

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden

Penelitian ini menguraikan mengenai pengaruh religiusitas dan promosi terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri 16 Ilir Palembang. Hal ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh religiusitas dan promosi terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri 16 Ilir Palembang. Dalam penelitian ini yang menjadi sampel dan responden adalah nasabah di Bank Syariah Mandiri 16 ilir Palembang. Sampel atau responden dalam penelitian ini berjumlah 89 orang yang menabung di Bank Syariah Mandiri 16 ilir Palembang dengan identifikasi sebagai berikut:

4.1.1 Jenis Kelamin

Adapun data mengenai jenis kelamin responden nasabah Bank Syari'ah Mandiri Kantor cabang 16 Ilir Palembang adalah sebagai berikut :

Tabel 4. 1

Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid laki-laki	41	46,1	46,1	46,1
Perempuan	48	53,9	53,9	100,0
Total	89	100,0	100,0	

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Profil responden berdasarkan tabel 4.1 menjelaskan bahwa jenis kelamin yang terbesar dalam penelitian ini adalah Perempuan yakni sebanyak 48 orang, sedangkan laki-laki sebanyak 41 orang. Sehingga dari perbandingan persentasi

profil responden menurut jenis kelamin maka dapat dikatakan bahwa rata-rata nasabah pada penelitian di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang adalah perempuan.

4.1.2 Usia Responden

Adapun data mengenai umur responden nasabah Bank Syari'ah Mandiri Kantor cabang 16 Ilir Palembang adalah sebagai berikut :

Tabel 4.2

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20-30 tahun	3	3,4	3,4	3,4
	31-40 tahun	30	33,7	33,7	37,1
	41-50 tahun	26	29,2	29,2	66,3
	51-60 tahun	19	21,3	21,3	87,6
	>61 tahun	11	12,4	12,4	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Sumber: Data primer diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.2 yakni profil responden berdasarkan umur menjelaskan bahwa umur responden yang terbesar dalam penelitian ini adalah 31-40 tahun. Berdasarkan tabel tersebut, memberikan informasi bahwa mayoritas nasabah responden berusia 20-30 tahun yakni sebanyak 3 orang , responden yang berusia 31-40 tahun sebanyak 30 orang, responden yang berusia 41-50 sebanyak 26 orang, responden yang berusia 51-60 sebanyak 19 orang, responden yang berusia >60 sebanyak 11 orang.

4.1.3 Pendidikan Terakhir Responden

Adapun data mengenai pendidikan terakhir responden nasabah Bank Syari'ah Mandiri Kantor cabang 16 Ilir Palembang adalah sebagai berikut :

Tabel 4.3

		Pendidikan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMP	25	28,1	28,1	28,1
	SMA	19	21,3	21,3	49,4
	DIPLOMA	17	19,1	19,1	68,5
	S1	15	16,9	16,9	85,4
	S2	13	14,6	14,6	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Sumber: Data primer diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.3 yakni profil responden berdasarkan pendidikan terakhir bahwa pendidikan terakhir responden yang terbesar dalam penelitian ini adalah SMP Sederajat sebanyak 25 orang kemudian SMA sebanyak 19 orang, kemudian keterangan lain-lain sebanyak 16 orang sehingga dapat disimpulkan bahwa rata-rata yang menjadi nasabah BSM Kantor cabang 16 Ilir Palembang dalam penelitian ini adalah nasabah yang pendidikan terakhirnya SMP.

4.1.4. Pekerjaan Responden

Adapun data mengenai pendidikan terakhir responden nasabah Bank Syari'ah Mandiri Kantor cabang 16 Ilir Palembang adalah sebagai berikut :

Tabel 4.4

		Pekerjaan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	mahasiswa/pelajar	27	30,3	30,3	30,3
	PNS	18	20,2	20,2	50,6
	Pedagang	29	32,6	32,6	83,1
	TNI/POLRI	8	9,0	9,0	92,1
	Wiraswasta	7	7,9	7,9	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Sumber: Data primer diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.4 yakni profil responden berdasarkan pekerjaan bahwa pekerjaan responden yang terbesar dalam penelitian ini adalah Pedagang sebanyak 29 orang kemudian mahasiswa/pelajar sebanyak 27 orang, PNS sebanyak 18 orang, TNI/POLRI sebanyak 8 orang , wiraswasta sebanyak 7 orang.

