ALEXANDRIA 6 (2) (2025)

Journal of Economics, Business, & Entrepreneurship

https://jurnalpasca.unram.ac.id/index.php/alexandria

Pengaruh Produk, Pelayanan, dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Bank Syariah Indonesia

Naufal Farras Kamil[1]*, Handry Sudiartha Athar[1]

[1] Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mataram, Mataram, Indonesia.

Article Info
Received: July 21, 2025
Revised: August 3, 2025
Accepted: August 26, 2025
Published: September 30, 2025

Corresponding Author:
Naufal Farras Kamil
simysiko7@gmail.com

DOI: 10.29303/alexandria.v6i2.1108

© 2025 The Authors. This open access article isdistributed under a (CC-BY License)

Abstract: This study aims to determine the effect of Product, Service, and Religiosity variables on Customer Decisions to Use Indonesian Islamic Banking Services. In this study, 100 respondents located in Mataram City were used as samples. Based on the results of data analysis, it can be concluded that the Product and Service variables have a positive and significant effect, while the Religiosity variable does not have a positive and significant effect on Customer Decisions to Use Islamic Banking Services Indonesia. The Product variable has a positive and significant effect on Customer Decisions to Use Islamic Banking Services Indonesia, as evidenced by H0 being rejected and H1 being accepted. The Service variable has an effect on Customer Decisions to Use Islamic Banking Services Indonesia, as evidenced by H0 being rejected and H2 being accepted. The Religiosity variable does not have a significant effect on Customer Decisions to Use Islamic Banking Services Indonesia, as evidenced by H0 being accepted and H3 being rejected.

Keywords: Product, Service, Religiosity, Usage Decision.

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel produk, pelayanan, dan religiusitas terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa Bank Syariah Indonesia. Penelitian ini menggunakan 100 responden yang berdomisili di Kota Mataram sebagai sampel. Berdasarkan hasil analisis data, dapat disimpulkan bahwa variabel produk dan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan, sementara variabel religiusitas tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa Bank Syariah Indonesia. Variabel produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa Bank Syariah Indonesia, dibuktikan dengan *H0 ditolak* dan *H1 diterima.* Variabel pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa Bank Syariah Indonesia dibuktikan dengan *H0 ditolak* dan *H2 diterima*. Variabel religiusitas tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa Bank Syariah Indonesia, dibuktikan dengan *H0 diterima* dan *H3 ditolak*.

Kata Kunci: Produk, Pelayanan, Religiusitas, Keputusan penggunaan.

Pendahuluan

Perkembangan perbankan telah membawa kepada pertumbuhan ekonomi, serta usaha pada persaingan yang sangat ketat dalam dunia perbankan untuk merebut simpati konsumen dalam menggunakan produk jasa perbankan. Berbagai pendekatan dilakukan untuk mendapatkan simpati masyarakat melalui jasa

How to Cite:
Naufal Farras Kamil, & Handry Sudiartha Athar. (2025). Pengaruh Produk, Pelayanan, dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Bank Syariah Indonesia. *ALEXANDRIA (Journal of Economics, Business, & Entrepreneurship)*, *6*(2), 263–267. https://doi.org/10.29303/alexandria.v6i2.1108

perbankan yang berbasis pada teknologi tinggi maupun sumber daya manusia yang terampil. Persaingan untuk memberikan kepuasan dalam hal pelayanan bagi nasabah telah menempatkan nasabah (konsumen) sebagai pengambil keputusan (Aulisia, 2017).

Berdasarkan sistem operasionalnya, Indonesia saat ini memiliki dua sistem. Perbankan (*dual banking system*). Kedua system tersebut adalah Sistem Konvensional (*Conventional system*) dan Sistem Syariah (*Syariah System*). Dari kedua sistem ini juga memiliki perbedaan yang cukup mencolok. Meskipun pada dasarnya bank memiliki fungsi utama yaitu menghimpun dana dari masyarakat yang kelebihan dana (*funding*) dan kemudian menyalurkan kembali dana tersebut kepada masyarakat yang kekurangan dana atau membutuhkan suplay dana dalam bentuk pinjaman atau pembiayaan (*financing*). Arief Rahman (2022) Sistem konvensioal menghimpun dananya dari masyarakat dengan imbalan bunga (*Interest*) sedangkan bank syariah memberikan imbalan dalam bentuk bagi hasil (*profit sharing*).

