

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN BAGI HASIL TERHADAP KEPUTUSAN  
NASABAH DALAM MENABUNG PADA BANK MUAMALAT INDONESIA  
SYARIAH (Studi kasus pada Kantor Kas Baiturrahman Bank Muamalat Indonesia**

**Syariah Semarang)**

**Trisera Renny Hapsari<sup>1</sup>, Handoyo<sup>2</sup>, & Widayanto<sup>3</sup>**

**[d2d009068@gmail.com](mailto:d2d009068@gmail.com)**

***Abstract***

*This study aimed to determine the effect of product quality and to save the results to the decision of Bank Muamalat Indonesia Indonesia Sharia. This type of research is explanatory. The number of samples taken were 100 respondents with accidental sampling method. Collecting data using questionnaires, interviews, observation. Testing hypotheses using statistical analysis covering the correlation coefficient, coefficient of determination, t-test and F test results of this study show that in partial positive influence on product quality saving decisions by 17.7%, the variable for the result a positive effect on saving decisions by 4.7%. Simultaneously, the variable quality of the product and the results of a positive influence on the decision of saving of 22.4%.*

*Keywords: Product Quality, Sharing, Saving Decisions*

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan bagi hasil terhadap keputusan menabung pada Bank Muamalat Indonesia Indonesia Syariah. Tipe penelitian ini adalah eksplanatori. Jumlah sampel yang diambil adalah 100 responden dengan metode *sampling aksidental*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner, wawancara, observasi. Pengujian hipotesis menggunakan analisis statistik meliputi koefisien korelasi, koefisien determinasi, uji-t, dan uji F. Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa secara parsial variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan menabung sebesar 17,7%, variabel bagi hasil berpengaruh positif terhadap keputusan menabung sebesar 4,7%. Secara simultan variabel kualitas produk dan bagi hasil berpengaruh positif terhadap keputusan menabung sebesar 22,4%.

**Kata kunci: Kualitas Produk, Bagi Hasil, Keputusan Menabung**

---

<sup>1</sup>Trisera Renny Hapsari, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, [D2D009068@gmail.com](mailto:D2D009068@gmail.com)

<sup>2</sup>Handoyo, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

<sup>3</sup>Widayanto, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

## **Pendahuluan**

Masyarakat di negara maju dan berkembang sangat membutuhkan bank sebagai tempat untuk melakukan transaksi keuangannya. Mereka menganggap bank merupakan lembaga keuangan yang aman dalam melakukan berbagai macam aktivitas keuangan. Melihat makin ketatnya persaingan di dunia bisnis jasa, maka bank syariah harus benar-benar mengetahui strategi yang tepat untuk memenangkan persaingan tersebut, salah satunya dipengaruhi oleh kualitas produk yang ditawarkan dan bagi hasil yang diberikan kepada nasabahnya.

Pengaruh kualitas produk dan bagi hasil sangat besar dalam menentukan perkembangan perbankan, sehingga dapat meningkatkan jumlah nasabah yang menabung pada bank tersebut. Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Menurut Geotisch dan Davis, dalam Fandi Tjiptono, 2001:4). Kualitas barang yang dibeli konsumen berhubungan dengan keputusan pembelian dalam menggunakan produk yang bersangkutan. Bila membeli berarti kualitasnya baik, tetapi bila tidak membeli berarti kualitasnya jelek.

Bagi hasil adalah kerja sama antara dua pihak yang satu sebagai penyandang dana dan yang lain sebagai pengelola, dimana hasil usahanya akan dibagi bersama sesuai nisbah yang disepakati (Nikensari, 2012:23).

Menurut Kotler (2002:212) mengemukakan bahwa keputusan adalah sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah, mencari informasi, beberapa penilaian alternatif, membuat keputusan membeli dan perilaku setelah membeli yang dilalui konsumen.

Obyek yang diambil dalam penelitian ini adalah Kantor Kas Baiturrahman Bank Muamalat Indonesia Syariah Semarang.

Tujuan penelitian ini yaitu: 1) Untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas produk terhadap keputusan nasabah dalam menabung. 2) Untuk mengetahui adanya pengaruh bagi hasil terhadap keputusan nasabah dalam menabung. 3) Untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas produk dan bagi hasil terhadap keputusan nasabah dalam menabung pada Kantor Kas Baiturrahman Bank Muamalat Indonesia Syariah Semarang.

## **Kajian Teori**

### **Kualitas Produk**

Kualitas menurut Geotisch dan Davis (dalam Fandi Tjiptono, 2001:4) kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan-kemungkinan yang terjadi atas tugas dan pekerjaan, wewenang, serta tanggung jawab.

