa hasil uji simultan (uji f) menunjukkan bahwa Kualitas Layanan (X1), Religiusitas (X2) terhadap Kepuasan Menabung (Y) yaitu bernilai $\text{sig } 0,000 < 0,05$ dengan nilai $f_{\text{hitung}} 66.079 > \text{nilai } f_{\text{tabel}} 3,114$. Hal tersebut membuktikan bahwa H_{a3} **diterima**, artinya terdapat pengaruh Kualitas Layanan (X1) dan Religiusitas (X2) berpengaruh simultan terhadap Kepuasan Menabung (Y) secara signifikan. Hal ini sesuai dengan Al-Qur'an Surah At-Taubah ayat 105:

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ
الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُم بِمَا كُنتُمْ تَعْمَلُونَ

“Dan katakanlah, “Bekerjalah kamu, maka Allah akan melihat pekerjaanmu, begitu juga Rasul-nya dan orang-orang mukmin, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah), yang mengetahui yang gaib dan yang nyata, lalu diberitakan-nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan”¹⁶

Ayat tersebut menegaskan pentingnya bekerja secara sungguh-sungguh karena setiap amal akan dinilai oleh Allah, Rasul, dan orang-orang mukmin. Dalam konteks perbankan syariah, ini mencerminkan bahwa pelayanan kepada nasabah termasuk melalui platform digital BYOND by BSI harus dilakukan secara profesional dan penuh tanggung jawab. Di sisi lain, ayat ini juga mencerminkan nilai religiusitas, karena kesadaran bahwa Allah selalu mengawasi menjadi motivasi bagi individu untuk memilih layanan yang sesuai dengan syariat Islam. Ketika kedua aspek ini bersinergi, maka akan tercipta kepuasan menabung yang tidak hanya bersifat fungsional, tetapi juga spiritual.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Erna Kartika Sari (2023) dengan judul “Pengaruh Religiusitas, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Muamalat Indonesia Kcp Madiun”¹⁷ Penelitian ini tentang pengaruh religiusitas, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas nasabah di salah satu bank yang ada di kota Madiun. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuktikan secara empiris pengaruh Religiusitas, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Nasabah di Bank Muamalat KCP Madiun. Metode

¹⁶ Al-Qur'an Surah At-Taubah: 105, Kementerian Agama Republik Indonesia, Al-Qur'an dan Terjemahannya, (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019), 212.

¹⁷ Erna Kartika Sari “Pengaruh Religiusitas, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Muamalat Indonesia Kcp Madiun”, Universitas PGRI Madiun (2023), diunduh dari 5045-12469-1-SM.pdf 2025, 57.

penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan Software SPSS versi 24. Penelitian ini dilakukan pada nasabah bank Muamalat KCP Madiun dengan pengambilan sampel menggunakan Purposive Sampling dan diperoleh sebanyak 312 responden. Hasil penelitian ini adalah Religiusitas memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, Kepuasan Pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

C. IMPLIKASI PENELITIAN

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat dikembangkan implikasi penelitian yakni:

1. Implikasi teoritis

Hasil penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam memahami faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Menabung dan bagaimana faktor-faktor tersebut dapat diterapkan dalam praktik. Beberapa implikasi dari hasil penelitian ini antara lain:

a. Pentingnya Kualitas Layanan dalam Meningkatkan Kepuasan Menabung

Temuan bahwa Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Menabung menunjukkan bahwa pelayanan yang baik, seperti kecepatan dan kualitas interaksi dengan nasabah, dapat meningkatkan kepuasan mereka dalam menabung. Hal ini menekankan bahwa lembaga keuangan perlu memastikan bahwa mereka memberikan pelayanan yang optimal untuk

mempertahankan nasabah dan meningkatkan tingkat kepuasan mereka.

b. Peran Religiusitas dalam Keputusan Menabung

Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa Religiusitas memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Menabung menunjukkan bahwa nilai-nilai religius dapat mempengaruhi bagaimana seseorang merasa puas dengan keputusan menabungnya. Lembaga keuangan perlu memperhatikan faktor ini, terutama dalam memberikan layanan yang sensitif terhadap kebutuhan dan nilai-nilai pribadi nasabah.

c. Kepuasan Menabung sebagai Faktor Kunci dalam Meningkatkan Keterlibatan Nasabah

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa Kepuasan Menabung dipengaruhi oleh faktor-faktor yang lebih dari sekadar aspek finansial. Hal ini mengarah pada pemahaman bahwa dalam konteks menabung, aspek emosional dan psikologis seperti pelayanan yang baik dan rasa nyaman dengan nilai-nilai yang dianut juga mempengaruhi keputusan nasabah untuk terus menabung dan berinteraksi dengan lembaga keuangan.

d. Pentingnya Meningkatkan Pengalaman Nasabah dalam Layanan Keuangan

Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa meningkatkan Kualitas Layanan dapat berkontribusi besar terhadap kepuasan nasabah dalam menabung. Oleh karena itu, lembaga keuangan

sebaiknya fokus pada peningkatan pengalaman nasabah mereka, bukan hanya dari segi layanan finansial, tetapi juga dari segi interaksi personal dan kenyamanan yang diberikan kepada nasabah.

