

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Bank Syariah Indonesia



Gambar 4.1 Logo Bank Syariah Indonesia

BSI merupakan bank hasil merger antara PT Bank BRI syariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri Tbk dan PT Bank BNI Syariah Tbk. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) secara resmi mengeluarkan izin merger tiga usaha bank syariah tersebut pada 27 Januari 2021 melalui surat Nomor SR-3/PB.1/2021. Selanjutnya, pada 1 Februari 2021, Presiden Joko Widodo meresmikan kehadiran BSI (Bank Syariah Indonesia).

Penggabungan ini menyatukan keunggulan ketiga bank syariah tersebut sehingga dapat memberikan layanan yang lebih lengkap, cakupan yang lebih luas, dan memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan dan komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, BSI didorong untuk mampu bersaing di tingkat global.

BSI merupakan bank syariah yang menjadi kebanggaan umat, yang diharapkan dapat menjadi energi baru bagi pembangunan ekonomi nasional dan memberikan kontribusi bagi kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan BSI juga merupakan cerminan wajah perbankan syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi seluruh alam (*Rahmatan Lil 'Aalamiin*).

Potensi BSI untuk terus berkembang dan menjadi bagian dari grup bank syariah terkemuka di tingkat global sangat terbuka lebar. Selain kinerja pertumbuhan yang positif, iklim yang mendukung bahwa pemerintah Indonesia memiliki misi untuk menciptakan ekosistem industri halal dan memiliki bank syariah nasional yang besar dan kuat, fakta bahwa Indonesia merupakan negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia juga semakin terbuka peluang. Dalam konteks inilah kehadiran BSI menjadi sangat penting. Tidak hanya mampu berperan penting sebagai fasilitator dalam seluruh kegiatan ekonomi dalam ekosistem industri halal, namun juga sebagai upaya mewujudkan harapan Negara.⁶²

2. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia

a. Visi

Menjadi Top 10 Global Islamic Bank

b. Misi

- 1) Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia *Melayani >20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan aset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025*
- 2) 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)*
- 3) 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*⁶³

⁶² PT Bank Syariah Indonesia. *Sejarah Bank Syariah Indonesia*, https://ir.bankbsi.co.id/corporate_history.html (diakses pada 18 Mei 2023, pukul 12.35)

⁶³ PT Bank Syariah Indonesia. *Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia*, https://ir.bankbsi.co.id/vision_mission.html (diakses pada 18 Mei 2023, pukul 12.30)

c. Tujuan merger Bank Syariah Indonesia

1) Sinergi yang baik demi Meningkatkan Layanan untuk Nasabah Bank Syariah

Dengan menggabungkan tiga bank syariah besar, tentunya tiga layanan bank akan digabungkan menjadi satu pintu untuk mengoptimalkan prospek bisnis dan perkembangan perbankan syariah di Indonesia. Sinergi yang dihasilkan dari merger ini tentunya akan semakin kuat dan sejalan dengan visi bank syariah di Indonesia ke depan.

2) Perbaiki Proses Bisnis

Akan sangat mudah bagi pemerintah untuk mengawal prinsip syariah yang dijalankan oleh BSI dan tentunya hal ini akan memperbaiki proses bisnis syariah yang selama ini telah berjalan dengan baik. Walaupun terdapat tantangan dalam hal penggabungan nasabah, namun tantangan tersebut akan sebanding dengan proses bisnis syariah yang semakin baik ke depannya karena dikelola oleh satu bank.

3) *Risk Management*

Manajemen BSI akan meminimalkan risiko yang mungkin terjadi dalam pengelolaan bisnis perbankan di masa yang akan datang. Kesuksesan Bank Mandiri yang berawal dari merger empat bank sebelumnya menjadi pelajaran bahwa risiko perbankan bisa diminimalisir jika ketiga bank syariah BUMN ini digabungkan menjadi satu.