Kualitas produk adalah keadaan fisik, fungsi dan sifat dari suatu produk bersangkutan yang dapat memenuhi selera dan kebutuhan konsumen dengan memuaskan sesuai nilai uang yang telah dikeluarkan (Suyadi Prawirosentono, 2002: 6).

---

<sup>1</sup>Trisera Renny Hapsari, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, [D2D009068@gmail.com](mailto:D2D009068@gmail.com)

<sup>2</sup>Handoyo, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

<sup>3</sup>Widayanto, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

Sedangkan Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya yang mencakup mutu, ciri dan desain produk (Husein Umar, 2002: 32).

### **Bagi Hasil**

Menurut Sri Indah Nikensari, (2012:24) Bagi hasil adalah kerja sama antara dua pihak yang satu sebagai penyandang dana dan yang lain sebagai pengelola, di mana hasil usahanya akan dibagi bersama sesuai nisbah yang disepakati, misalnya 50% : 50% (akad mudharabah).

### **Keputusan Menabung**

Keputusan pemakaian jasa atau lebih dikenal sebagai keputusan pembelian. Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya (Sofjan Assauri, 2004: 141).

Menurut Kotler (2002:212) mengemukakan bahwa keputusan adalah sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah, mencari informasi, beberapa penilaian alternatif, membuat keputusan membeli dan perilaku setelah membeli yang dilalui konsumen

Pendapat lain, Menurut Erol dalam Muhammad (2007: 7), perilaku nasabah yang memilih Bank Syariah tertentu didukung oleh tingkat bagi hasil yang diberikan bank kepada para penyimpan. Keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah juga didorong oleh faktor agama, dimana nasabah menekankan pada ketaatannya terhadap prinsip-prinsip Islam, motif keuntungan yang diperoleh dengan melakukan investasi berdasarkan *profit loss sharing*, dorongan keluarga dan teman, keanekaragaman produk yang ditawarkan, kualitas pelayanan, serta lokasi bank yang bersangkutan.

### **Metode**

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian eksplanatori. Populasi dari penelitian ini adalah jumlah nasabah yang menabung produk tabungan pada Kantor Kas Baiturrahman Bank Muamalat Indonesia Syariah. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden dengan menggunakan metode *sampling aksidental*. Skala pengukuran yang digunakan yaitu skala Likert. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi liner sederhana dan berganda dengan bantuan SPSS For Windows.

---

<sup>1</sup>Trisera Renny Hapsari, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, [D2D009068@gmail.com](mailto:D2D009068@gmail.com)

<sup>2</sup>Handoyo, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

<sup>3</sup>Widayanto, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

## Hasil

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka didapat hasil sebagai berikut :

| No | Uji Hipotesis   | Hasil    |              |          |             | Keterangan Hipotesis |
|----|---|----------|--------------|----------|-------------|----------------------|
|    |   | t hitung | Signifikansi | Korelasi | Determinasi |                      |
| 1  | Pengaruh Kualitas Produk (X <sub>1</sub> ) terhadap Keputusan Menabung (Y)                                  | 4,591    | 0,000        | 0,421    | 17,7%       | Ho ditolak           |
| 2  | Pengaruh Bagi Hasil (X <sub>2</sub> ) terhadap Keputusan Menabung (Y)                                       | 2,189    | 0,031        | 0,216    | 4,7%        | Ho ditolak           |
| 3  | Pengaruh Kualitas Produk (X <sub>1</sub> ) dan Bagi Hasil (X <sub>2</sub> ) terhadap Keputusan Menabung (Y) | 14,001   | 0,017        | 0,473    | 22,4%       | Ho ditolak           |

Sumber: Hasil penelitian yang diolah, 2014

Berdasarkan hasil penelitian di atas diketahui bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menabung, dimana hasil uji korelasi antara keduanya yaitu 0,421 yang berarti hubungan antara keduanya adalah sedang. Hasil uji determinasi antara kualitas produk terhadap keputusan menabung sebesar 17,7% yang berarti 17,7% variabel keputusan menabung dapat dijelaskan oleh kualitas produk.

Bagi hasil memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menabung, dimana hasil uji korelasi antara keduanya yaitu sebesar 0,216 yang berarti hubungan antara keduanya adalah rendah. Hasil uji determinasi antara bagi hasil terhadap keputusan menabung sebesar 4,7% yang berarti 4,7% variabel keputusan menabung dapat dijelaskan oleh bagi hasil.