Pada bank konvensional tidak memberlakukan adanya *screening system* atau filterisasi terhadap usaha yang dijalankan oleh calon nasabah, sedangkan pada bank syariah sangat memperhatikan jenis usaha yang dijalankan oleh calon nasabah yaitu dengan memperhatikan kehalalan suatu jenis usaha sesuai dengan prinsip syariah (Al-Quran dan As-sunnah). Dari perspektif teoritis, perbankan syariah berbeda dengan bank konvensional karena bank syariah menerapkan prinsip-prinsip syariah (hukum islam). Sumber hukum yang utama adalah al-quran dan hadits. Dengan berkembangnya perbankan syariah, ternyata bank syariah masih belum menjadi pilihan utama masyarakat dalam menentukan transaksi keuangan.

Tabel 1. Jumlah Nasabah Bank Syariah Indonesia

TAHUN	BULAN	JUMLAH NASABAH
2023	April – Juni	25.367
2023	Juli – September	25.990
2023	Oktober – Desember	26.174
2024	Januari – Maret	26.310

Dari tabel diatas terlihat bahwa jumlah laporan angka Nasabah Bank Syariah Indonesia pada kantor cabang Mataram yang dipublikasikan mengalami kenaikan namun tercatat bahwa pada bulan April tahun 2023 sampai dengan bulan maret tahun 2024, jumlah nasabah dari yang terhitung 25.367 – 26.310 sangat jauh dari target yang di inginkan kantor cabang jika disimak jumlah nya dari tahun ke tahun. Hal ini mengharuskan BSI (Bank Syariah Indonesia) menghadapi permasalahan persaingan dalam mendapatkan nasabah.

Keputusan nasabah dalam menggunakan jasa bank syariah bisa didasari oleh beberapa faktor atau pengaruh lainnya, baik internal maupun eksternal. Serta adanya kemungkinan yang terjadi bahwa kebanyakan nasabah pada perbankan syariah juga masih merupakan nasabah perbankan konvensional, sehingga perlu kiranya pengkajian tentang Pengaruh Produk, Pelayanan, dan Religiusitas terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa bank syariah

Metode

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian asosiatif kausal dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Ferdinand (2014) penelitian asosiatif kausal adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui sebab akibat antara dua variabel atau lebih yang dikembangkan dalam manajemen. Menurut Kuncoro (2003) menggunakan pendekatan kuantitatif karena data yang digunakan untuk menganalisis hubungan antar variabel dinyatakan dengan angka atau skala numerik.

Lokasi penelitian di wilayah Kota Mataram dan di khususkan kepada para nasabah yang sudah menggunakan jasa BSI.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Nasabah Bank Syariah Indonesia. Sampel dalam penelitian ini Berjumlah 100 sampel. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Non-probability* sampling dengan Teknik *purposive sampling*.

Dalam penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data Survei. Metode survei adalah metode penelitian yang menggunakan kuesioner sebagai instrumen utama untuk mengumpulkan data. Metode ini adalah yang paling sering dipakai di kalangan mahasiswa. Desainnya sederhana, prosesnya cepat. Tetapi bila dilakukan dengan sembrono, temuan survei ini cenderung superficial (dangkal) meskipun dalam analisisnya peneliti menggunakan statistik yang rumit.

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018) dalam Sjam, Mulyati, dan Maruta (2022) data kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan positivistic (data konkrit), data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji penghitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan. Dalam penelitian ini data kuantitatif yang diperlukan adalah Nasabah Bank Syariah Indonesia.

1. Data Primer
   Menurut Indriantoro (1999) dalam Andika dan Susanti (2018) data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara).

2. Data sekunder
   Menurut Indriantoro (1999) dalam Andika dan Susanti (2018) data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara.

Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas
   Berdasarkan hasil Pengujian, dimana 21 item pernyataan untuk setiap variabel yakni Produk (X1), Pelayanan (X2), Religiusitas (X3), dan Keputusan penggunaan (Y). r hitung > r tabel, (pada taraf signifikansi 5%) maka seluruh butir pernyataan dinyatakan Valid dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.
2. Uji Reliabilitas

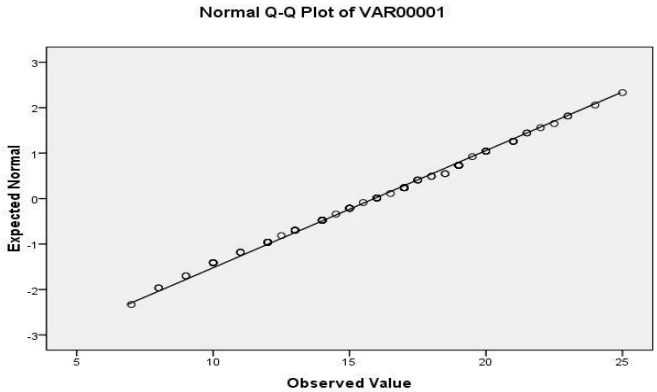
Tabel 2. Uji Reliabilitas

No	Variabel	*Cornbach Alpha*	Standar	Keterangan
1.	Produk	0,935	0,60	Realibel
2.	Pelayanan	0,852	0,60	Realibel
3.	Religiusitas	0,867	0,60	Realibel
4.	Keputusan Penggunaan	0,895	0,60	Realibel