Berikut adalah faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan nasabah.:

- 1) Kualitas Produk atau Layanan: Kualitas produk atau layanan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.
- 2) Kualitas Pelayanan: Responsif, ramah, dan efisien dalam memberikan layanan kepada pelanggan.
- 3) Harga yang Wajar: Harga yang sesuai dengan nilai yang diberikan oleh produk atau layanan.
- 4) Ketersediaan dan Aksesibilitas: Kemudahan dalam memperoleh produk atau layanan yang diinginkan.
- 5) Pengalaman Pengguna: Pengalaman positif dalam menggunakan produk atau layanan serta interaksi dengan perusahaan.
- 6) Reputasi dan Kepercayaan: Kepercayaan terhadap perusahaan serta reputasi baik dalam memenuhi janji kepada pelanggan.
- 7) Hubungan Personal: Kualitas hubungan antara perusahaan dan pelanggan, termasuk pengakuan atas kebutuhan individu.
- 8) Harapan dan Persepsi: Sejauh mana produk atau layanan memenuhi atau melampaui harapan yang ada.
- 9) Loyalitas dan Pengalaman Sebelumnya: Pengalaman positif sebelumnya serta tingkat loyalitas terhadap merek atau perusahaan.

Faktor-faktor ini saling terkait dan dapat berbeda-beda dalam pengaruhnya tergantung pada industri, produk, atau layanan yang ditawarkan

oleh pihak bank. Menjaga kualitas dalam setiap aspek ini dapat membantu meningkatkan kepuasan nasabah. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini memberikan wawasan yang dapat digunakan oleh lembaga keuangan untuk meningkatkan hubungan mereka dengan nasabah, dengan memperhatikan faktor-faktor seperti Kualitas Layanan dan Religiusitas yang dapat mempengaruhi kepuasan dan keputusan nasabah dalam menabung.

1. Implikasi praktis

Hasil penelitian ini memiliki beberapa implikasi praktis yang dapat diterapkan oleh lembaga keuangan atau bank untuk meningkatkan Kepuasan Menabung, nasabah. Berdasarkan temuan penelitian, beberapa langkah praktis yang dapat diambil antara lain:

a. Peningkatan Kualitas Layanan untuk Meningkatkan Kepuasan Nasabah

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Menabung. Oleh karena itu, lembaga keuangan perlu fokus pada peningkatan kualitas pelayanan, baik dalam hal kecepatan layanan, kemudahan akses, serta keterbukaan dalam komunikasi dengan nasabah. Dengan meningkatkan kualitas pelayanan, nasabah akan merasa lebih puas dan cenderung lebih setia kepada lembaga keuangan tersebut.

b. Mengintegrasikan Nilai Religiusitas dalam Layanan Keuangan

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa Religiusitas memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Menabung. Lembaga keuangan dapat mempertimbangkan untuk menyesuaikan layanan mereka dengan nilai-nilai religius nasabah, misalnya dengan menyediakan produk tabungan yang sesuai

dengan prinsip-prinsip agama, seperti tabungan yang bebas riba. Dengan demikian, lembaga keuangan dapat lebih mendekatkan diri dengan nasabah yang memiliki nilai religius yang kuat.

c. Penyusunan Strategi Pemasaran yang Berbasis Kepuasan Nasabah

Temuan bahwa Kualitas Layanan dan Religiusitas berpengaruh terhadap kepuasan nasabah memberikan insight bahwa lembaga keuangan harus mengembangkan strategi pemasaran yang lebih berbasis pada kepuasan dan kebutuhan nasabah, bukan hanya pada produk keuangan yang ditawarkan. Kampanye pemasaran dapat dilakukan dengan menyoroti kualitas layanan dan mengkomunikasikan nilai-nilai yang sesuai dengan aspirasi religius nasabah.

d. Fokus pada Pengembangan Layanan yang Berfokus pada Nasabah

Hasil penelitian ini menekankan pentingnya pengalaman nasabah dalam layanan keuangan. Oleh karena itu, lembaga keuangan dapat lebih memperhatikan umpan balik dan saran dari nasabah untuk memperbaiki layanan yang ada. Misalnya, menyediakan layanan yang lebih cepat, lebih responsif terhadap keluhan nasabah, serta menyediakan layanan yang ramah dan menyenangkan.

Dengan demikian, lembaga keuangan yang menerapkan hasil penelitian ini dapat memperbaiki kualitas hubungan mereka dengan nasabah, meningkatkan kepuasan nasabah, dan pada akhirnya mendorong peningkatan loyalitas serta penambahan jumlah nasabah baru.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti serta dari hasil uji pengolahan data SPSS 22. Mengenai Pengaruh Kualitas Layanan dan Religiusitas Terhadap Kepuasan Menabung. Dengan demikian, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji diperoleh kesimpulan bahwa variabel Kualitas Layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Menabung. uji t menunjukkan bahwa dapat diketahui nilai signifikan $0,007 < 0,05$ dengan memperhatikan nilai t-hitung $2.760 > t\text{-tabel } 1.992$ sehingga dapat dikatakan variabel Kualitas Layanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Menabung. Dengan demikian H_{a1} diterima. Yaitu Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Menabung Generasi Muda Di Bank Syari'ah Melalui BYOND by BSI.
2. Berdasarkan hasil uji diperoleh kesimpulan bahwa variabel Religiusitas memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Menabung Generasi Muda Di Bank Syari'ah Melalui BYOND by BSI. Dibuktikan dengan melihat Uji t dapat diketahui nilai signifikan $0,000 < 0,05$, dan nilai t-hitung $5.398 > t\text{-tabel } 1.992$ sehingga dapat dikatakan variabel Religiusitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Menabung. Dengan demikian maka H_{a2} diterima. Yaitu Religiusitas berpengaruh terhadap Kepuasan Menabung Generasi Muda Di Bank Syari'ah Indonesia Melalui BYOND By BSI.