Kemudian kualitas produk, dan bagi hasil secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menabung, dimana hasil uji korelasi antara keduanya yaitu 0,473 yang berarti hubungan yang dimiliki adalah sedang. Hasil uji determinasi antara kualitas produk dan bagi hasil terhadap keputusan menabung sebesar 22,4% yang berarti 22,4% variabel keputusan menabung dapat dijelaskan oleh kualitas produk dan bagi hasil.

## Pembahasan

Dari ketiga variabel yang digunakan dalam penelitian ini ditemukan beberapa indikator yang hasilnya masih rendah. Secara keseluruhan, maka seharusnya pihak pengelola dalam hal ini bank Muamalat Indonesia Syariah lebih meningkatkan dari sisi pelayanan, jenis produk yang lebih beragam dan bagi hasil yang lebih memuaskan. Harapannya dengan adanya peningkatan kualitas dari pihak bank Muamalat Indonesia Syariah akan lebih banyak calon nasabah yang tertarik untuk memilih bank Muamalat sebagai tempat untuk

<sup>1</sup>Trisera Renny Hapsari, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, [D2D009068@gmail.com](mailto:D2D009068@gmail.com)

<sup>2</sup>Handoyo, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

<sup>3</sup>Widayanto, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

menginvestasikan dana. Terlebih bank Muamalat Indonesia Syariah merupakan bank pertama di Indonesia yang menggunakan sistem syariah dengan aturan yang berlandaskan ajaran agama Islam.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil uji statistik regresi linier sederhana diketahui bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung sebesar 17,7%. Diketahui pula bahwa bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung sebesar 4,7%.

Berdasarkan hasil uji statistik diketahui bahwa kualitas produk dan bagi hasil secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menabung sebesar 22,4%.

### **Saran**

Sebaiknya manfaat produk yang diberikan kepada nasabah lebih diunggulkan, seperti potongan biaya perbulan tidak terlalu tinggi dan tidak dibedakan antara yang saldo tabungan diatas Rp. 10.000.000,00 dan saldo tabungan dibawah 10.000.000,00. Misal biaya penarikan, kegagalan transaksi dan cek saldo; Bagi nasabah yang membuka rekening baru bisa diberi merchandise yang lebih menarik, misalnya buku-buku yang berkaitan dengan agama islam, tasbih, dll. Pada kejelasan informasi mengenai produk yang dijelaskan kepada nasabah sebaiknya customer service atau teller menggunakan bahasa yang mudah dimengerti oleh nasabah sehingga dapat mengurangi ketidak pahaman nasabahnya; Memberikan hadiah kepada nasabah pada acara-acara tertentu. Misalnya pada saat Bank Muamalat sedang berulang tahun, pihak bank memberikan kerudung untuk nasabah wanita atau sarung bagi nasabah laki-laki, juz amma, sampai hadiah utama umroh/haji; Pihak bank Muamalat seyogyanya lebih meningkatkan kepuasan para nasabah khususnya para penabung dengan nisbah dari bagi hasil yang tidak membedakan besar kecilnya tabungan; Dalam hal seringnya/ rutinnya melakukan transaksi tabungan muamalat yang masih rendah, Bank Muamalat Indonesia syariah agar lebih memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi perbankan sebaiknya perlu ditambahkan tempat penarikan uang tunai atau yang biasa dikenal dengan nama mesin ATM (Anjungan Tunai Mandiri) di tempat-tempat yang strategis, misalnya di mall, dekat pasar, rumah sakit, hotel, dll; Bagi nasabah diharapkan untuk mengajak masyarakat yang beragama Islam untuk memilih menabung di Bank Muamalat karena bank tersebut didalam menjalankan operasionalnya (sistem perbankan) sesuai dengan ajaran agama Islam.

### **Daftar Pustaka**

Assauri, Sofyan,. 2004. Manajemen Produksi dan Operasi.

---

<sup>1</sup>Trisera Renny Hapsari, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, [D2D009068@gmail.com](mailto:D2D009068@gmail.com)

<sup>2</sup>Handoyo, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

<sup>3</sup>Widayanto, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

Husein, Umar. 2002. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka utama.

Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Prenhallindo.

Sri Indah Nikensari, ME. *Perbankan Syariah, Prinsip, Sejarah dan Aplikasinya*. Semarang: PT. Pustaka Rizki Putra.

Tjiptono, Fandy, 2001. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi Yogyakarta.

---

<sup>1</sup>Trisera Renny Hapsari, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, [D2D009068@gmail.com](mailto:D2D009068@gmail.com)

<sup>2</sup>Handoyo, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

<sup>3</sup>Widayanto, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro