

PENGARUH PELAYANAN, KEYAKINAN AGAMA, DAN LOKASI TERHADAP MINAT MENABUNG NASABAH PADA PT. BANK MEGA SYARIAH DI MAKASSAR

Zainal Abidin*)

***Abstract :** This study aims to determine the significance of the influence of services, religious beliefs, and the location influence the customers' interest in Bank Mega Syariah saving in Makassar. Populasi in this study were all active clients of Bank Mega Syariah in Makassar who open a savings account for January to June 2014 302 person. While the determination of the number of samples determined by using Slovin approach, in order to obtain a sample of 100 people. The data analysis technique used is multiple linear regression. The results showed bahwa faktor care facilities and services trade, religious beliefs factor, and location factors significantly influence the interest of saving the customer at Bank Mega Syariah in Makassar.*

***Keywords:** Care, Confidence, religion, location and Interest Savings*

PENDAHULUAN

Kegiatan perekonomian suatu negara selalu berkaitan dengan lalu lintas pembayaran uang, dimana industri perbankan mempunyai peranan yang sangat strategis, yakni sebagai urat nadi sistem perekonomian. Kegiatan pokok bank yaitu menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk modal usaha atau jenis pinjaman lainnya. Dengan kata lain, baik perbankan konvensional maupun perbankan syariah mempunyai fungsi sebagai intermediary service, dimana peran tersebut hanya dilaksanakan jika perbankan beroperasi dalam keadaan sehat dan dalam lingkungan bisnis yang kondusif.

Perbankan syariah menunjukkan kinerja dan kontribusi yang signifikan untuk industri perbankan, kinerja ini semakin nyata ketika krisis ekonomi melanda Indonesia. Ketika perbankan konvensional banyak yang terpuruk, perbankan syariah relatif menunjukkan perkembangan. Pelaksanaan likuiditas terhadap 16 Bank swasta nasional pada bulan Oktober 1997 menimbulkan krisis kepercayaan masyarakat terhadap industri perbankan nasional.

Perbankan konvensional dengan sistem bunganya dalam beberapa hal terbukti gagal dalam membawa perekonomian Indonesia ke arah yang lebih baik. Hal tersebut dapat dilihat dari besarnya efek negatif yang ditimbulkan oleh sistem bunga yang diterapkan pada bank konvensional terhadap inflasi, investasi, produksi, pengangguran, dan kemiskinan hingga memporak-porandakan hampir semua aspek sendi kehidupan ekonomi dan sosial politik, sedangkan pada bank syariah sistem bagi hasil pada akhir tahun (bukan sistem bunga seperti yang dilakukan pada bank konvensional). Return yang diberikan kepada nasabah pemilik dana ternyata lebih tinggi dari pada bunga yang diberikan oleh bank konvensional. Itulah alasan yang menjadikan bank syariah tetap kokoh dan tidak terpengaruh oleh krisis yang terjadi (Amir Rukmana, 2010 : 6)

Bank syariah di Indonesia didirikan karena keinginan masyarakat terutama masyarakat yang beragama Islam yang berpandangan bunga merupakan hal yang haram, hal ini lebih diperkuat lagi dengan pendapat para ulama yang ada di Indonesia yang diwakili oleh fatwa MUI nomor 1 tahun 2004 tentang bunga yang

intinya mengharamkan bunga bank yang didalamnya terdapat unsur-unsur riba.