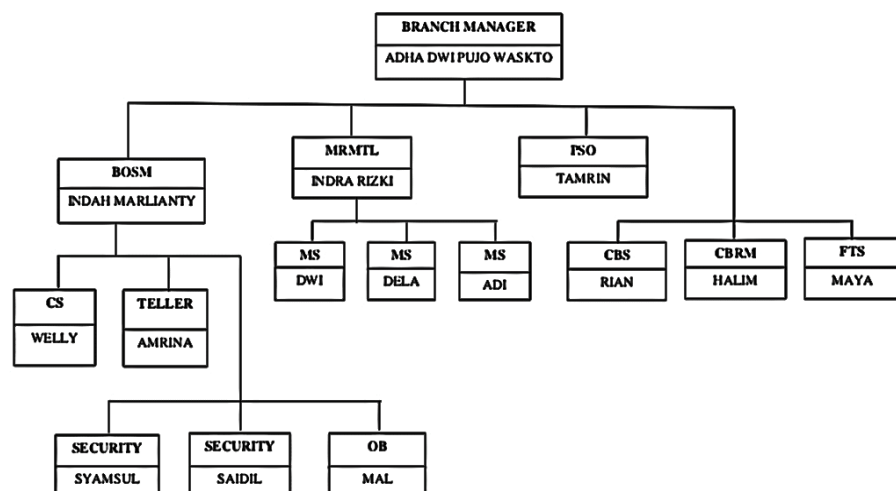
4) Sumber Daya Instansi

BSI akan memilih sumber daya terbaik untuk menjalankan industri perbankan syariah lebih baik daripada jika berjalan sendiri dengan tiga entitas yang berbeda. Hal ini akan menjadikan setiap instansi dan *direksi* diisi oleh para *profesional* dan bekerja di bawah kelembagaan dengan visi dan misi yang sama.

5) Penguatan Teknologi Digital

Perkembangan teknologi dan inovasi perbankan terus bermunculan dan menjadi tugas Bank Syariah Indonesia untuk menstandarkan teknologi syariah yang ada di Indonesia. Harapannya, teknologi digital yang diusung BSI dapat menjadi tolak ukur untuk sistem teknologi informasi berbasis syariah skala nasional. Dari sisi teknologi, BSI telah membuat website dan *mobile* berbasis *online* untuk Bank Syariah Indonesia yang memudahkan masyarakat untuk mengaksesnya.⁶⁴

3. Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Palembang Sudirman



Gambar 4.2 Struktur Organisasi BSI KCP Palembang Sudirman

B. Karakteristik Responden

Sebelum menganalisis, penulis menjabarkan beberapa karakteristik responden adalah jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, masa menjadi nasabah, tempat tinggal dan uang saku atau bulanan. Adapun berdasarkan hasil jawaban yang telah diperoleh dari penyebaran kuesioner setelah dibagikan kepada nasabah bank sebanyak 100 responden.

⁶⁴ PT Bank Syariah Indonesia. *Tujuan Bank Syariah Indonesia*, www.ir-bankbsi.com (diakses pada 18 Mei 2023, pukul 12.40)

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1

Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Pria	40	40%
Wanita	60	60%
Total	100	100%

Sumber : Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.1 menunjukkan bahwa dari 100 responden didapatkan 40 orang adalah pria dengan persentase nilai 40%, dan 60 orang adalah wanita dengan persentase nilai 60%.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.2

Persentase Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
15-19 tahun	6	6%
20-24 tahun	27	27%
25-29 tahun	25	25%
30-34 tahun	18	18%
35-39 tahun	21	21%
> 40 tahun	3	3%
Total	100	100%

Sumber : Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan bahwa dari 100 responden, nasabah yang berusia 15-19 tahun sebanyak 6 orang dengan persentase nilai 6%, 20-24 tahun sebanyak 27 orang dengan persentase nilai 27%, 25-29 tahun sebanyak 25 orang dengan persentase nilai 25%, 30-34 tahun sebanyak 18 orang dengan persentase nilai 18%, 35-39 tahun sebanyak 21 orang dengan persentase nilai 21% dan nasabah yang

berusia lebih dari 40 tahun sebanyak 3 orang dengan persentase nilai 3%.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tabel 4.3

