

## **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT NASABAH MENABUNG PADA PT BPRS WASHLIYAH KRAKATAU MEDAN**

**Siti Juniar**

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Indonesia  
sitijuniar04@gmail.com

**Pani Akhiruddin Siregar**

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Indonesia  
paniakhiruddin@umsu.ac.id

### ***Abstract***

*This research proves the hypothesis of whether service quality (X1) and religiosity (X2) influential and significant to customers interest in saving at PT BPRS Al-Washliyah Krakatau Medan (Y). The research method used is quantitative data analysis. The primary data was obtained through the distribution of closed questionnaires and structured to 99 respondents who save at PT BPRS Al-Washliyah Krakatau Medan. This primary data was then processed using SPSS version 21 and regressed with multiple linear regression analysis. The results of this research show: (1) All statement items proposed are valid and reliable because the calculated  $r$  is above the table  $r$ ; (2) All independent variable explain 38,10% of the variation in the dependent variable, while the remaining 61,90% is due to other reasons; (3) The regression model on the independent variable simultaneously influence the dependent variable so that the regression model of the independent variable can be used to predict the dependent variable; (4) Service quality (X1) and religiosity (X2) influential and significant to customers interest in saving at PT BPRS Al-Washliyah Krakatau Medan (Y). The results of this research prove the hypothesis accepting H1 and H2. The discussion shows that service quality and religiosity play an important role in increasing customers interest in saving at PT BPRS Al-Washliyah Krakatau Medan. Good service quality is able to enhance customer satisfaction and trust, while religiosity encourages customers perspective towards PT BPRS Al-Washliyah Krakatau Medan.*

**Keywords:** *Service quality, Religiosity, Interest in saving, PT BPRS Al-Washliyah Krakatau Medan.*

### **Pendahuluan**

Kehadiran Bank Pembiayaan Rakyat Syariah disebut BPRS semakin dirasakan manfaatnya oleh masyarakat terutama pelaku usaha kecil dan mikro di pedesaan. BPRS juga sebagai alternatif sumber permodalan. Tujuan didirikannya BPRS adalah untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi umat Islam khususnya

masyarakat ekonomi lemah, meningkatkan pendapatan per kapita, menambah lapangan kerja, mengurangi urbanisasi, dan membina ukhuwah melalui kegiatan ekonomi berbasis syariah. Namun demikian, BPRS masih menghadapi kendala berupa terbatasnya pengetahuan sebagian masyarakat mengenai produk dan operasional yang dijalankannya (Kurniawan, 2021).

BPRS adalah bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah dan tidak menyediakan jasa dalam lalu lintas pembayaran dalam usahanya. Jasa dalam lalu lintas pembayaran adalah transaksi yang dilakukan dengan bank selain BPRS dapat berupa pengiriman uang, inkaso, dan jasa-jasa bank lainnya. BPRS adalah badan usaha yang mirip dengan Bank Pengkreditan Rakyat konvensional disebut BPR berbentuk badan hukum perseroan terbatas (PT), perusahaan daerah (PD), dan atau koperasi (Wardani & Yustati, 2024).

Oleh karena itu, BPRS sebagai salah satu lembaga keuangan perbankan syariah, beroperasi mengikuti prinsip-prinsip syariah Islam yang berdiri berdasarkan Undang-undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan dan Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 72 Tahun 1992 tentang Bank Berdasarkan Prinsip Bagi Hasil. Pada pasal 1 (butir 4) Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang perbankan disebutkan bahwa BPRS adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Berdirinya BPRS merupakan langkah nyata upaya restrukturisasi perekonomian Indonesia. Restrukturisasi perekonomian yang dituangkan dalam berbagai paket kebijakan baik di bidang keuangan, moneter, dan perbankan secara umum. Selain itu, berdirinya BPRS juga dilatarbelakangi oleh adanya peluang untuk mengembangkan bank syariah sebagaimana amanat undang-undang perbankan (Iswanaji et al., 2021) tidak terkecuali dengan PT BPRS Al-Washliyah Krakatau Medan.

Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat maka PT BPRS Al-Washliyah Krakatau Medan harus mempunyai strategi untuk menarik nasabah minat menabung yang disesuaikan dengan tujuan serta visinya. Untuk itu, muncul pertanyaan mendasar mengenai faktor-faktor apa saja yang memengaruhi minat nasabah untuk menabung di PT BPRS Al-Washliyah Krakatau Medan. Faktornya adalah dengan kualitas pelayanan dan religiusitas. Dengan pendekatan yang berimbang antara kualitas pelayanan dan religiusitas maka PT BPRS Al-

Washliyah Krakatau Medan dapat membangun pondasi yang kokoh untuk pertumbuhan dan kesuksesan jangka panjang di pasar yang semakin ketat.