Eksistensi perkembangan perbankan syariah telah menimbulkan berbagai perbedaan yang signifikan terutama dalam hal penentuan harga dan imbalan atas penggunaan dana. Perbankan syariah merupakan suatu lembaga intermediasi yang menyediakan jasa keuangan bagi masyarakat dimana seluruh aktivitasnya dijalankan berdasarkan etika dan prinsip-prinsip Islam sehingga bebas dari unsur riba (bunga), bebas dari kegiatan spekulatif non-produktif seperti perjudian (maysir), bebas dari kegiatan yang meragukan (gharar), bebas dari perkara yang tidak sah (bathil), dan hanya membiayai usaha-usaha yang halal. Dalam operasinya, bank syariah memberikan dan mengenakan imbalan atas dasar prinsip syariah jual-beli dan bagi hasil sehingga bank ini sering juga dipersamakan dengan bank tanpa bunga (Lubis, 2010 : 101)

Meskipun mayoritas penduduk Indonesia adalah kaum muslim, tetapi pengembangan produk syariah berjalan lambat dan belum berkembang sebagaimana halnya bank konvensional. Keberadaan bank syariah maupun bank konvensional secara umum memiliki fungsi strategis sebagai lembaga intermediasi dan memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran namun karakteristik dari kedua bank tersebut dapat mempengaruhi calon nasabah dalam menentukan pilihan mereka terhadap kedua bank tersebut.

Dari kondisi inilah Bank Syariah mulai dikembangkan sejak diberlakukannya Undang-Undang No.10 tahun 1998 tentang perbankan yang mengatur bank syariah secara cukup jelas dan kuat dari segi kelembagaan dan operasionalnya, yang kemudian diperbaharui dengan UU No.23 Tahun 1999 tentang Bank Indonesia dan UU No. 3 Tahun 2004. Dengan demikian, perkembangan lembaga keuangan yang menggunakan prinsip syariah dimulai tahun 1992, yang diawali dengan

berdirinya Bank Muamalat Indonesia (BMI) sebagai bank yang menggunakan prinsip syariah pertama di Indonesia. Bank syariah adalah salah satu alternatif bank yang dianggap aman oleh masyarakat untuk menyimpan dananya. Hal ini ditunjukkan dengan hasil survey Bank Indonesia. Hasil survey di daerah-daerah menggambarkan 1/3 dari 180 juta umat Islam tidak mau menabung di bank konvensional. Dengan perincian 60 juta orang tidak memperlmasalahkan, 60 juta orang ragu-ragu, 60 juta orang tidak mau sama sekali (Media Indonesia, 29 Juli 1999).

Perumusan Masalah

Permasalahan yang hendak dikaji dalam penelitian ini ialah Apakah faktor pelayanan, keyakinan agama, dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung di Bank Mega Syariah di Makassar?

Metodologi

Populasi penelitian ini adalah seluruh nasabah aktif pada Bank Mega Syariah di Makassar. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah aktif Bank Mega Syariah di Makassar yang membuka tabungan selama bulan Januari sampai Juni 2014 sebanyak 302 orang. Sedangkan penentuan jumlah sampel ditetapkan dengan menggunakan pendekatan Slovin, sehingga diperoleh sampel sebanyak 100 orang. Model analisis yang digunakan adalah model regresi linear berganda dengan formula: $Y = a + b_1X + b_2X + b_3X^3 + e$, di mana Y adalah minat masyarakat menabung, X1 adalah variabel pelayanan, X2 = keyakinan agama, dan X3 = lokasi, a adalah konstanta, dan b1.s.d b3 koefisien regresi.

KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS

Bank Syariah

Menurut UU No 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah, Bank Syariah

adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri dari Bank Umum Syariah, Unit Usaha Syariah, dan Bank Pembiayaan Syariah (Andri Soemitra, 2009;61). Sigit Triandu dan Totok Budisantoso (2008) mendefinisikan bank syariah bank yang dalam aktivitasnya, baik menghimpun dana maupun dalam rangka penyaluran dananya memberikan dan mengenakan imbalan atas dasar prinsip syariah yaitu jual beli dan bagi hasil. Sedangkan Mudrajad Kuncoro (2008) mendefinisikan Bank Syariah adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam yaitu mengacu kepada ketentuan - ketentuan yang ada dalam Al- Quran dan Al-Hadist. Dengan mengacu kepada Al-Quran dan Al-hadist, maka bank syariah diharapkan dapat menghindari kegiatan-kegiatan yang mengandung unsur-unsur riba dan bertentangan dengan syariat islam.