4.2 Deskripsi Data Penelitian

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari produk, harga, ddistribusi, promosi, orang, bukti fisik dan proses sebagai variabel Independen dan keputusan nasabah sebagai variabel dependen. Data variabel-variabel tersebut di peroleh dari hasil kuisisioner yang telah di sebar, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel IV.4 berikut ini:

Tabel IV.5
Deskripsi Data Penelitian

Variabel	Item Pertanyaan	Total SS	Total S	Total N	Total TS	Total STS	TOTAL
Religiusitas (X1)	Butir 1	51	34	4	0	0	89
		57,2 %	38,2%	4,5%	0	0	100%
	Butir 2	25	46	18	0	0	89
		28,1%	51,6%	20,2%	0	0	100%
	Butir 3	14	53	22	0	0	89
		15,6%	59,6%	24,7%	0	0	100%
	Butir 4	34	46	9	0	0	89
		38,1%	51,7%	10,1%	0	0	100%
	Butir 5	53	32	4	0	0	89
		59,4%	36,0	4,5%	0	0	100%
Promosi (X2)	Butir 1	15	64	10	0	0	89
		16,7%	71,9%	11,2%	0	0	100%
	Butir 2	50	34	5	0	0	89
		56,1%	38,2%	5,6%	0	0	100%
	Butir 3	8	61	20	0	0	89
		8,9%	68,5%	22,5%	0	0	100%
	Butir 4	29	51	9	0	0	89
		32,5%	57,3%	10,1%	0	0	100%
	Butir 5	35	39	15	0	0	89
		39,2%	43,8%	16,9%	0	0	100%

Keputusan Menabung (Y)	Butir 1	46	36	7	0	0	89
		51,6%	40,4%	7,9%	0	0	100%
	Butir 2	9	51	29	0	0	89
		10,0%	57,3%	32,6%	0	0	100%
	Butir 3	33	42	14	0	0	89
		37,1%	47,1%	15,7%	0	0	100%
	Butir 4	20	45	24	0	0	89
		22,3%	50,6%	27,0%	0	0	100%
	Butir 5	27	51	11	0	0	89
		30,2%	57,3%	12,4%	0	0	100%

Sumber: Data primer diolah, 2019

4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen, penulis menggunakan analisis dengan SPSS. Berikut hasil pengujinya.

4.3.1 Uji Validitas

Untuk tingkat validitas dilakukan uji signifikansi dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} . Pada kasus ini r_{tabel} dengan $\alpha = 5\%$ adalah 0,213, jika r_{hitung} (untuk tiap-tiap butir pertanyaan dapat dilihat pada kolom *corrected item* pertanyaan total *correlation*) lebih besar dari r_{tabel} dan nilai r positif, maka butir pertanyaan tersebut dikatakan valid.

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item Pertanyaan	<i>Corrected Item Pertanyaan Total Correlation</i>	r_{tabel} ($\alpha = 5\%$)	Keteranga n
Religiusitas (X1)	Butir 1	0,883	0,213	Valid
	Butir 2	0,916	0,213	Valid
	Butir 3	0,868	0,213	Valid
	Butir 4	0,899	0,213	Valid
	Butir 5	0,759	0,213	Valid
Promosi (X2)	Butir 1	0,873	0,213	Valid
	Butir 2	0,856	0,213	Valid
	Butir 3	0,829	0,213	Valid
	Butir 4	0,873	0,213	Valid
	Butir 5	0,811	0,213	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2019

Variabel	Item Pertanyaan	Corrected Item Pertanyaan Total Correlation	r tabel ($\alpha = 5\%$)	Keterangan
Keputusan menabung (Y)	Butir 1	0,844	0,213	Valid
	Butir 2	0,857	0,213	Valid
	Butir 3	0,913	0,213	Valid
	Butir 4	0,930	0,213	Valid
	Butir 5	0,582	0,213	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2019

Dari tabel IV.8 bahwa masing-masing item pertanyaan memiliki r_{hitung} dengan r_{tabel} (0,213) dan bernilai positif. Dengan demikian butir pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

2 . Uji Reliabilitas

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Reliabilitas Coefficient	Alpha	Keterangan
Reliusitas (X1)	5 Item Pertanyaan	0,916	Reliabel
Promosi (X2)	5 Item Pertanyaan	0,897	Reliabel
Keputusan (Y)	5 Item Pertanyaan	0,885	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2019

Dari data tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki *Cronbach Alpha* > 0,60. Dengan demikian variabel religiusitas, promosi dan keputusan menabung) dapat dikatakan reliabel.