Persentase Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase
SD	0	0%
SMP	1	1%
SMA/SMK	64	64%
DIPLOMA/S1	35	35%
Total	100	100%

Sumber : Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.3 menunjukkan bahwa diperoleh nasabah yang pendidikan terakhirnya SD sebanyak 0 orang dengan persentase nilai 0%, nasabah yang pendidikan terakhirnya SMP sebanyak 1 orang dengan persentase nilai 1%, SMA atau SMK sebanyak 64 orang dengan persentase nilai 64% dan Diploma atau S1 sebanyak 35 orang dengan persentase nilai 35%.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.4

Persentase Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
PNS	11	11%
Wiraswasta	12	12%
Pegawai Swasta	22	22%
TNI/POLRI	2	2%
Pelajar/Mahasiswa	43	43%
Lainnya	10	10%
Total	100	100%

Sumber : Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.4 menunjukkan bahwa nasabah yang bekerja sebagai PNS sebanyak 11 orang dengan persentase nilai 11%, wiraswasta sebanyak 12 orang dengan persentase nilai 12%, pegawai swasta sebanyak 22 orang dengan persentase nilai 22%, TNI atau POLRI sebanyak 2 orang dengan persentase nilai 2%, pelajar atau mahasiswa sebanyak 43 orang dengan persentase nilai 43%, dan lainnya ada 10 orang dengan persentase nilai 10% meliputi: ibu rumah tangga sebanyak 3 orang, freelance sebanyak 1 orang, buruh sebanyak 3 orang, honorer sebanyak 2 orang, teknisi sebanyak 1 orang.

5. Karakteristik Responden Berdasarkan Masa Menjadi Nasabah Bank Syariah

Tabel 4.5

Persentase Responden Berdasarkan Masa Menjadi Nasabah Bank Syariah

Masa Nasabah	Frekuensi	Persentase
<1 tahun	44	44%
1-2 tahun	35	35%
3-4 tahun	15	15%
>4 tahun	6	6%
Total	100	100%

Sumber : Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.5 menunjukkan bahwa diperoleh masa menjadi nasabah jangka waktu kurang dari 1 tahun sebanyak 44 orang dengan persentase nilai 44%, dalam jangka waktu 1-2 tahun sebanyak 35 orang dengan persentase nilai 35%, 3-4 tahun sebanyak 15 orang dengan persentase nilai 15% dan jangka waktu lebih dari 4 tahun sebanyak 6 orang dengan persentase nilai 6%.

6. Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal

Tabel 4.6

Persentase Responden Berdasarkan Tempat Tinggal

Tempat Tinggal	Frekuensi	Persentase
Tinggal Bersama Orangtua	50	50%
Kost	21	21%
Kontrakan	8	8%
Tinggal Bersama Keluarga/Rumah Sendiri	21	21%
Total	100	100%

Sumber : Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.6 menunjukkan bahwa diperoleh status tempat tinggal nasabah yang meliputi: nasabah yang tinggal bersama orangtua sebanyak 50 orang dengan persentase nilai 50%, nasabah yang kost sebanyak 21 orang dengan persentase nilai 21%, nasabah yang kontrakan sebanyak 8 orang dengan persentase nilai 8%, dan nasabah yang tinggal bersama keluarga atau rumah sendiri sebanyak 21 orang dengan persentase nilai 21%.

7. Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku/bulanan

Tabel 4.7

Persentase Responden Berdasarkan Uang Saku/Bulanan

Uang Saku/Bulanan	Frekuensi	Persentase
< Rp 1.000.000,-	45	45%
Rp 2.000.000,-	25	25%
Rp 3.000.000,-	23	23%
> Rp 4.000.000,-	7	7%
Total	100	100%

Sumber : Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.7 menunjukkan bahwa diperoleh uang saku atau bulanan nasabah yang kurang dari Rp 1.000.000,- sebanyak 45 orang dengan persentase nilai 45%, Rp 2.000.000,- sebanyak 25 orang dengan persentase nilai 25%, Rp 3.000.000,- sebanyak 23 orang dengan persentase nilai 23%, dan lebih dari Rp 4.000.000,- sebanyak 7 orang dengan persentase nilai 7%.

C. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas dapat diketahui pada semua item pernyataan dengan membandingkan nilai r tabel dengan *degree of freedom* (df), dimana $df = n-2$ (n adalah jumlah sampel). Untuk nilai r hitung dapat diketahui dari *corrected item total correlation*. Jika hasil r hitung $>$ r tabel maka data tersebut dikatakan data yang valid. Sebaliknya, jika hasil r hitung $<$ r tabel maka data tersebut dikatakan data yang tidak valid. Dalam penelitian ini nilai $df = 100-2 = 98$ dan *alpha* 0,05, maka r tabel sebesar 0,196. Adapun hasil dari uji validitas sebagai berikut :

Tabel 4.8

Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	R hitung	R tabel	Keterangan
Literasi (X1)	Butir 1	0,788	0,196	Valid
	Butir 2	0,759	0,196	Valid
	Butir 3	0,783	0,196	Valid
Pemahaman (X2)	Butir 1	0,784	0,196	Valid
	Butir 2	0,829	0,196	Valid
	Butir 3	0,865	0,196	Valid
Promosi (X3)	Butir 1	0,775	0,196	Valid
	Butir 2	0,822	0,196	Valid
	Butir 3	0,866	0,196	Valid
	Butir 4	0,767	0,196	Valid
	Butir 1	0,834	0,196	Valid

Keputusan Menabung Nasabah (Y)	Butir 2	0,872	0,196	Valid
	Butir 3	0,875	0,196	Valid
	Butir 4	0,871	0,196	Valid
	Butir 5	0,787	0,196	Valid

Sumber : Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.8 menunjukkan bahwa hasil masing-masing item pernyataan variabel literasi, pemahaman, promosi dan keputusan menabung nasabah memiliki r hitung $>$ r tabel 0,196 dan bernilai positif, sehingga dapat dikatakan setiap item pernyataan tersebut dinyatakan “valid”.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur apakah kuesioner bersifat konsisten dari waktu ke waktu apabila dilakukan penelitian. Dasar pengukurannya adalah *Crocbach Alpha* $>$ 0,60 maka kuesioner dapat dinyatakan reliabel atau handal dan konsisten untuk digunakan sebagaimana mestinya. Adapun hasil dari uji reliabilitas sebagai berikut :

Tabel 4.9

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Crocbach Alpha</i>	Keterangan
Literasi (X1)	0,660	Reliabel
Pemahaman (X2)	0,768	Reliabel
Promosi (X3)	0,821	Reliabel
Keputusan Menabung Nasabah (Y)	0,901	Reliabel

Sumber : Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.9 menunjukkan bahwa tiap variabel masing-masing dinyatakan reliabel, karena keseluruhan dari 4 item memiliki *Crocbach Alpha* $>$ 0,60. Artinya tiap butir dari pernyataan untuk variabel literasi, pemahaman, promosi dan keputusan menabung nasabah.

D. Hasil Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah variabel penelitian terdistribusi secara normal atau tidak. Penelitian ini menggunakan uji statistik melalui metode non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) atau menggunakan normal probability plot yang terdapat dalam SPSS. Dalam uji *Kolmogorov-Smirnov*, asumsi residual variabel dapat dikatakan normal apabila nilai *Asymp.Sig.(2-tailed)* $> 0,05$. Adapun hasil uji normalitas sebagai berikut :

Tabel 4.10

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.35832550
Most Extreme Differences	Absolute	.102
	Positive	.102
	Negative	-.086
Test Statistic		.102
Asymp. Sig. (2-tailed)		.012 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.10 menunjukkan bahwa hasil uji normalitas tersebut bernilai *Asymp.Sig.(2-tailed)* sebesar $0,12 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi “normal”.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel bersifat linear atau tidak. Pengujian menggunakan SPSS melalui *Test for Linearity* dengan taraf signifikan 0,05. Dua variabel dapat dikatakan mempunyai hubungan yang linier apabila signifikansi (*linearity*) < 0,05. Adapun hasil dari uji linearitas sebagai berikut :