Karakteristik Bank Syariah

Bank syariah bukan sekedar bank bebas bunga, tetapi juga memiliki orientasi pencapaian kesejahteraan. Secara fundamental terdapat beberapa karakteristik bank syariah (Andri Soemitra:2009;67) sebagai berikut:

1. Penghapusan riba
2. Pelayanan kepentingan publik dan merealisasikan sasaran sosio-ekonomi Islam
3. Bank syariah bersifat universal yang merupakan gabungan dari bank komersil dan bank investasi
4. Bank syariah akan melakukan evaluasi yang lebih berhati-hati terhadap permohonan pembiayaan yang berorientasi kepada penyertaan modal, karena bank komersil syariah menerapkan profit and loss sharing dalam konsinyasi, ventura, bisnis atau industry

5. Bagi hasil cenderung memepererat hubungan antara bank syariah dan pengusaha
6. Kerangka yang dibangun dalam membantu bank mengatasi kesulitan likuiditasnya dengan memanfaatkan instrumen bank pasar uang antar bank syariah dan instrumen bank syariah berbasis syariah.

Produk-Produk Bank Syariah

Pada dasarnya, produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah dapat dibagi menjadi tiga bagian besar, yaitu produk Penyaluran Dana (financing), produk Penghimpunan Dana (funding), produk Jasa (service)

a. Penyaluran Dana

Dalam menyalurkan dananya pada nasabah, secara garis besar produk pembiayaan syariah terbagi ke dalam empat kategori yang dibedakan berdasarkan tujuan penggunaannya, yaitu :

- 1) Pembiayaan dengan prinsip jual beli (ba`i)

Prinsip jual beli dilaksanakan sehubungan dengan adanya perpindahan kepemilikan barang atau benda (transfer of property). Tingkat keuntungan bank ditentukan didepan dan menjadi bagian harga atas barang yang dijual.

a) Pembiayaan Murabahah

Murabahah adalah transaksi jual beli dimana bank menyebutkan keuntungannya. Bank bertindak sebagai penjual, sementara nasabah sebagai pembeli. Harga jual adalah harga beli bank dari pemasok ditambah keuntungan (margin)

b) Pembiayaan Salam

Salam adalah transaksi jual beli dimana barang yang diperjualbelikan belum ada. barang diserahkan secara tangguh sementara pembayaran dilakukan tunai.

c) Pembiayaan Istishna`

Produk istishna menyerupai produk salam, tapi dalam istishna

pembayaran dapat dilakukan oleh bank dalam beberapa kali pembayaran.

2) Pembiayaan dengan prinsip sewa (ijarah)

Transaksi ijarah dilandasi adanya perpindahan manfaat. Jadi pada dasarnya prinsip ijarah sama saja dengan prinsip jual beli, tapi perbedaannya terletak pada objek transaksinya. Bila pada jual beli objek transaksinya adalah barang, pada ijarah objek transaksinya adalah jasa.

3) Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil (syirkah)

Produk pembiayaan syariah yang didasarkan atas prinsip bagi hasil adalah:

a) Pembiayaan Musyarakah adalah akad kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan resiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan

b) Pembiayaan Mudharabah adalah akad kerjasama antara dua pihak dimana pihak pertama (shahibul mal) menyediakan seluruh modal, sedangkan pihak lainnya menjadi peengelola.