4.4 Hasil Analisis Data

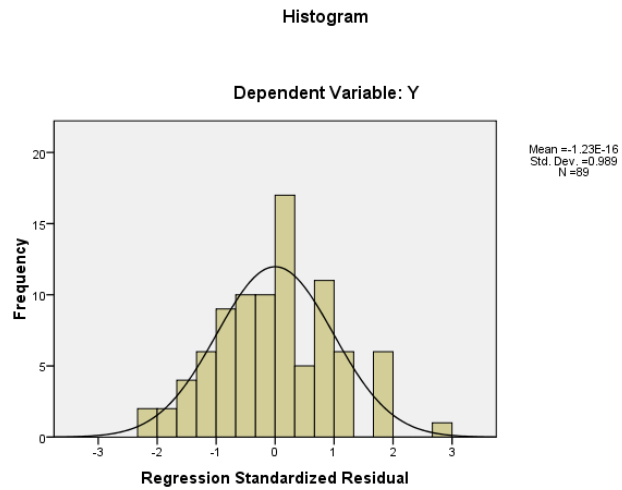
4.4.1 Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan hasil pengujian asumsi klasik terhadap data penelitian dapat di jelaskan sebagai berikut:

4.4.1.1 Uji Normalitas

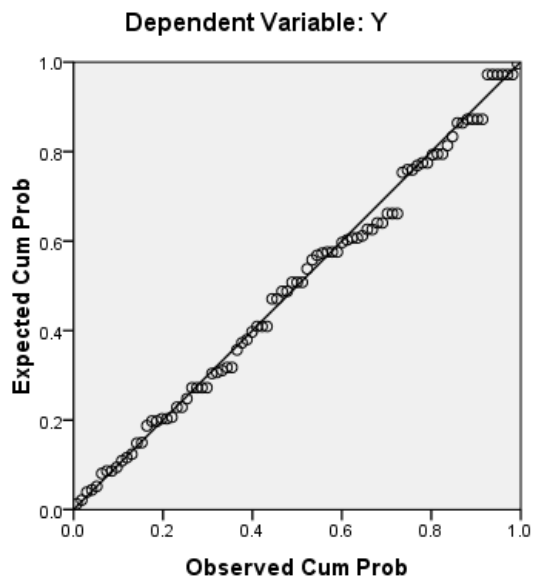
Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang disajikan untuk dianalisis lebih lanjut berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal ataupun mendekati normal, deteksi normalitas dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Cara yang bisa ditempuh untuk menguji apakah data normal atau tidak adalah dengan menggunakan Grafik Normal P-P Plot dengan cara melihat penyebaran data. Jika pada grafik tersebut menyebar dengan mengikuti garis lurus, maka datanya normal. Jika pada tabel *test of normality* dengan menggunakan *Kolmogorov-smirnov* nilai sig > 0,05 maka data tersebut normal. Hasil uji normalitas data dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Gambar 4.1
Grafik Histogram



Gambar 4.2
Normal Probability Plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber: Data Primer diolah, 2019

Tabel 4.8
Uji Kolmogorov-smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		89
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.27207917
Most Extreme Differences	Absolute	.067
	Positive	.067
	Negative	-.052
Kolmogorov-Smirnov Z		.633
Asymp. Sig. (2-tailed)		.818
a. Test distribution is Normal.		

Sumber: Data Primer diolah, 2019

Berdasarkan pada gambar IV.1 grafik histogram di dapat kurva yang membentuk lonceng sempurna yang menunjukkan data telah mengikuti distribusi normal. Pada gambar 4.2 grafik P-P Plot juga menunjukkan distribusi norma dilihat dari penyebaran data mengikuti garis lurus (normal). Pada tabel IV.10 *Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan bahwa data yang didapat tersebut mengikuti distribusi normal, berdasarkan hasil menunjukkan bahwa tingkat signifikan adalah 0,818 yang telah berada di atas 0,05. Dengan demikian residual data berdistribusi normal dan model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

4.4.1.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya kolerasi yang tinggi antara variabel-variabel independen dalam suatu model regresi linier berganda.