3. Berdasarkan hasil hipotesis pada penelitian ini adalah adanya pengaruh Kualitas Layanan (X_1), dan Religiusitas (X_2) terhadap Kepuasan Menabung (Y). berdasarkan hasil nilai uji f yaitu bernilai $\text{sig } 0,000 < 0,05$ dengan nilai $f_{hitung} 66.079 > \text{nilai } f_{tabel} 3,114$. Hal tersebut membuktikan bahwa H_{a3} diterima, artinya terdapat pengaruh Kualitas Layanan (X_1) dan Religiusitas (X_2) berpengaruh simultan terhadap Kepuasan Menabung (Y) secara signifikan.

B. Saran

Lembaga keuangan sebaiknya terus berupaya meningkatkan kualitas layanan yang diberikan kepada nasabah. Hal ini dapat dilakukan dengan cara meningkatkan pelatihan kepada karyawan agar mereka dapat memberikan pelayanan yang cepat, efisien, dan ramah. Selain itu, memperbaiki sistem teknologi informasi agar nasabah dapat mengakses layanan dengan lebih mudah dan cepat juga sangat penting. Pemahaman terhadap Nilai Religiusitas Nasabah. Mengingat bahwa Religiusitas mempengaruhi kepuasan menabung, lembaga keuangan disarankan untuk lebih memperhatikan nilai-nilai religius yang dianut oleh nasabah. Salah satu cara untuk melakukannya adalah dengan menyediakan produk-produk tabungan yang sesuai dengan prinsip-prinsip agama, seperti tabungan syariah. Dengan begitu, nasabah yang memiliki nilai religiusitas yang kuat dapat merasa lebih puas dan nyaman dalam menggunakan layanan tersebut.

Mengembangkan Program Kepuasan Nasabah yang Berkelanjutan Lembaga keuangan disarankan untuk tidak hanya fokus pada peningkatan kualitas layanan yang bersifat transaksional, tetapi juga untuk mengembangkan program-program yang berfokus pada kepuasan nasabah secara keseluruhan. Misalnya, dengan memberikan rewards atau penghargaan kepada nasabah setia, memberikan

informasi yang berguna, serta menyediakan layanan personal yang menyesuaikan dengan kebutuhan spesifik nasabah. Peningkatan Komunikasi dengan Nasabah. Agar lebih memahami kebutuhan dan keinginan nasabah, lembaga keuangan perlu meningkatkan komunikasi dua arah dengan nasabah. Hal ini bisa dilakukan melalui survei kepuasan, forum diskusi, atau layanan customer service yang lebih responsif. Dengan memahami secara lebih mendalam apa yang diinginkan oleh nasabah, lembaga keuangan dapat merespons dengan lebih baik dan menyesuaikan layanan yang ada.

Evaluasi dan Penyempurnaan Layanan Secara Berkala. Lembaga keuangan sebaiknya secara berkala mengevaluasi dan menyempurnakan layanan yang ada untuk memastikan bahwa mereka selalu memenuhi harapan nasabah. Evaluasi dapat dilakukan melalui analisis data kepuasan nasabah, umpan balik langsung dari nasabah, serta memantau perkembangan tren di industri keuangan. Dengan demikian, lembaga keuangan dapat terus berinovasi dan memberikan layanan yang relevan dan berkualitas. Penelitian Lanjutan dengan Variabel Tambahan. Mengingat bahwa hasil penelitian ini menunjukkan adanya faktor-faktor lain yang mempengaruhi kepuasan menabung yang belum tercakup, disarankan untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan memasukkan variabel-variabel lain, seperti kemudahan akses, biaya layanan, atau teknologi keuangan. Penelitian lebih lanjut dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam konteks menabung.

Dengan mengikuti saran-saran ini, diharapkan lembaga keuangan dapat meningkatkan hubungan mereka dengan nasabah, meningkatkan kepuasan nasabah, dan pada akhirnya memperkuat posisi mereka di pasar.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Budi Darma, “Statiska Penelitian Menggunakan Spss (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linear Sederhana, Regresi Linear Berganda, Uji T, Uji F, R2)”, Bandung: Guepedia 2021.
- Duwi Priyatno, “Mandiri Belajar Analisis Data Dengan SPSS” Jogjakarta Mediakom, 2013.
- Fandy Tjiptono, Service Management: “Mewujudkan Layanan Prima” Yogyakarta: Andi, 2017.
- M. Iqbal Hasan, Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian Aan aplikasinya, (Bandung, graha Indonesia, 2018)
- MM. N. Nasution, “Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)”, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2017.
- Sayid Syekh, “Pengantar Statistik Ekonomi Dan Sosial”, Jakarta: Baung Persada, 2017.
- Singgih Santoso, “Statistik Multivariat”, Jakarta: Elex Media Komputindo, 2017.
- Sugiyono, “Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D”, Bandung: ALFABETA CV, 2018.