4) Pembiayaan dengan akad pelengkap
Untuk mempermudah pelaksanaan pembiayaan, biasanya diperlukan juga akad pelengkap. Akad pelengkap ini tidak ditujukan untuk mencari keuntungan, tapi ditujukan untuk mempermudah pelaksanaan pembiayaan.

a) Alih Utang Piutang (Hiwalah)
Tujuan fasilitas hiwalah adalah untuk membantu supplier mendapatkan modal tunai agar dapat melanjutkan produksinya. Bank mendapatkan ganti biaya atau jasa pemindahan piutang.

b) Gadai (rahn)

Tujuan akad rahn adalah untuk memberikan jaminan pembayaran kembali kepada bank dalam memberikan pembiayaan

c) Qardh

Qardh adalah pinjaman uang. Aplikasi qardh dalam perbankan biasanya dalam empat hal, yaitu :

(1) Sebagai pinjaman talangan haji

(2) Sebagai pinjaman tunai

(3) Sebagai pinjaman kepada pengusaha kecil

(4) Sebagai pinjaman kepada pengurus bank.

d) Perwakilan (Wakalah)

Wakalah adalah aplikasi perbankan terjadi apabila nasabah memberikan kuasa kepada bank untuk mewakili dirinya melakukan pekerjaan jasa tertentu, seperti pembukuan L/C, inkaso dan transfer uang.

e) Garansi Bank (Kafalah)

Garansi bank dapat diberikan dengan tujuan untuk menjamin pembayaran suatu kewajiban pembayaran.

b. Produk Penghimpun Dana

Perbankan syariah menghimpun dananya dalam bentuk tabungan, deposito, dan giro. Penghimpun dana pada bank syariah dilakukan berdasarkan prinsip Wadiah dan Mudharabah. Pada produk rekening giro, prinsip yang diterapkan adalah prinsip wadiah, sedangkan prinsip Mudharabah diterapkan pada produk bank seperti tabungan dan deposito.

Wadiah dapat diartikan sebagai titipan murni dari satu pihak kepada pihak lain, baik individu maupun badan hukum, yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penitip menghendaki (Huda-Heykal, 2010 : 87). Secara umum ada 2 macam wadiah yakni Wadiah Yad Al Amanah dan Wadiah Yad Adh Dhamanah. Pada Wadiah Yad Al Amanah, penerimaan

titipan tidak boleh memanfaatkan harta ataupun barang yang dititipkan oleh penitip, sedangkan pada Wadiah Yad Adh Dhamanah penerima titipan boleh memanfaatkan harta ataupun barang yang dititipkan oleh si penitip.

Pada prinsip wadiah, keuntungan dan kerugian dari kegiatan penyaluran dana yang dilakukan oleh bank merupakan hak milik dan tanggung jawab pihak bank, sedangkan pemilik dana tidak dijanjikan imbalan dan tidak ikut menanggung resiko yang terjadi. Pihak bank dapat memberikan bonus kepada pemilik dana sebagai suatu insentif untuk menarik minat masyarakat dalam menyimpan dananya pada perbankan syariah tetapi hal tersebut tidak boleh diperjanjikan dari awal.

Lain halnya dengan prinsip mudharabah. Dalam hal ini pemilik dana dianggap sebagai shabibul maal, sementara pihak perbankan sebagai pihak yang mengelola dana atau mudharib. Pada prinsip ini, pihak bank dapat menggunakan dana tersebut, misalnya untuk kegiatan jual beli dengan memberitahukan margin keuntungan tertentu (murabahah) atau untuk

kegiatan sewa (ijarah) (Lubis, 2010 : 111).

c. Produk jasa

1) Sharf (jual beli valuta asing)

Produk jasa perbankan syariah lainnya adalah sharf yaitu kegiatan pertukaran mata uang suatu negara dengan negara lain. Mata uang yang diperjualbelikan merupakan mata uang yang berbeda dan harus dilakukan pada waktu yang sama (spot). Jasa ini hanya ada pada bank yang tergolong sebagai bank devisa.

2) Ijarah (sewa)

Salah satu bentuk produk jasa yang diberikan oleh perbankan syariah yang tergolong sebagai ijarah atau sewa adalah penyewaan kotak simpanan (safe deposit box) yang dapat dimanfaatkan nasabah untuk menyimpan barang-barang berharga tertentu seperti perhiasaan, ijazah, paspor dan dokumen penting lainnya.