Tabel 4.9
Uji Multikolinieritas

		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta				Tolerance
1	(Constant)	.075	1.181		.063	.950		
	X1	.266	.078	.267	3.420	.001	.418	2.395
	X2	.709	.083	.664	8.507	.000	.418	2.395

a. Dependent Variable: Y

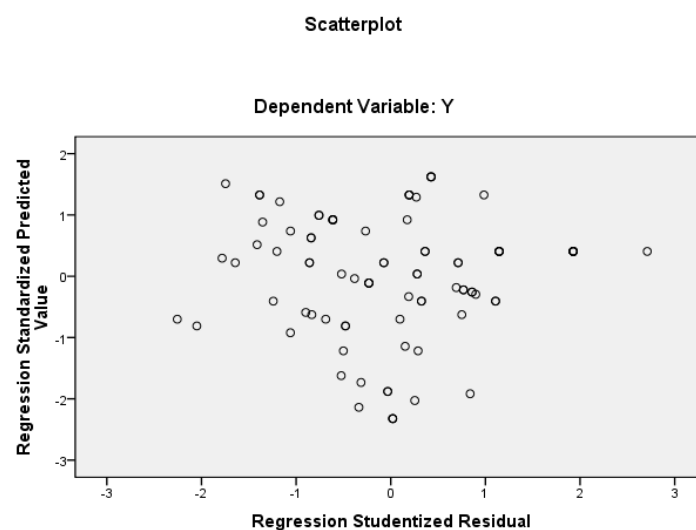
Sumber: Data Primer diolah, 2019

Berdasarkan tabel diatas, hasil perhitungan nilai *tolerance* menunjukkan bahwa tidak ada variabel independen yang memiliki nilai toleransi $< 0,10$ dan nilai $VIF > 10$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas .

4.4.1.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya.

Gambar 4.3
Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data Primer diolah, 2019

Berdasarkan grafik Scatterplot menunjukkan bahwa terdapat pola yang jelas serta titik yang menyebar diatas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.5 Uji Hipotesis

4.5.1 Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk menentukan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil analisis regresi adalah berupa koefisien untuk masing-masing variabel independen. Koefisien ini diperoleh dengan cara memprediksi nilai variabel dependen dengan suatu

persamaan. Dalam penelitian ini, digunakan Keputusan Nasabah sebagai variable dependen dan variabel religiusitas X1, promosi X2, sebagai variabel independen. Hasil analisis regresi linear berganda disajikan pada tabel berikut ini.

Tabel 4.10
Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,075	1,181		,063	,950
	X1	,266	,078	,267	3,420	,001
	X2	,709	,083	,664	8,507	,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer diolah, 2019

Dari tabel diatas dapat disusun persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,075 + 0,266X1 + 0,709X2 + e$$

Berdasarkan persamaan yang dihasilkan melalui analisis regresi linear berganda adalah sebagai berikut :

1. Bilangan Konstanta (a) mempunyai nilai sebesar 0,075 (positif) menyatakan bahwa jika variabel religiusitas, promosi bernilai nol (0) maka skor Keputusan menabung (Y) adalah 0. Artinya masih tetap ada Keputusan menabung walaupun nilai X1, X2 terhadap Y bernilai nol (0)
2. Nilai koefisien regresi variabel religiusitas (b1) yaitu 0,266 artinya apabila variabel religiusitas meningkat sebesar satu satuan, maka akan diikuti dengan peningkatan Keputusan menabung (Y) terhadap variabel religiusitas yaitu sebesar

0,265 satuan, sementara yang lain tetap. Apabila variabel religiusitas (X_1) menurun sebesar satu satuan, maka akan diikuti dengan penurunan keputusan menabung (Y) terhadap variabel religiusitas yang yang mempengaruhi keputusan menabung pada BSM KC 16 Ilir Palembang yaitu sebesar 0,265 satu satuan.

3. Nilai Koefisien variabel Promosi (b_2) adalah sebesar 0,709 (positif) artinya apabila variabel Promosi meningkat sebesar satu satuan, maka akan diikuti dengan peningkatan keputusan Menabung (Y) terhadap variabel Promosi, yaitu sebesar 0,709 satuan, sementara yang lain tetap. maka akan diikuti dengan penurunan keputusan menabung (Y) terhadap variabel Promosi yang yang mempengaruhi menabung menjadi nasabah pada BSM KC 16 Ilir Palembang yaitu sebesar 0,709 satu satuan.

4.5.2 Uji F (Simultan)

Uji F (Simultan) bertujuan untuk mengetahui apakah variabel Religiusitas (X_1), Promosi (X_2) secara bersama atau simultan berpengaruh terhadap variabel Keputusan menabung Nasabah (Y). Adapun hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.11
Uji Pengaruh Simultan

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	509.510	2	254.755	153.854	.000 ^a
	Residual	142.400	86	1.656		
	Total	651.910	88			

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer diolah, 2019

Berdasarkan pengujian statistik dengan metode uji F, di mana tingkat signifikan yang diperoleh lebih kecil yakni sebesar 0.000 dari standar signifikan yakni 5% atau 0,05 dan perbandingan antara F_{tabel} dan F_{hitung} , F_{hitung} sebesar 153,854 lebih besar dari F_{tabel} yakni 3,11 maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima, promosi memiliki pengaruh positif terhadap keputusan menabung.