Tabel 4.11

Hasil Uji Linearitas Literasi terhadap Keputusan Menabung Nasabah

ANOVA Table

			Sum of		Mean		
			Squares	df	Square	F	Sig.
Keputusan	Between	(Combined)	16.487	7	2.355	9.591	.000
Menabung	Groups	Linearity	12.722	1	12.722	51.806	.000
Nasabah (Y) *		Deviation from Linearity	3.765	6	.628	2.556	.025
Literasi (X1)	Within Groups		22.592	92	.246		
	Total		39.078	99			

Sumber : Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.11 menunjukkan bahwa nilai *linearity* yang diperoleh sebesar 0,000 maka dapat disimpulkan bahwa nilai tersebut kurang dari 0,05 sehingga literasi terhadap keputusan menabung nasabah terdapat hubungan yang linier.

Tabel 4.12

Hasil Uji Linearitas Pemahaman terhadap Keputusan Menabung Nasabah

ANOVA Table

			Sum of		Mean		
			Squares	df	Square	F	Sig.
Keputusan	Between	(Combined)	23.083	10	2.308	12.843	.000
Menabung	Groups	Linearity	9.755	1	9.755	54.275	.000
Nasabah (Y) *		Deviation from Linearity	13.328	9	1.481	8.239	.000
Pemahaman	Within Groups		15.996	89	.180		
(X2)	Total		39.078	99			

Sumber : Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.12 menunjukkan bahwa nilai *linearity* yang diperoleh sebesar 0,000 maka dapat disimpulkan bahwa nilai tersebut kurang dari 0,05 sehingga pemahaman terhadap keputusan menabung nasabah terdapat hubungan yang linier.

Tabel 4.13

Hasil Uji Linearitas Promosi terhadap Keputusan Menabung Nasabah

ANOVA Table			Sum of		Mean		
			Square	df	Squar	F	Sig.
			s		e		
Keputusan Menabung Nasabah (Y) *	Between	(Combined)	27.467	10	2.747	21.053	.000
	Groups	Linearity	24.396	1	24.396	186.991	.000
		Deviation from Linearity	3.072	9	.341	2.616	.010
Promosi (X3)	Within Groups		11.611	89	.130		
	Total		39.078	99			

Sumber : Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.13 menunjukkan bahwa nilai *linearity* yang diperoleh sebesar 0,000 maka dapat disimpulkan bahwa nilai tersebut kurang dari 0,05 sehingga promosi terhadap keputusan menabung nasabah terdapat hubungan yang linier.

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi korelasi yang tinggi antar variabel independen atau tidak. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi yang tinggi diantara variabel independen dalam regresi.

Adapun dalam penelitian ini menggunakan model TOL (*tolerance*) dan *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan ketentuan tidak terjadi multikolinearitas jika *tolerance* > 0,1 dan VIF < 10. Adapun hasil dari uji multikolinearitas sebagai berikut :

Tabel 4.14

Hasil Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	.479	.286		1.674	.097		
	Literasi (X1)	.245	.068	.240	3.604	.000	.762	1.312
	Pemahaman (X2)	.070	.061	.080	1.152	.252	.698	1.433
	Promosi (X3)	.593	.071	.630	8.314	.000	.591	1.693

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung Nasabah (Y)

Sumber : Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.14 menunjukkan bahwa nilai *tolerance* literasi sebesar 0,762, pemahaman sebesar 0,698 dan promosi sebesar 0,591 > 0,1 namun nilai VIF adalah literasi sebesar 1.312, pemahaman sebesar 1.433 dan promosi sebesar 1.693 < 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini dinyatakan tidak terdapat gejala multikolinearitas.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah ada atau tidak kesamaan varian dari nilai residual untuk semua pengamatan dari model regresi. Model regresi yang baik adalah model regresi yang tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Adapun hasil uji heteroskedastisitas menggunakan metode uji glejser sebagai berikut :