Perbedaan Bunga dengan Bagi Hasil

Berikut dikemukakan perbedaan bunga yang dianut dalam bank konvensional dan bagi hasil yang dianut bank syariah.

Tabel 1. Perbedaan bunga dengan bagi hasil Beberapa perbedaan antara bank umum konvensional dan bank syariah

Bunga	Bagi Hasil
Penentuan bunga dibuat pada waktu akad dengan asumsi harus selalu untung	Penentuan besarnya rasio/nisbah bagi hasil dibuat pada waktu akad dengan pedoman pada kemungkinan untung rugi
Besarnya persentase berdasarkan pada jumlah uang (modal) yang dipinjamkan	Besarnya rasio bagi hasil berdasarkan pada jumlah keuntungan yang diperoleh
Jumlah pembayaran tidak meningkat sekalipun jumlah keuntungannya berlipat atau keadaan ekonomi sedang "booming"	Bagi hasil tergantung pada keuntungan proyek yang dijalankan. Bila usaha merugi maka kerugian ditanggung bersama antara kedua belah pihak.
Eksistensi bunga diragukan (kalautidakdikecam) oleh semua agama termasuk Islam	Tidak ada yang meragukan keabsahan bagi hasil

Tabel 2. Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional

Karakteristik	Bank Syariah	Bank Konvensional
Hubungan dengan nasabah	Kemitraan	Kreditur dan Debitur
Dewan Pengawas	Memiliki Dewan Syariah Nasional (DPS) untuk mengawasi setiap produk dan aktivitas bank	Tidak mengenal dewan sejenis
Denda dalam kredit pembiayaan	Diakui sebagai dana kebijakan (sumber qardh)	Sebagai pendapatan bank
Kegiatan social	Pengumpul dana mendistribusikan zakat	Tidak melakukan kegiatan ini
Penyalahgunaan dana	Menghindari hal ini yaitu tidak memberikan dana secara tunai tetapi memberikan barang yang dibutuhkan (financethegoodsandservices):Murabahah	Memberikan peluang yang sangat besar untuk sightstreaming (penyalahgunaan dana pinjaman)
Business Framework	Seluruh aktivitas comply dengan syariah	Secular principles dan tidak didasarkan pada hukum agama Islam
Larangan riba dalam kredit pembiayaan	Berdasarkan transaksi jual beli, bagi hasil, sistem angsuran tetap sejak awal sampai dengan jatuh tempo pembiayaan	Orientasi bunga, sistem angsuran fixed/floating

Sumber : Seminar Nasional Ekonomi Syariah (25 Maret 2012)

Pengertian Minat

Minat adalah kecenderungan yang menetap dan subyek untuk merasa tertarik pada bidang atau hal tertentu dan merasa senang berkecimpung dalam hal atau hal itu. Perasaan senang akan menimbulkan pula minat yang diperkuat lagi oleh sikap positif yang sama diantaranya hal-hal tersebut timbul terlebih dahulu, sukar ditentukan secara pasti (Winkel, 2008:30).

Sedangkan menurut Hendi Irawan (2009) minat adalah daya tarik yang ditimbulkan oleh obyek tertentu yang membuat seseorang merasa senang dan mempunyai keinginan yang berkecimpung atau berhubungan dengan obyek tersebut sehingga timbul keinginan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Hasil Penelitian

Sebagaimana telah diungkapkan di depan bahwa dalam penelitian ini variabel yang digunakan terdiri dari 3 variabel independen, yakni (1) pelayanan (X_1), (2) keyakinan agama (X_2), dan lokasi (X_3), serta 1 variabel dependen, yakni minat menabung (Y).