Skripsi

- Erna Kartika Sari, “*Pengaruh Religiusitas, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Muamalat Indonesia Kcp Madiun*”, Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi 5, Universitas PGRI Madiun 2023
- Faisal Podo, “*Layanan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Palopo*”, skripsi, Palopo, STAIN Palopo 2016
- Faiz Akbar Muhaimin, “*Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Tabungan Haji Bsi Melalui Bsi Mobile Dengan Persepsi Risiko Sebagai Variabel Moderasi*”, Skripsi, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta 2024

Muhammad Vadly Azhar Lubis, “Analisis Minat Nasabah pada Penggunaan Aplikasi BSI Mobile Dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Pelanggan”, skripsi, Medan, Universitas Sumatera Utara, 2021

Reni Aprilia, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Menabung Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo”, skripsi, (IAIN Ponorogo 2021

Jurnal

Ahmad Hidayatullah and Ediyanto, “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Bank Bsi Area Basuki Rahmat Situbondo)”, Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME), Vol. 1, No. 8, Agustus 2022

Alwahidin and Afni “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia”, ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting Vol 3, No 1, Tahun 2022

Ardiansyah, Risnita, and Jailani, “Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif.” IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam <http://ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id/index.php/ihsan> Volume 1 Nomor 2 Juli 2023

Aziz, Mukhsinun, and Lestari, “Analisis terhadap Manfaat Penggunaan Layanan Mobile Banking Bagi Nasabah Bank Syariah Indonesia (Bsi) Kcp Gombang Kebumen”, Journal of Management, Economics, and Entrepreneur

Dinda Puji Lestari, Wirawan Widjanarko, “Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan E-Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion jiniso.Id Di Marketplace shopee” Jurnal Economina, 2. No. 3, 2023

Efa Herdayanti and Handayani, dkk, “Analisis Kualitas layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Tabungan Negara (persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Balikpapan”, Jurnal Tugas Akhir Mahasiswa Akuntansi Poltekba, tahun 2019

Fadhilah and Yuliafitri, “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Bagi Hasil, Pendapatan, dan Kualitas Layanan Digital M-Banking Terhadap Keputusan Menabung Generasi Milenial Di Bank Syariah.” Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islami

Fadhilah Oktariani, “Pengaruh Fitur Layanan Dan Keamanan Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Pada Bank Syariah Indonesia Kc Palembang Demang Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening”, Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital Vol.01 No. 03 Januari-Maret 2024

Hastini and Fahmi, “Apakah Pembelajaran Menggunakan Teknologi dapat Meningkatkan Literasi Manusia pada Generasi Z di Indonesia”, jurnal manajemen informatika, Vol. 10 No. 1, Tahun 2020

Hasyim Hasanah. “Teknik-Teknik Observasi”. Jurnal at-taqaddum. Vol 8. No 1. 2016

Hidayat, “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pengguna Internet Banking Terhadap loyalitas Nasabah bank Syariah Indonesia (Bsi Kalirejo)”, Jurnal nisbah vol. 8 No. 1 Tahun 2022

Hidayat, “Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri.” 2022

Juli Darma Yanti, Denta Safitri, Rozalinda, Ahmad Wira, “Pengaruh Literasi Keuangan Syari’ah, Religiusitas Terhadap Minat Generasi Z Menggunakan Asuransi Syari’ah”, Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis Volume 7, Nomor 2, 2024

Kabarey and rina, “Pengaruh Kualitas Layanan Bri Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Bri Kantor Cabang Tobelo”, Jurnal UNIERA Volume 17, Nomor 2

Ketut Wira Parta, Deden Ismail, Nyoman Surya Wijaya, “Pengaruh Pelatihan Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan” Jurnal Paris (Jurnal Pariwisata Dan Bisnis), 2. No. 8 2023

M. Rifki Bakhtiar, Erawati Kartika dan Ika Listyawati, “Faktor-Faktor Pengaruh Minat Nasabah Pengguna Internet Banking Bank Syariah Mandiri” Jurnal Al-Tijaroh, 6. No.3 2020

M. waruwu, Metode Penelitian Kulitatif, Metode Penelitian Kuantitatif Dan Metode Penelitian Kimbinasi, (Magister Administrasi Pendidikan, Universitas Kristen Satya Wacana) Jurnal Pendidikan Tambusan, Vol 7 No 1 Tahun 2023

M. waruwu, Metode Penelitian Kulitatif, Metode Penelitian Kuantitatif Dan Metode Penelitian Kimbinasi, (Magister Administrasi Pendidikan, Universitas Kristen Satya Wacana) Jurnal Pendidikan Tambusan, Vol 7 No 1 Tahun 2023

Marsellina Fitri, Aan Shar, Selamat Fuadi, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nabasah Bank Syariah Indonesia Kota Bengkulu Pasca Insiden Gangguan Layanan” Jurnal Fidusia, 6. No.2 2023

Mawey, Tumbel, and Ogi, “Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pt Bank Sulutgo. ”, Jurnal EMBA

Meiryani, Memahami Skala Likert Dalam Penelitian Ilmiah – Accounting. In Binus University, 2021

Mohammad Arridho Nur Amin dan Tubagus Abdulloh Khilmi, “Pengaruh Likuiditas, Leverage, dan Growth Terhadap Kinerja” JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi, 1. No. 1 2023

Muhammad Amirul Mukminin, Fitri Nur Latifah, “Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah di Sidoarjo (The Influence of Brand Image and Trust on Sharia Bank Customer Loyalty in Sidoarjo)” Perisai : Islamic Banking and Finance Journal, 4. No.1 2020