Tabel 4.15
Hasil Uji Heteroskedastisitas

		Coefficients^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.990	.175		5.654	.000
	Literasi (X1)	-.020	.042	-.050	-.479	.633
	Pemahaman (X2)	-.091	.037	-.270	-2.461	.016
	Promosi (X3)	-.073	.044	-.199	-1.664	.099

a. Dependent Variable: RES2

Sumber : Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.15 menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari literasi sebesar 0,633, pemahaman sebesar 0,016 dan promosi sebesar 0,099 > 0,05 maka dapat dikatakan model regresi tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui bagaimana keakuratan hubungan antara Literasi, Pemahaman, dan Promosi terhadap Keputusan Menabung Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Sudirman. Adapun hasil dari analisis regresi linier berganda sebagai berikut :

Tabel 4.16
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

		Coefficients^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.479	.286		1.674	.097
	Literasi (X1)	.245	.068	.240	3.604	.000
	Pemahaman (X2)	.070	.061	.080	1.152	.252
	Promosi (X3)	.593	.071	.630	8.314	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung Nasabah (Y)

Sumber : Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.16 diketahui persamaan regresi linier berganda pada penelitian ini dituliskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 0,479 + 0,245X_1 + 0,070X_2 + 0,593X_3 + e$$

Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut :

- a. Nilai koefisien regresi menunjukkan bahwa nilai konstanta sebesar 0,479 dengan nilai positif artinya apabila literasi, pemahaman, dan promosi nilainya 0, maka keputusan menabung nasabah nilainya sebesar 0,479.
- b. Nilai koefisien regresi literasi mempunyai arah regresi positif terhadap keputusan menabung nasabah sebesar 0,245. Artinya apabila literasi mengalami kenaikan 1% maka akan meningkatkan keputusan menabung nasabah sebesar 0,245%.
- c. Nilai koefisien regresi pemahaman mempunyai arah regresi positif terhadap keputusan menabung nasabah sebesar 0,070. Artinya apabila pemahaman mengalami kenaikan 1% maka akan meningkatkan keputusan menabung nasabah sebesar 0,070%.
- d. Nilai koefisien regresi promosi mempunyai arah regresi positif terhadap keputusan menabung nasabah sebesar 0,593. Artinya apabila promosi mengalami kenaikan 1% maka akan meningkatkan keputusan menabung nasabah sebesar 0,593%.

3. Uji Hipotesis

a. Uji Determinasi (R^2)

Uji determinasi (R^2) dilakukan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan suatu model dalam menjelaskan variasi variabel terikat (dependen). Adapun hasil uji determinasi (R^2) sebagai berikut :

Tabel 4.17Hasil Uji Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.821 ^a	.675	.665	.3639

a. Predictors: (Constant), Promosi (X3), Literasi (X1), Pemahaman (X2)

Sumber : Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.17 menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,665 atau 66,5%. Nilai koefisien determinasi tersebut diketahui memiliki hubungan keeratan antara variabel Literasi, Pemahaman, dan Promosi terhadap Keputusan Menabung Nasabah sebesar 66,5% sedangkan sisanya adalah 0,335 atau 33,5% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

b. Uji Parsial (Uji T)

Uji statistik t dilakukan untuk menguji variabel independen (bebas) secara parsial terhadap variabel dependen (terikat) apakah berpengaruh signifikan atau tidak. Dalam penelitian ini uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh Literasi (X_1), Pemahaman (X_2), dan Promosi (X_3) terhadap variabel Keputusan Menabung Nasabah (Y) secara parsial. Adapun hasil perhitungan uji t dalam penelitian ini sebagai berikut :

Tabel 4.18
Hasil Uji Parsial (Uji T)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardize	t	Sig.
		B	Std. Error	d Coefficients Beta		
1	(Constant)	.479	.286		1.674	.097
	Literasi (X1)	.245	.068	.240	3.604	.000
	Pemahaman (X2)	.070	.061	.080	1.152	.252
	Promosi (X3)	.593	.071	.630	8.314	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung Nasabah (Y)