4.5.3 Uji T (Parsial)

Uji T (Parsial) bertujuan untuk mengetahui apakah religiusitas (X_1), Promosi (X_2), dan Promosi secara individual berpengaruh terhadap variabel Keputusan menjadi Nasabah (Y). Adapun hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut ini

Tabel 4.12
Uji Pengaruh Parsial

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.075	1.181		.063	.950
	X1	.266	.078	.267	3.420	.001
	X2	.709	.083	.664	8.507	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer diolah, 2019

Besarnya angka T_{tabel} dengan ketentuan $\alpha = 0,05$ dan $(89-2=87)$ sehingga diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,98761 . Berdasarkan tabel diatas, maka dapat diketahui pengaruh masing-masing variabel sebagai berikut :

a. Variabel Religiusitas Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah pada Bank Syariah Mandiri KC 16 Ilir Palembang

Pengaruh religiusitas (X1) secara individu atau parsial terhadap keputusan nasabah (Y). Berdasarkan tabel 4.14 maka dapat dilihat bahwa Thitung untuk variabel religiusitas (X1) sebesar = 3,420 terhadap keputusan nasabah (Y) sebesar = 1,98761 hal ini berarti thitung $3,420 > ttabel$ 1,98761 maka H_a diterima. Berarti ada pengaruh positif religiusitas (X1) terhadap keputusan menabung (Y). dan hasil penelitian ini memiliki signifikan sebesar 0,001 artinya hipotesis 1 terbukti.

b. Variabel Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah pada Bank Syariah Mandiri KC 16 Ilir Palembang

Pengaruh promosi (X_2) secara individu atau parsial terhadap keputusan menabung (Y). Berdasarkan tabel 4.14 maka dapat dilihat bahwa T_{hitung} untuk variabel promosi (X_2) sebesar = 8,507 terhadap menabung nasabah (Y) sebesar = 1,98761 hal ini berarti $t_{hitung} 8,507 > t_{tabel} 1,98761$ maka H_a diterima. dan ada pengaruh positif promosi (X_2) terhadap Keputusan Menabung Nasabah (Y). Bahwa hasil penelitian ini memiliki signifikan sebesar 0,000 Artinya hipotesis 2 terbukti.

4.6 Uji Koefisien Determinasi *R Square* (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) adalah sebuah koefisien yang digunakan untuk melihat seberapa besar variabel independen dapat menjelaskan variabel dependennya. Jika angka dari koefisien determinasi semakin mendekati 1, maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen bisa dikatakan semakin kuat. Sedangkan nilai koefisien determinasi (*R Square*) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen adalah terbatas. Adapun tabel yang disajikan dibawah ini:

Tabel 4.13
Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.884 ^a	.782	.776	1.28679

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer diolah, 2019

Dari tampilan output SPSS *model summary* yang diatas, nilai *R Square* adalah 0,782. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan varians variabel dependen yaitu sebesar 78,2%. Masih terdapat 21,8% varians variabel dependen yang tidak mampu dijelaskan oleh variabel independen dalam model penelitian ini. Hal ini disebabkan adanya faktor-faktor lain yang turut mempengaruhi yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.7 Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisis yang telah diuraikan di atas, maka secara keseluruhan pembahasan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Menabung pada Bank Syariah Mandiri KC 16 Ilir Palembang

Berdasarkan hasil pengujian, diketahui bahwa Religiusitas adalah satu sistem yang kompleks dari kepercayaan, keyakinan, sikap-sikap, dan ucapan-ucapan yang menghubungkan individu dengan satu keberadaan atau makhluk yang bersifat keutuhan. Variabel religiusitas berpengaruh positif terhadap

Keputusan Menabung, artinya kenaikan Religiusitas akan diikuti oleh Keputusan Menabung secara positif. Sehingga jika Semakin tingginya Religiusitas yang dilakukan oleh perusahaan maka semakin besar tingkat keputusan Menabung. Hal ini diperkuat dan didukung oleh uji t yang menghasilkan nilai sig t sebesar $t_{hitung} 3,420 > t_{tabel} 1,98761$ Hal ini berarti variabel religusitas terhadap keputusan menabung berpengaruh positif.