Musyaffa and Iqbal “Pengaruh Religiusitas, Kualitas Layanan, Dan Promosi Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah” Perbanas Journal of Islamic Economics & Business, Vol. 2, No. 2, tahun 2022

Nasabah Menggunakan Internet Banking pada Bank Muamalat, Jurnal Al-Amwal”, (2018), Vol. 10, No. 2, h. 303, <http://syekhnuurjati.ac.id>

Nel Arianty dan Ari Andira, “Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian” MANEGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen, 4. No. 1 2021

Nining Wahyuningsih Nurul Janah, “Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nugroho and Pudjihardjo, “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Ketersediaan Fitur Dan Literasi Keuangan Terhadap Preferensi Konsumen Menggunakan Bsi Mobile.” Islamic Economics And Finance In Focus

Nurul Hidayah, Susila Andriyati, Vina Rismayani, Viviannisa Victoria, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan Transaksi Dan Fitur Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Penggunaan Bsi Mobile Banking” Al-Iqtishod: Jurnal Ekonomi Syariah, 4. No. 2 2022

Samsudin et al., “Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan Melalui BSI Mobile pada Bank Syariah Indonesia.” Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam

Teuku Muhammad Rizki Busyra, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Mobile Banking Perbankan Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah Di Aceh Studi Kasus Bank Syariah Indonesia (BSI)”, Jurnal Inovasi Mikro Ekonomi Vol. 6 No. 1 April 2024

Yanto Hermawan., “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Smartphone Samsung di Bogor.”, Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan Vol. 9 No. 3, 2021

L

A

M

P

I

R

A

N

ANGKET

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUASAN MENABUNG GENERASI MUDA DI BANK SYARIAH MELALUI *BYOND BY BSI*

Perkenalkan nama saya Siti Aminah, Mahasiswi Institut Agama Islam Negeri Curup Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam dengan program studi Prodi Perbankan Syariah. Saat ini saya sedang melaksanakan penelitian dalam rangka menyelesaikan tugas akhir (skripsi). Sehubungan dengan hal tersebut, saya memohon kesediaan saudara/I yang terhormat untuk membantu mengisi kuesioner yang diberikan. Semua data yang diberikan dijamin kerahasiannya dan hanya akan digunakan dalam penelitian ini. Atas bantuan saudara/I saya ucapkan terimakasih.

A. PETUNJUK PENGISIAN

1. Pilihlah salah satu jawaban pada masing-masing pertanyaan berikut ini dengan memberikan penilaian pada setiap jawaban.
2. Pilihan tersebut hendaklah objektif sesuai dengan hati nurani anda.
3. Kuesioner ini dapat digunakan secara optimal jika seluruh pernyataan terjawab, oleh karena itu mohon diteliti kembali apakah semua pertanyaan sudah terjawab.

B. IDENTITAS RESPONDENT

1. Nama :

2. Usia :

☐ 18-21 tahun

☐ 22-25 tahun

☐ 26-

30 tahun

3. Jenis Kelamin :

☐ laki-laki ☐ perempuan

4. Mahasiswa Program Studi:

C. KUESIONER

Cara menjawab pertanyaan dengan memilih salah satu jawaban yang telah disiapkan oleh peneliti. Silahkan pilih salah satu dari:

Table Skala likert

No	Pernyataan	Skor
1	Sangat Puas (SP)	5
2	Puas (P)	4
3	Cukup Puas (CP)	3
4	Kurang Puas (KP)	2
5	Sangat Tidak Puas (STP)	1

Pertanyaan Kualitas Layanan

No	Pertanyaan	1	2	3	4	5
Responsivitas						
1	Bagaimana pengalaman anda dalam hal kecepatan akses atau respons aplikasi BYOND by BSI?					
Keandalan						

2	Aplikasi BYOND by BSI memberikan waktu penyelesaian transaksi yang lebih cepat dari aplikasi yang pernah saya gunakan?					
Kepuasan Pelanggan						
3	Bagaimana pengalaman anda secara keseluruhan saat menggunakan aplikasi BYOND by BSI?					
Ketaatan Syari'ah						
4	Bagaimana penilaian anda terhadap transparansi informasi yang diberikan mengenai mekanisme pinjaman yang sesuai dengan syari'ah dalam aplikasi BYOND by BSI?					
Transparansi						
5	Sejauh mana aplikasi BYOND by BSI menyediakan klasifikasi atau informasi tambahan yang anda butuhkan terait produk dan layanan?					

Pertanyaan Religiusitas

No	Pertanyaan	1	2	3	4	5
Ibadah Ritual						
1	Sejauh mana anda merasa bank yang anda pilih memperhatikan kepatuhan agama dalam pengelolaan dana yang anda simpan?					
Pengetahuan Agama						

2	Sejauh mana anda merasa aplikasi BYOND by BSI memberikan kemudahan dalam menerapkan pengetahuan agama anda saat memilih produk Tabungan syari'ah?					
Nilai dan Etika						
3	Sejauh mana anda merasa bahwa penggunaa aplikasi BYOND by BSI membantu untu transaksi secara jujur dan transparan sesuai dengan prinsip agama dan etika?					
Sikap Terhadap Agama						
4	Bagaimana anda menilai aplikasi BYOND by BSI dalam menjaga konsistensi dalam menerapkan nilai-nilai afama dalam kegiatan keuangan sehari-hari?					
Relasi sosial						
5	Sejauh mana anda merasa aplikasi BYOND by BSI membantu anda dalam membangun hubungan sosial dengan orang-orang yang memiliki nilai-nilai agama dalam aktivitas keuangan?					