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa koefisien realibilitas Produk (X1) sebesar 0,935, Pelayanan (X2) sebesar 0,852, Religiusitas (X3) sebesar 0,867 dan variabel keputusan penggunaan (Y) sebesar 0,895, dimana nilai-nilai tersebut lebih besar >0,60 (nilai *cornbach alpha*). Dan dapat disimpulkan instrumen dari masing-masing variabel tersebut dinyatakan realibel dan layak dijadikan variabel untuk penelitian ini.

Hasil dan Pembahasan

Uji Normalitas



Gambar 1. Uji Normalitas

Berdasarkaan pada Gambar di atas, terlihat bahwa titik-titik atau data menyebar searah garis diagonal. Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi ini sudah memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinearitas

Tabel 3. Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]		
	Collinearity Statistics	
Model	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Produk	.327	3.056
Pelayanan	.311	3.220
Religiusitas	.554	1.807

a. Dependent Variable: Keputusan penggunaan

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai multikolinearitas VIF Produk (X1) yaitu sebesar 3,056, Pelayanan (X2) sebesar 3,220, Dan pada Religiusitas (X3) yaitu sebesar 1,807 dimana ketiga nilai variabel bebas lebih kecil atau < 10. Pada nilai *tolerance* dari variable Produk (X1) ialah sebesar 0,327, pada Pelayanan (X2) sebesar 0,311, Dan pada Religiusitas (X3) sebesar 0,554 dimana ketiga nilai variabel bebas lebih besar atau > 0,1. Maka dapat disimpulkan bahwa data bebas dari gejalaa multikolinearitas yang artinya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas.

Analisis Linear Berganda

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linear berganda. Analisis regresi linier berganda adalah alat untuk meramalkan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap satu variabel terikat (Nugroho, 2005).

Tabel 4. Analisis Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	4.462	1.332		3.349	.001
	produk	.291	.056	.597	5.235	<.001
	pelayanan	.134	.055	.283	2.420	.017
	religiusitas	-.086	.062	-.122	-1.388	.168

Berdasarkan data pade tabel didapatkan rumusan regresi linier berganda dengan persamaan sebagai berikut:

Y = 4,462 + 0,291 X1 + 0,134 X2 – 0,086

Y adalah keputusan penggunaan, X1 adalah Produk, X2 adalah Pelayanan X3 adalah Religiusitas. Dari persamaan diatas dapat dianalisis beberapa hal antara lain:

1. Nilai konstanta pada persamaan tersebut sebesar 4,462, ini menunjukkan bahwa apabila ketiga variabel (X1, X2, X3) dianggap konstan maka nilai dari Keputusan penggunaan terhadap Jasa Bank Syariah Indonesia sebesar 44,62%.

2. Pengaruh variabel Produk (X1) terhadap Keputusan penggunaan. berdasarkan persamaan tersebut, maka diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,291 yang artinya untuk setiap peningkatan pada variabel Produk sebesar 100% maka akan meningkatkan Keputusan penggunaan sebesar 29,1%.
3. Pengaruh variabel Pelayanan (X2) terhadap Keputusan penggunaan. berdasarkan persamaan tersebut, maka diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,134 yang artinya untuk setiap peningkatan pada variabel Pelayanan sebesar 100% maka akan meningkatkan keputusan penggunaan sebesar 13,4%.
4. Pengaruh variabel Religiusitas (X3) terhadap Keputusan penggunaan. berdasarkan persamaan tersebut, maka diperoleh nilai koefisien regresi sebesar -0,086 artinya untuk setiap peningkatan pada variabel Religiusitas sebesar 100% maka akan mengalami penurunan keputusan penggunaan -0,86%.