Dalam melakukan perhitungan analisis regresi, karena pertimbangan praktis, maka semua data diolah dengan menggunakan komputer aplikasi software SPSS 19.0 for Windows. Dari perhitungan dengan menggunakan Model Full Regression, diperoleh ringkasan hasil yang analisis sebagai berikut (hasil selengkapnya dapat dilihat dalam Lampiran):

Tabel 3 Ringkasan Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	T-Hitung	T-TABEL	Sig.	Pengaruh	Korelasi	Interpretasi Korelasi
Pelayanan	0.304	6.606	1,960	0,000	Signifikan	0,471	Sedang
Keyakinan agama	0.421	7.847	1,960	0,000	Signifikan	0,608	Kuat
Lokasi	0.273	4.527	1,960	0,000	Signifikan	0,425	Sedang

F _{HITUNG} /Sig.	53.526	0,000	Signifikan
F _{TABEL}	2,43		
Mean	4.8400		
Std. Err. of Est.	0.28907		
Std. Deviation	0.46537		
Konstanta	0.474		
R Square	0.626		
Adj.R Square	0.614		
N	100		

Hasil olah data dari descriptive statistics (Lampiran) diperoleh rata-rata (mean) skor Minat menabung nasabah dengan jumlah data 100 sampel adalah sebesar 4,8400 satuan dengan standar deviasi 0,46537 satuan.

Dengan melihat angka standard error of the estimate sebesar 0,28907, di mana angka tersebut jauh lebih kecil dari standar deviasi 0,27164. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam bertindak sebagai prediktor Minat menabung nasabah pada Bank Mega Syariah Makassar jauh lebih baik (meyakinkan) dari pada rata-rata (mean) dari Minat menabung itu sendiri.

Dari output korelasi (correlation) pada Lampiran terlihat hubungan yang signifikan terjadi pada semua unsur, yakni variabel Pelayanan, keyakinan agama, dan lokasi yang dimasukkan sebagai variabel independen (predictors) terhadap Minat menabung nasabah pada Bank Mega Syariah Makassar.

Berdasarkan data pada Tabel 3 di atas, terlihat korelasi yang kuat terdapat pada variabel keyakinan agama dengan koefisien korelasi sebesar 0,608. Variabel Pelayanan dengan koefisien korelasi 0,471 hubungan sedang. Pada variabel lokasi terdapat hubungan korelasi sedang dengan angka koefisien korelasi sebesar 0,425.

Besarnya pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat dapat dilihat dari besarnya koefisien determinasi (R^2)

atau R square sebesar 0,626 (62,6 persen). Hasil tersebut berarti 62,6 persen variasi minat menabung nasabah pada Bank Mega Syariah Makassar dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen tersebut (Pelayanan, keyakinan agama, dan lokasi), sedangkan sisanya sebesar 37,4 persen (100 persen – 62,6 persen) merupakan pengaruh dari faktor lain di luar faktor yang diteliti.

Dengan demikian dikatakan bahwa seluruh variabel bebas yakni pelayanan, keyakinan agama, dan lokasi secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang sangat kuat terhadap minat menabung nasabah pada Bank Mega Syariah Makassar, sedangkan sisanya 37,4 persen merupakan pengaruh dari faktor lain di luar faktor yang diteliti.

Berdasarkan hasil olah data komputer tersebut, diperoleh hasil persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,474 + 0,304 X_1 + 0,421 X_2 + 0,273 X_3$$

Persamaan regresi linier di atas, dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai koefisien X_1 (Pelayanan) yang positif menunjukkan adanya pengaruh (sebesar 0,304 satuan) yang searah dengan Minat menabung nasabah Bank Mega Syariah Makassar. Jika Pelayanan semakin baik, maka Minat menabung nasabah Bank Mega Syariah Makassar akan meningkat pula, dengan anggapan

bahwa faktor lainnya yaitu keyakinan agama dan lokasi dalam keadaan konstan..