Pertanyaan Kepuasan Menabung

No	Pertanyaan	1	2	3	4	5
Fitur dan kegunaan produk						
1	Sejauh mana fitur produk aplikasi BYOND by BSI memenuhi kebutuhan dan ekspektasi anda dalam produk Tabungan?					
Transparansi						
2	Sejauh mana aplikasi BYOND by BSI memberikan penjelasan yang jelas dan transparan mengenai biaya atau keuntungan yang diterapkan pada produk atau layanan yang anda pilih?					
Kecepatan Akses						
3	Sejauh mana anda merasa aplikasi BYOND by BSI memberikan akses yang cepat dan responsive saat membuka aplikasi, memproses transaksi atau permintaan layanan yang anda lakukan?					
Efektivitas						
4	Sejauh mana aplikasi BYOND by BSI efektif dalam mengakses produk atau layanan yang anda butuhkan untuk menabung?					
Ketersediaan Fasilitas						
5	Sejauh mana aplikasi BYOND by BSI menyediakan fasilitas untuk memperoleh informasi produk dan					

	layanan bank syariah yang anda butuhkan dengan cara yang mudah dipahami					
Kepercayaan dan Keamanan						
6	Sejauh mana anda merasa bahwa aplikasi BYOND by BSI melindungi data pribadi dan informasi keuangan anda dengan setandar kemanan yang tinggi?					
Kemudahan Akses						
7	Sejauh mana aplikasi BYOND by BSI menyediakan petunjuk akses yang jelas dan mudah dipahami untuk menemukan fitur atau layanan yang anda butuhkan?					
Kualitas Layanan Pelanggan						
8	Sejauh mana anda merasa layanan pelanggan aplikasi BYOND by BSI mampu memberikan Solusi yang tepat dan cepat saat anda menghadapi masalah teknis atau transaksi?					
Inovasi Produk						
9	Sejauh mana anda merasa inovasi produk Tabungan yang ditawarkan oleh aplikasi BYOND by BSI memenuhi kebutuhan anda?					

UJI TOTAL CAPAIAN RESPONDEN (TCR) X1

Statistics

	P1	P2	P3	P4	P5
N Valid	79	79	79	79	79
Missing	0	0	0	0	0
Mean	3.82	3.80	3.72	3.70	3.81
Minimum	2	2	2	1	2
Maximum	5	5	5	5	5

UJI TOTAL CAPAIAN RESPONDEN (TCR) X2

Statistics

	P2.1	P2.2	P2.3	P2.4	P2.5
N Valid	79	79	79	79	79
Missing	0	0	0	0	0
Mean	3.76	4.03	3.81	3.82	3.82
Minimum	1	3	2	2	3
Maximum	5	5	5	5	5

UJI TOTAL CAPAIAN RESPONDEN (TCR) Y

Statistics

	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9
N Valid	79	79	79	79	79	79	79	79	79
Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean	3.73	3.77	3.81	3.84	3.84	3.91	3.73	3.71	3.84
Minimum	2	1	2	2	1	3	2	2	2
Maximum	5	5	5	5	5	5	5	5	5

UJI VALIDITAS VARIABEL KUALITAS LAYANAN

Correlations

	P01	P02	P03	P04	P05	TOTAL
P01 Pearson Correlation	1	.558**	.563**	.445**	.293**	.787**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.009	.000
N	79	79	79	79	79	79
P02 Pearson Correlation	.558**	1	.263*	.571**	.304**	.749**
Sig. (2-tailed)	.000		.019	.000	.006	.000
N	79	79	79	79	79	79

P03	Pearson						
	Correlation	.563**	.263*	1	.283*	.355**	.677**
	Sig. (2-tailed)	.000	.019		.012	.001	.000
	N	79	79	79	79	79	79
P04	Pearson						
	Correlation	.445**	.571**	.283*	1	.310**	.738**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.012		.005	.000
	N	79	79	79	79	79	79
P05	Pearson						
	Correlation	.293**	.304**	.355**	.310**	1	.639**
	Sig. (2-tailed)	.009	.006	.001	.005		.000
	N	79	79	79	79	79	79
TOTAL	Pearson						
	Correlation	.787**	.749**	.677**	.738**	.639**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	79	79	79	79	79	79

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

UJI VALIDITAS VARIABEL RELIGIUSITAS

Correlations

	P01	P02	P03	P04	P05	TOTAL
P01 Pearson Correlation	1	.469**	.354**	.251*	.196	.662**
Sig. (2-tailed)		.000	.001	.026	.084	.000
N	79	79	79	79	79	79
P02 Pearson Correlation	.469**	1	.378**	.464**	.294**	.717**
Sig. (2-tailed)	.000		.001	.000	.009	.000
N	79	79	79	79	79	79
P03 Pearson Correlation	.354**	.378**	1	.655**	.442**	.794**
Sig. (2-tailed)	.001	.001		.000	.000	.000
N	79	79	79	79	79	79
P04 Pearson Correlation	.251*	.464**	.655**	1	.365**	.759**
Sig. (2-tailed)	.026	.000	.000		.001	.000
N	79	79	79	79	79	79