Uji t

Tabel 5. Hasil Uji t

Coefficients[a]			
Model		t	Sig.
1	(Constant)	3.349	.001
	produk	5.235	<.001
	pelayanan	2.420	.017
	religiusitas	-1.388	.168

a. Dependent Variable: keputusan penggunaan

Sumber: Data Primer

1. Produk berpengaruh positif, dan signifikan terhadap Keputusan penggunaan Jasa Bank Syariah Indonesia di Kota Mataram. Berdasarkan tabel tersebut diketahui bahwa nilai t hitung sebesar 5,235 > 1,984. Berdasarkan nilai signifikansi sebesar 0,001 < 0,05 maka artinya *H*0 ditolak dan *H*1 diterima.
2. Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap Keputusan 4 penggunaan Jasa Bank Syariah Indonesia Kota Mataram Berdasarkan tabel tersebut diketahui bahwa nilai t hitung sebesar 2.420 > 1,984. Berdasarkan nilai signifikansi sebesar 0,017 < 0,05 maka artinya *H*0 ditolak dan *H*2 diterima.
3. Religiusitas tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap Keputusan penggunaan Jasa Bank Syariah Indonesia Kota Mataram Berdasarkan tabel tersebut diketahui bahwa nilai t hitung sebesar -1,388 < 1,984. Berdasarkan nilai signifikansi sebesar 0,168 >0,05 maka artinya *H*0 diterima dan *H*3 ditolak.

Uji F

Tabel 6. Uji F

ANOVA[a]						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	188.273	3	62.758	46.232	<.001[b]
	Residual	130.317	96	1.357		
	Total	318.590	99			

a. Dependent Variable: keputusan penggunaan

b. Predictors: (Constant), religiusitas, produk, pelayanan

Sumber: Data Primer

Dari tabel diatas didapatkan hasil uji f diketahui bahwa nilai f hitung sebesar 62.758> nilai f tabel sebesar 3,09, dengan tingkat signifikansi 0,001 < 0,05 maka dapat dinyatakan bahwa keputusan penggunaan yang diambil *H*0 ditolak. Artinya penelitian yang bertujuan untuk melihat pengaruh Produk, Pelayanan, dan Religiusitas terhadap keputusan penggunaan Jasa Bank Syariah Indonesia di kota mataram dinyatakan layak karena model regresi memenuhi asumsi kelayakan sebuah model penelitian dengan data yang dianalisis dan variabel independen yakni kemudahan penggunaan, manfaat semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen keputusan pengunaan jasa Bank Syariah Indonesia di Kota Mataram.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.769[a]	.591	.578	1.165

a. Predictors: (Constant), religiusitas, produk, pelayanan

Sumber: Data Primer

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi sebesar 0,578 dan ditransformasikan menjadi koefisien determinasi (*R*2) dengan dikalikan 100% yakni 0,578 x 100% = 57,8 %. Hal ini berarti pengaruh variabel independen Produk(X1), Pelayanan(X2) Religiusitas(X3) terhadap variabel dependen yaitu Keputusan penggunaan (Y) sebesar 57,8% selanjutnya sisa R yaitu sebesar 42,2 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kesimpulan

Berdasarkan Berdasarkan hasil penelitian ini dapat di simpulkan:

1. Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan penggunaan Jasa Bank Syariah Indonesia di kota Mataram, ini artinya semakin

Bervariasi dan sesuai dengan Prinsip suatu Produk Bank Syariah Indonesia maka semakin banyak pula nasabah yang menggunakan jasa Bank Syariah Indonesia.

2. Pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan penggunaan Jasa Bank Syariah Indonesia di kota Mataram, ini artinya semakin banyak pengalaman positif pada Pelayanan yang didapatkan maka Nasabah akan tetap menggunakan jasa layanan Bank Syariah Indonesia.
3. Religiusitas memiliki pengaruh Tidak positif dan signifikan terhadap Keputusan penggunaan Jasa Bank Syariah Indonesia di kota Mataram, ini artinya tidak hanya satu agama saja namun Nasabah dari bermacam macam agama juga menggunakan Jasa Bank Syariah Indonesia.

Daftar Pustaka

Arief Rahman Chakim. (2022). Pengaruh religiusitas, produk, dan pelayanan terhadap keputusan masyarakat menggunakan bank syariah (Studi kasus masyarakat Kabupaten Blora).

Aulisia, V. (2017). *PENGARUH PRODUK, PELAYANAN DAN RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN JASA BANK SYARIAH (STUDI PADA BNI SYARIAH BANDAR LAMPUNG)* (Doctoral dissertation, UIN RADEN INTAN LAMPUNG).

Ferdinand, A. (2014). Metode penelitian manajemen: Pedoman penelitian untuk penulisan skripsi tesis dan desrtasi ilmu manajemen.

Indriantoro, N., & Supomo, B. (1999). Metodologi penelitian bisnis. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.

Kuncoro, M. (2003). Metode riset untuk bisnis dan ekonomi. Jakarta: Erlangga.

Sari, R. F. (2022). Pengaruh potongan harga dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan penggunaan e-wallet Shopee Pay. Eqien: Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 9(2), 480–485.

Sjam, F. S., Mulyati, A., & Maruta, I. G. N. (2022, August). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Rocklaw di Surabaya. In *Seminar Nasional Hasil Skripsi* (Vol. 1, No. 01, pp. 255-259).