2. Nilai koefisien X_2 yang positif menunjukkan bahwa jika tingkat keyakinan agama nasabah meningkat, maka minat menabung nasabah Bank Mega Syariah Makassar akan meningkat pula searah dengan peningkatan tingkat keyakinan agama nasabah tersebut. Dengan kata lain, semakin besar tingkat keyakinan agama nasabah, maka semakin meningkat pula pertambahan minat menabung nasabah tersebut (arah pengaruh positif), dengan anggapan bahwa faktor lain, yakni lokasi, dan pelayanan dalam keadaan konstan.
2. Nilai koefisien X_3 yang positif menunjukkan adanya pengaruh (sebesar 0,273 satuan) yang searah antara tingkat lokasi dengan minat menabung nasabah. Hal ini bermakna jika lokasi semakin mudah dijangkau, akan mampu meningkatkan minat menabung nasabah tersebut, dengan anggapan

bahwa faktor lainnya yaitu keyakinan agama dan pelayanan dalam keadaan konstan. Nilai koefisien regresi X_2 (keyakinan agama) yang lebih besar dari nilai koefisien X_3 (lokasi), dapat diinterpretasikan bahwa bagi nasabah Bank Mega Syariah Makassar faktor keyakinan agama lebih besar pengaruhnya dalam meningkatkan Minat menabung nasabah jika dibandingkan dengan faktor lokasi.

Signifikan tidaknya pengaruh tersebut dapat dilihat dari hasil Uji – F (F_{HITUNG}) serta tingkat probabilitas dengan tingkat kepercayaan 95 persen atau $\alpha = 0,05$. Jika $F_{HITUNG} > F_{TABEL}$ dan probabilitas $< \alpha$ 0,05 maka ada pengaruh, sehingga hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima, selanjutnya, jika $F_{HITUNG} < F_{TABEL}$ dan probabilitas $> \alpha$ 0,05 maka tidak ada pengaruh maka hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_a) ditolak.

Uji signifikansi koefisien korelasi ganda tersebut secara khusus diperjelas dalam Tabel 4 berikut:

Tabel 4. Ringkasan Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji – F) dan Koefisien Korelasi Ganda

Sampel Observasi (N)	Koefisien Korelasi (R)	Koefisien Determinasi (R^2)	Adjusted R Square	F hitung	F tabel (5%)	Sig.
100	0,791	0,626	0,614	53,526	2,43	0,000

Berdasarkan hasil uji signifikansi koefisien korelasi ganda seperti yang ditunjukkan dalam Tabel 4 di atas, dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak, karena $F_{HITUNG} = 303,943 > F_{TABEL} = 2,43$ pada taraf kepercayaan 95 persen atau $\alpha = 0,05$, atau dengan melihat nilai Signifikansi (Sig.) = 0,000 (perhitungan komputer memperlihatkan angka 1013E-085). Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif antara Pelayanan, keyakinan agama, dan lokasi,

secara bersama-sama (simultan) terhadap minat menabung nasabah pada Bank Mega Syariah Makassar.

Untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas secara parsial terhadap variabel tidak bebas dilakukan uji – t (t – student), dengan tingkat kepercayaan 95 persen atau $\alpha = 0,05$. Jika $t_{HITUNG} > t_{TABEL}$ dan probabilitas $< \alpha$ 0,05 maka ada pengaruh sehingga hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima.

Selanjutnya jika $t_{\text{HITUNG}} < t_{\text{TABEL}}$ probabilitas $> \alpha$ 0,05 maka tidak ada pengaruh, Sehingga hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis (H_a) ditolak.

Ringkasan hasil analisis signifikansi parsial atau uji – t di atas, diperlihatkan dalam Tabel 5 berikut:

Tabel 5. Ringkasan Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji – t)

Variabel	Beta	t_{hitung}	t_{tabel}
Pelayanan	0,304	6,606	1,96
Keyakinan agama	0,421	7,847	1,96
Lokasi	0,273	4.527	1,96

Berdasarkan analisis dengan uji – t di atas, diperoleh Nilai t_{HITUNG} untuk variabel pelayanan sebesar 6,606 lebih besar dari nilai $t_{\text{TABEL}} = 1,96$ pada taraf signifikansi 0,05 dengan dk 99. Oleh karena $t_{\text{HITUNG}} > t_{\text{TABEL}}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Karena itu, dapat disimpulkan bahwa Pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap nasabah Bank Mega Syariah Makassar, dengan koefisien regresi sebesar 0,304 Hal ini berarti jika pelayanan semakin baik dan berdisiplin, maka akan mampu meningkatkan minat menabung nasabah sebesar 0,304 satuan.

Nilai t_{HITUNG} untuk variabel keyakinan agama sebesar 7,847 lebih besar dari nilai t_{TABEL} pada taraf signifikansi 0,05 dengan dk 99 sebesar 1,96. Oleh karena $t_{\text{HITUNG}} > t_{\text{TABEL}}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Karena itu, dapat disimpulkan bahwa tingkat keyakinan agama nasabah mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung nasabah Bank Mega Syariah Makassar, dengan koefisien regresi sebesar 0,421. Hal ini berarti jika tingkat keyakinan agama nasabah meningkat memberikan pengaruh peningkatan Minat menabung sebesar 0,421 satuan.

Nilai t_{HITUNG} untuk variabel lokasi sebesar 4.527 lebih besar dari nilai t_{TABEL} pada taraf signifikansi 0,05 dengan dk 99 sebesar 1,96. Oleh karena $t_{\text{HITUNG}} > t_{\text{TABEL}}$, maka H_0 ditolak dan

H_a diterima. Karena itu, dapat disimpulkan bahwa tingkat lokasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung nasabah Bank Mega Syariah Makassar, dengan koefisien regresi sebesar 0,273. Hal ini berarti jika tingkat lokasi nasabah ditingkatkan memberikan pengaruh peningkatan Minat menabung sebesar 0,273 satuan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut: faktor pelayanan sarana maupun pelayanan bertransaksi, faktor keyakinan agama, dan faktor lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah pada Bank Mega Syariah di Makassar.

DAFTAR PUSTAKA

- A.Karim, Adiwarmanto. 2009. BANK ISLAM Analisis Fiqih dan Keuangan, edisi ketiga, Jakarta :Rajagrafindo Persada
- Amir, Machmud dan Rukmana, 2010. Bank Syariah Teori, Kebijakan dan studi Empiris di Indonesia, Jakarta: Erlangga
- Huda, Nurul dan Mohamad Heykal, 2010. Lembaga Keuangan Islam Tinjauan Teoritis dan

- Praktis, Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Kasmir. 2008. Manajemen Perbankan, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Kasmir, 2008. Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya, Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.
- Lubis, Irsyad, 2010. Bank dan Lembaga Keuangan Lain, Medan: USU Press.
- Soemitra, Andri. 2009. Bank & lembaga keuangan syariah, cetakan kedua, Jakarta: Prenada Media
- Sutedi, Adrian. 2009. Perbankan syariah, Jakarta: Ghalia Indonesia
- Setiadi, Nugroho J. 2008. Perilaku Konsumen.Jakarta: Prenada Media
- Winkel, WS. 2008. Psikologi dan Evaluasi belajar. Jakarta, Gramedia.
- Seminar nasional ekonomi syariah, 2012. Medan
- Kuncoro, Mudardjat, 2008. Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi, Jakarta: Erlangga
- [http://www.scribd.com/doc/82508324/P-enelitian-Deskriptif\(17April.2012\)](http://www.scribd.com/doc/82508324/P-enelitian-Deskriptif(17April.2012))
- <http://muamalatbank.com>
(25April.2012)

***) Penulis adalah Dosen pada STIE-YPUP Makassar**