Sumber : Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.18 diperoleh besarnya angka t tabel dengan ketentuan $\alpha = 0,05$ dan $df = (n-k)$ atau $(100-4=96)$ maka diperoleh nilai t tabel = 1.660 sehingga dapat diketahui masing-masing variabel sebagai berikut :

1. Berdasarkan tabel 4.18 terlihat hasil perhitungan, literasi memiliki t hitung sebesar 3.604 dengan nilai sig 0,000. Hasil penelitian ini memperoleh nilai t hitung $>$ t tabel ($3.604 > 1.660$) dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa literasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung nasabah.
2. Berdasarkan tabel 4.18 terlihat hasil perhitungan, pemahaman memiliki t hitung sebesar 1.152 dengan nilai sig 0,252. Hasil penelitian ini memperoleh nilai t hitung $<$ t tabel ($1.152 < 1.660$) dan nilai signifikansi sebesar $0,252 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pemahaman tidak ada pengaruh terhadap keputusan menabung nasabah.
3. Berdasarkan tabel 4.18 terlihat hasil perhitungan, promosi memiliki t hitung sebesar 8.314 dengan nilai sig 0,000. Hasil penelitian ini memperoleh nilai t hitung $>$ t tabel ($8.314 > 1.660$)

dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menabung Nasabah.

c. Uji Simultan (Uji F)

Uji statistik F dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen berpengaruh secara simultan antara literasi, pemahaman, dan promosi terhadap keputusan menabung nasabah. Suatu variabel dikatakan berpengaruh apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan dinyatakan signifikan apabila nilai $sig. < 0,005$. Adapun hasil perhitungan F hitung pada penelitian ini sebagai berikut :

Tabel 4.19
Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	26.367	3	8.789	66.378	.000 ^b
	Residual	12.711	96	.132		
	Total	39.078	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung Nasabah (Y)

b. Predictors: (Constant), Promosi (X3), Literasi (X1), Pemahaman (X2)

Sumber : Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.19 menunjukkan bahwa nilai F hitung 66.378 dan nilai sig 0,000. Untuk menentukan nilai F tabel dengan tingkat signifikansi 5% serta *degree of freedom*, $df = (n-k)$ atau $(100-4=96)$ dan $(k-1)$ atau $(4-1=3)$ maka dapat diperoleh hasil untuk F tabel sebesar 2.31 sehingga nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($66.378 > 2.31$) dan diperoleh nilai $sig < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima. Hal ini menunjukkan bahwa literasi, pemahaman dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menabung nasabah.

E. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Literasi, Pemahaman, dan Promosi terhadap Keputusan Menabung Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Sudirman. Adapun pembahasan hasil penelitian sebagai berikut :

1. Literasi terhadap Keputusan Menabung Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Sudirman

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan yaitu pada variabel literasi diperoleh nilai t hitung $>$ t tabel ($3.604 > 1.660$) dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa Literasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menabung Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Sudirman. Artinya, semakin tinggi tingkat literasi nasabah maka semakin meningkat keputusan menabung nasabah.

Hal ini sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang menjelaskan bahwa tingkat literasi seseorang dapat mempengaruhi sikap atau niat untuk mengambil keputusan. Nasabah yang memiliki tingkat pengetahuan yang tinggi dapat memutuskan pengelolaan keuangannya dengan baik dan bijak. Jika dilihat dari hasil jawaban responden yang mayoritas menjawab “setuju” berarti responden sepakat bahwa literasi dapat mempengaruhi keputusan menabung nasabah.

Hal ini diperkuat dengan hasil penelitian terdahulu oleh Rachmatulloh yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif antara variabel literasi terhadap keputusan menabung nasabah.⁶⁵ Dengan demikian, literasi merupakan suatu elemen penting dalam mempengaruhi keputusan menabung nasabah.

⁶⁵ Rachmatulloh, Dhepril Puradi. *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Generasi Milenial Di Indonesia)*, (2020), hal. 95-96

2. Pemahaman terhadap Keputusan Menabung Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Sudirman

Pemahaman tidak ada pengaruh terhadap Keputusan Menabung Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Sudirman. Hal ini dibuktikan dari hasil penelitian yang sudah dilakukan yaitu pada variabel pemahaman diperoleh nilai t hitung $< t$ tabel ($1.152 < 1.660$) dan nilai signifikansi sebesar $0,252 > 0,05$.