P05	Pearson						
	Correlation	.196	.294**	.442**	.365**	1	.634**
	Sig. (2-tailed)	.084	.009	.000	.001		.000
	N	79	79	79	79	79	79
TOTAL	Pearson						
	Correlation	.662**	.717**	.794**	.759**	.634**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	79	79	79	79	79	79

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

UJI VALIDITAS VARIABEL KEPUASAN MENABUNG

Correlations

[illegible]

Y08	Pearson Correlation	.455**	.395**	.565**	.473**	.314**	.524**	.499**	1	.514**	.716**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.005	.000	.000		.000	.000
	N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79
Y09	Pearson Correlation	.309**	.552**	.432**	.614**	.436**	.484**	.478**	.514**	1	.737**
	Sig. (2-tailed)	.006	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79
TOTAL	Pearson Correlation	.619**	.758**	.675**	.804**	.702**	.767**	.783**	.716**	.737**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

UJI RELIABILITAS VARIABEL X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.763	5

UJI RELIABILITAS VARIABEL X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.754	5

UJI RELIABILITAS VARIABEL Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.887	9

UJI NORMALITAS METODE KOLMOGOROV SMIRNOV

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		79
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.91837619
Most Extreme Differences	Absolute	.099
	Positive	.099
	Negative	-.069
Test Statistic		.099
Asymp. Sig. (2-tailed)		.054 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

UJI MULTIKOLINEARITAS

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1(Constant)	4.592	2.637		1.742	.086		
KUALITAS L	.546	.198	.286	2.760	.007	.446	2.242
RELIGIUSITAS	1.002	.186	.560	5.398	.000	.446	2.242

a. Dependent Variable: KEPUASAN MENABUNG

UJI HETEROSKEDASTISITAS

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.592	2.637		1.742	.086		
KUALITAS L	.546	.198	.286	2.760	.007	.446	2.242
RELIGIUSITAS	1.002	.186	.560	5.398	.000	.446	2.242

a. Dependent Variable: KEPUASAN M

UJI REGRESI LINIER BERGANDA

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	4.592	2.637
	KUALITAS LAYANAN	.546	.198
	RELIGIUSITAS	1.002	.186

UJI t (PERSIAL)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.592	2.637		1.742	.086
KUALITAS L	.546	.198	.286	2.760	.007
RELIGIUSITAS	1.002	.186	.560	5.398	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN MENABUNG

UJI F (SIMULTAN)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1155.199	2	577.600	66.079	.000 ^b
Residual	664.320	76	8.741		
Total	1819.519	78			

a. Dependent Variable: KEPUASAN M

b. Predictors: (Constant), RELIGIUSITAS, KUALITAS L

UJI KOEFISIENSI DETERMINASI

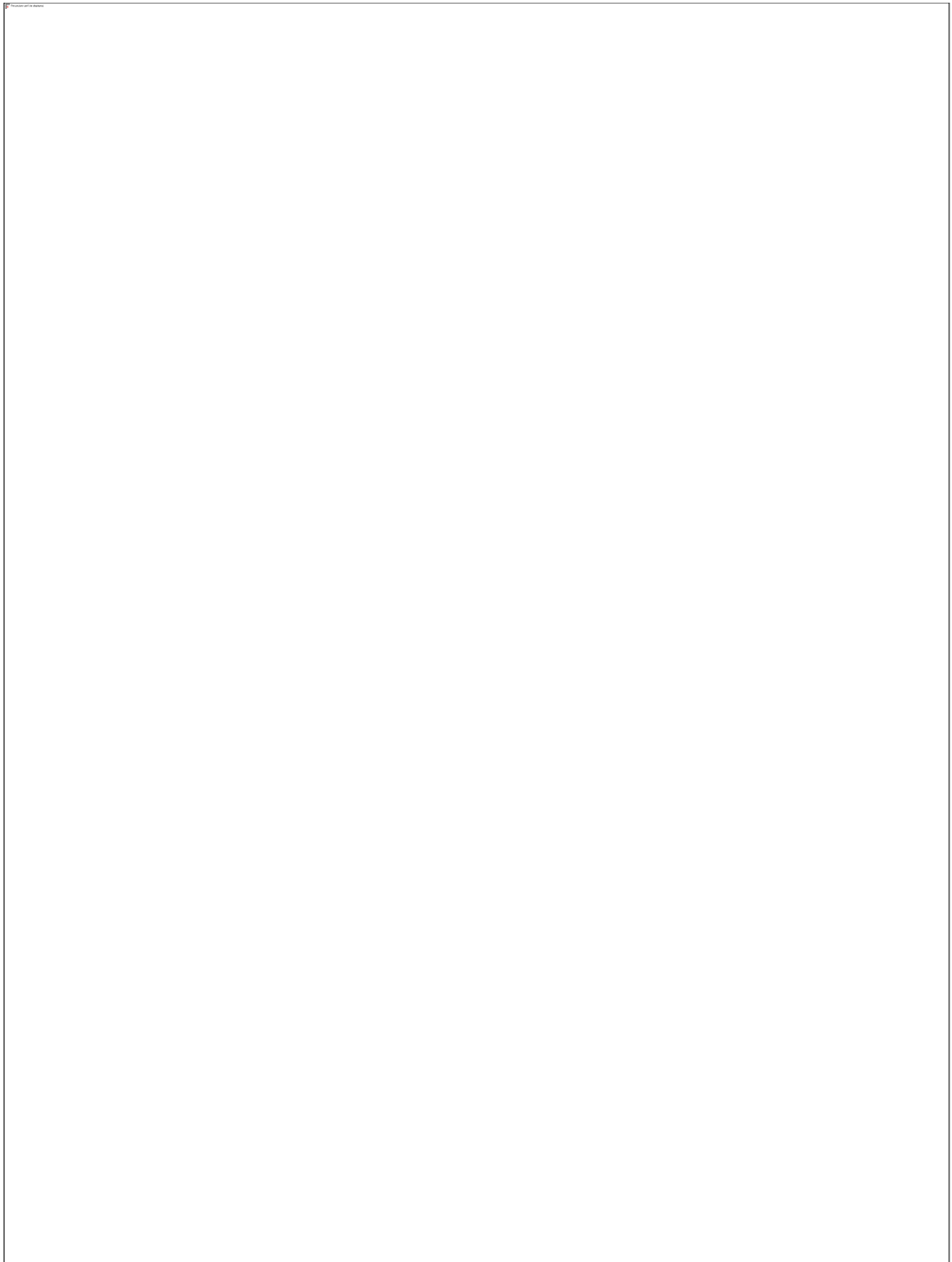
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.797 ^a	.635	.625	2.957