Sesuai dengan pendapat seorang M.Zaenal Arifin yang mengatakan jika religiusitas terhadap keputusan menabung nasabah berkeinginan atau diharapkan maka kepuasan akan semakin tinggi. Disisi lain jika nasabah yang menabung merasakan lebih rendah dari yang diharapkan oleh keputusan menabung maka keputusan nasabah menjadi lebih rendah.

Hasil penelitian ini menunjukkan kearah positif variabel religiusitas yang mencangkup Kesesuaian nilai nilai religiusitas terhadap keputusan menjadi nasabah. Dimana Nasabah BSM KC 16 Ilir Palembang mencari religiusitas yang terbaik dalam mengambil keputusan, dengan melihat keyakinan dan kepercayaan religiusitas yang diterapkan oleh BSM KC 16 Ilir Palembang.

Hasil penelitian tersebut didukung oleh bukti empiris dari penelitian terdahulu Rayhan Saqid (2013), Bagus Cahyono (2013) yang menyimpulkan bahwa Religiusitas berpengaruh positif terhadap Keputusan menabung.

2. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Menabung pada Bank Syariah Mandiri KC 16 Ilir Palembang

Berdasarkan hasil pengujian, diketahui bahwa promosi adalah unsur dalam bauran pemasaran yang digunakan untuk memberitahukan, membujuk, dan mengingatkan tentang produk tabungan, promosi mempunyai kontribusi pengaruh promosi terhadap keputusan menabung dengan berpengaruh positif terhadap keputusan menabung, artinya kenaikan promosi akan diikuti oleh Keputusan Menabung secara positif. Sehingga jika Semakin tingginya promosi yang dilakukan oleh perusahaan maka semakin besar tingkat keputusan menabung. Hal ini diperkuat dan didukung oleh uji t yang menghasilkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ $8,507 > 1,98761$ Hal ini berarti variabel promosi terhadap keputusan menabung berpengaruh positif.

Hal ini juga disebabkan karena nasabah dalam menabung sesuatu bukan hanya sekedar menabung saja, akan tetapi ada sesuatu lain. Promosi adalah unsur dalam bauran pemasaran yang didayagunakan untuk memberitahukan, membujuk, dan mengingatkan tentang produk tabungan yang mempunyai unsur agama. Maka promosi yang dilakukan produk tabungan sangat menarik yaitu berupa tabungan haji dan lain sebagainya, maka nasabah mampu menabung dan berkeinginan penuh untuk menabung di bank syariah.

Hasil penelitian ini menunjukkan kearah positif variabel promosi yang mencakup situs website, brosur, spanduk dan promosi penjualan terhadap keputusan menabung. Dimana Nasabah BSM KC 16 Ilir Palembang mengambil keputusan, dengan mencari informasi melalui situs *website* yang

lebih *up to date*, penyebaran brosur yang dilakukan karyawan BSM KC 16 Ilir Palembang juga membuat nasabah tertarik untuk keputusan menabung.

Hasil penelitian tersebut didukung oleh bukti empiris dari penelitian terdahulu Noor Imansyah (2015), Maryono (2015) yang menyimpulkan bahwa promosi berpengaruh positif terhadap Keputusan menabung.

3. Pengaruh Religiusitas X_1 , Promosi X_2 , terhadap Keputusan Menabung pada Bank Syariah Mandiri KC 16 Ilir Palembang

Berdasarkan hasil pengujian, pengaruh variabel independen (religiusitas, promosi) terhadap variabel dependen (Keputusan Menabung). Diketahui bahwa religiusitas dan promosi berkaitan dengan keputusan menabung pada produk tabungan baik itu produk tabungan yang sesuai dengan adanya agama berupa akad dan kenyakinan kepercayaan terhadap produk tabungan dan juga promosi melalui promosi yg ada dan secara bersama-sama variabel independen berpengaruh positif terhadap variabel dependen, artinya kenaikan variabel independen religiusitas dan promosi akan diikuti oleh kenaikan keputusan menabung secara positif karena dapat terlihat dari tingkat antara F_{tabel} dan F_{hitung} dimana F_{hitung} sebesar 153,854 lebih besar dari F_{tabel} yakni 3,11.

Hasil penelitian tersebut didukung oleh bukti empiris dari penelitian terdahulu Lutfi Rachman (2013), Harto Hartoyo (2012) yang menyimpulkan bahwa variabel independen (Religiusitas X_1 , Promosi X_2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan positif terhadap Keputusan menabung