Hal ini tidak sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang menjelaskan bahwa pengambilan keputusan menabung yang dilakukan oleh nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Sudirman tidak didasarkan pada tingkatan pemahaman yang dimiliki namun karena adanya niat untuk melakukan hal tersebut. Hal tersebut bisa terjadi jika dilihat dari hasil jawaban responden yang masih banyak menjawab “netral” yakni hanya mengutamakan keuntungan, seperti : adanya *event*, promosi dan lainnya.

Hal ini diperkuat dengan hasil penelitian terdahulu oleh Daista Wury Permata Sari yang menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh antara variabel pemahaman terhadap keputusan menabung nasabah.⁶⁶ Dengan demikian, dalam penelitian ini variabel pemahaman merupakan suatu elemen yang tidak mempengaruhi keputusan menabung nasabah.

3. Promosi terhadap Keputusan Menabung Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Sudirman

Berdasarkan hasil penelitian ini diperoleh nilai t hitung $> t$ tabel ($8.314 > 1.660$) dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Artinya, dari penilaian responden dalam penelitian ini terkait dengan promosi yang dilakukan oleh pihak bank semakin tinggi, maka juga akan mempengaruhi meningkatnya keputusan nasabah menabung sehingga dapat disimpulkan bahwa Promosi berpengaruh positif dan signifikan

⁶⁶ Sari, D, W, P. *Pengaruh Produk dan Pemahaman Nasabah Terhadap Penggunaan Mobie Banking Dengan Keputusan Menabung Sebagai Variabel Moderating Studi Pada BSI KCP Magetan Haryono 2*, (2023), hal. 95

terhadap Keputusan Menabung Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Sudirman.

Hal ini sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang menjelaskan bahwa semakin efektif promosi yang dilakukan oleh bank maka dapat mempengaruhi tingkat keputusan nasabah dalam menabung. Promosi yang dilakukan secara efektif juga dapat meningkatkan pengetahuan nasabah dalam memilih produk tabungan yang diinginkan sesuai dengan kebutuhan nasabah. Jika dilihat dari jawaban responden yang mayoritas menjawab “setuju” berarti responden sepakat bahwa promosi dapat mempengaruhi keputusan menabung nasabah. Dalam hal ini promosi sangat penting dalam mengenalkan produk tabungan bank syariah untuk meningkatkan keputusan menabung konsumen.

Hal ini diperkuat dengan hasil penelitian terdahulu oleh Muhammad Kahfi yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif antara variabel promosi terhadap keputusan menabung nasabah.⁶⁷ Dengan demikian, promosi merupakan elemen penting dalam mempengaruhi keputusan menabung nasabah. Hal ini bisa terjadi apabila promosi yang dilakukan oleh pihak bank kepada nasabah lebih efektif dan menarik nasabah sehingga nasabah dapat membeli produk yang ditawarkan oleh bank.

4. Literasi, Pemahaman, dan Promosi terhadap Keputusan Menabung Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Sudirman

Berdasarkan hasil penelitian ini diperoleh nilai F hitung $>$ F tabel ($66.378 > 2.31$) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa Literasi, Pemahaman dan Promosi berpengaruh secara bersama-sama terhadap Keputusan Menabung Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Sudirman.

⁶⁷ Kahfi, Muhammad. *Pengaruh Promosi dan Jaringan Kantor Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah Bagi Masyarakat Kelurahan Jatimulya Kabupaten Bekasi*, (Semarang, 2019), hal. 117

Hasil uji statistik tersebut dapat dilihat bahwa ketiga variabel bebas berupa literasi, pemahaman, dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menabung nasabah. Artinya, semakin baik tingkat literasi, pemahaman dan promosi yang dimiliki oleh nasabah maka akan semakin meningkat pengaruh keputusan menabung nasabah.