a. Predictors: (Constant), RELIGIUSITAS, KUALITAS L

Distribusi Nilai rtabel signifikansi 5% dan 1%

Tabel r untuk df = 51 - 100					
df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211



Data Responden

NO	NAMA RESPONDENT	JURUSAN
1	Elmiza Fatriazi	Ekonomi Syariah
2	Rasyadah Salsabila	Pendidikan Bahasa Arab
3	M ilham salammuddin	Pendidikan Bahasa Arab
4	Chelse Dea Alpadila	Pendidikan Bahasa Arab
5	Farah Elfaza	Pendidikan Bahasa Arab
6	Novia Rapika Nanda	Pgmi
7	Yuniar Ruplin	Ekonomi Syariah
8	Tiara Nur Padillah	Ekonomi Syariah
9	Robiatul maulidia	Pgmi
10	Putri Meindriani	Bahasa Indonesia
11	Dwi Masitho	Hukum keluarga islam
12	Dewi Ngatinah Uswatun Hasanah	Ekonomi Syariah
13	Hediani	PAI
14	Vivi Hafizza	PIAUD
15	Hanif Mamlu'atul Hikmah	Hukum keluarga islam
16	Siti Musaropah	MPI
17	Lastri	Hukum tata negara
18	Parida	PS
19	Dita Indah Sari	PIAUD
20	Mar'atus sya'diyah	PAI
21	Andri wirayuda	PS

22	Jeki Prayudi	PS
23	Riski amiliya	Pai
24	Enjel inola putri	PAI
25	Diah Indah Sari	PAI
26	Fitrani Nasya	Ilmu Alquran dan Tafsir
27	Syahla Shafiya	Ekonomi Syariah
28	Rifqah Nabilah	Pendidikan Bahasa Arab
29	Kiti Nurhayati	Pgmi
30	Nurul ika putri	PAI
31	Arbingatu Rahmawati	Tadris Matematika
32	Ranitri Utami	PAI
33	Adel Maisika Oli Via Sande	PS
34	Luluk Mutoharoh	PAI
35	Dela Azzahra	MPI
36	Indah Nurani	MPI
37	Luluksunarti	Hukum Tata Negara
38	Shinta Lestari	PS
39	Renda Dian Hayatie Junadendini	Pgmi
40	Hazia	PAI
41	Ulya Niammah	Tadrid Matematika
42	Devita Restiana	PAI
43	franklin r gitarius	Pgmi
44	Puput Lesti Ani	Pgmi

45	Tiara P. Ferdi	BPI
46	Fitri yuliani	Ilmu Al Qur'an dan tafsir
47	Putri ratuliu	BPI
48	Rifki Hadiansyah	PAI
49	Liza seismila	Ekonomi Syariah
50	Lusi	BKPI
51	Binti Arohmatul Husna	PAI
52	Niza Humairoh	PS
53	Fitrianingsih	Ekonomi Syariah
54	Sasi hanila	PAI
55	Rahma Umi Ana Sari	PAI
56	Chika Febriana	Pendidikan Bahasa Arab
57	Repti Noviani	PAI
58	Desma Juqaidah	PAI
59	Elsa Amelia Fitri	IAT
60	Pebi Yolanda	PAI
61	Wahyu Nova Andria	MPI
62	Nurkarlina	BKPI
63	Mira Mayang Sari	Ilmu perpustakaan dan informasi Islam
64	Fera selfie	PAI
65	Honik Sahiron	PAI
66	Zahra hasivah	Pendidikan Bahasa Arab

67	Sofia Safitri Ramadhani	MPI
68	Sauki ilham	Pendidikan Bahasa Arab
69	Alfajri Qurrahman	MPI
70	Annisa layyinatul Arifah	Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir
71	Ridho Muhammad Luthfi	PAI
72	Andri Wijaya Putra	PAI
73	Muhammad Irpan	Bimbingan penyuluhan islam
74	Repi Resa	Pendidikan Agama Islam
75	Devi Yanti Nurrohmah	Ekonomi Syariah
76	Ria ritwani	Pai
77	Khodar Hoirul Amin	Pendidikan Bahasa Arab
78	William Witjaksono	Hukum Tata Negara
79	Amanda Eka Putri	Manajemen pendidikan islam