**Tabel 1. Perkembangan Jumlah Nasabah Tabungan dan Jumlah Nasabah Pembiayaan Periode 2021-20214**

Tahun	Jumlah Nasabah Tabungan	Jumlah Nasabah Pembiayaan
2021	5356	231
2022	5987	285
2023	5469	275
2024	6026	301

Sumber: PT BPRS Al-Washliyah Krakatau Medan (2026)

Hal ini diperkuat oleh Khairunnisa (2023) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan religiusitas memainkan peran penting dalam menentukan nasabah di setiap mengambil keputusan sehingga memengaruhi minatnya menabung. Khoiriaturrahmah & Dalimunte (2021) menjelaskan bahwa minat menabung menjadi tolak ukur strategis bagi perbankan syariah dalam mengevaluasi keberhasilan kualitas pelayanan dan religiusitas yang diterapkan. Karena itu, minat nasabah untuk menabung menjadi indikator penting perbankan syariah dalam menjalankan fungsinya sebagai lembaga intermediasi. Sulistyawati et al. (2022); Putri & Siregar (2024) menambahkan bahwa minat menabung merupakan kecenderungan nasabah dalam memilih objek tertentu guna untuk memenuhi kebutuhannya. Oleh karenanya, tingginya minat nasabah tidak hanya mencerminkan kepercayaan terhadap kualitas pelayanan dan religiusitas, tetapi juga menegaskan efektivitas penerapan prinsip-prinsip syariah dalam membangun loyalitas dan hubungan jangka panjang.

Majhaf (2020) memperjelas kualitas pelayanan merupakan salah satu aspek penting yang dapat menentukan kepuasan dan loyalitas nasabah. Kualitas pelayanan tidak hanya berkaitan dengan kecepatan dan kenyamanan transaksi, tetapi juga mencakup kehandalan, ketanggapan, jaminan, empati, serta fasilitas fisik yang mampu memberikan pengalaman positif bagi nasabah. Pelayanan yang berkualitas dapat membangun kepercayaan dan meningkatkan minat nasabah untuk menabung dan pada akhirnya menjadi nasabah tetap, sedangkan religiusitas menurut Dahrul et al. (2020) merupakan sikap keberagaman yang berarti adanya unsur internalisasi agama ke dalam diri seseorang. Religiusitas suatu hal yang paling penting dalam membentuk kuatnya kebudayaan dan berpengaruh terhadap

perilaku kuatnya kebudayaan serta berpengaruh terhadap perilaku pembeli. Hal ini karena iman adalah sebagian dari pemilihan dari umat yang beragama apalagi umat Islam yang diisyaratkan untuk berperilaku sesuai syariatnya.

Meskipun berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan religiusitas berpengaruh dan signifikan terhadap minat menabung, tetapi hasil penelitian tersebut belum sepenuhnya konsisten juga belum secara spesifik mengkaji kondisi PT BPRS Al-Washliyah Krakatau Medan. Berkaitan dengan variabel terikat, yakni minat nasabah menabung sehingga penelitian ini mencoba menilai dan mengukur dampak variabel bebasnya, yakni kualitas pelayanan dan religiusitas. Paling tidak, diharapkan oleh peneliti selanjutnya, penelitian ini menjadi referensi untuk melakukan penelitian lebih mendalam dalam membuktikan hipotesis apakah kualitas pelayanan dan religiusitas memengaruhi minat nasabah menabung pada PT BPRS Al-Washliyah Krakatau Medan.

Pada dasarnya, penelitian ini dibahas dalam rencana sebagai penelitian sebelumnya yang relevan dan sebagai sarana untuk menyelesaikan perbedaan antara penelitian ini dan penelitian sebelumnya. Minat nasabah menabung pada PT BPRS Al-Washliyah Krakatau Medan diteliti untuk mengetahui lebih dalam mengenai hubungan antara kualitas pelayanan dan religiusitas. Dengan demikian, pada PT BPRS Al-Washliyah Krakatau Medan, kebaruan dalam penelitian ini berfokus pada generalisasi hasil tentang dampak kualitas pelayanan dan religiusitas terhadap minat nasabah menabung.

Akhirnya, penelitian ini telah membuktikan hipotesis jika kualitas pelayanan (X1) dan religiusitas (X2) berpengaruh dan signifikan terhadap minat nasabah menabung pada PT BPRS Al-Washliyah Krakatau Medan (Y). Relasinya dengan arah positif. Paling tidak, hasil penelitian ini membuktikan hipotesis yang menerima H1 dan H2. Hasil penelitian ini relevan dengan hasil penelitiannya Kurniyawati & Ratno (2020); Mursalina & Yadewani (2020); Kasturi et al. (2023); Ismail & Pradesyah (2024); Ananda & Amsari (2024); Lubis & Khairunnisa (2024); dan Fathiyah & Nuvriasari (2024). Paling tidak, diperlukan penelitian lebih lanjut.

## **Kajian Literatur**

### **Kualitas Pelayanan**

Menurut Meilani & Sugiarti (2022) jika kualitas pelayanan melibatkan semua upaya untuk memenuhi keinginan dan preferensi nasabah. Ini termasuk komunikasi yang efektif untuk memahami kebutuhan serta aspirasi nasabah dan menciptakan keselarasan yang harmonis dengan harapan nasabah. Sulistiyowati (2018) menambahkan kualitas pelayanan dijelaskan sebagai suatu sikap, tetapi tidak identik dengan kepuasan yang timbul dari perbandingan antara harapan konsumen dan kemampuan perusahaan. Jadinya, kualitas pelayanan memiliki dampak signifikan dalam menciptakan nilai bagi pelanggan dan perusahaan melalui pengiriman pengalaman yang berkualitas secara lebih efisien sehingga meningkatkan keuntungan jangka panjang perusahaan.

### **Religiusitas**

Menurut Rukiyanto (2021); Kartika & Siregar (2025) religiusitas merupakan sikap keagamaan seseorang yang tercermin dalam keyakinan serta aktivitas yang berkaitan dengan agama. Dalam ajaran Islam, religiusitas diwujudkan melalui beberapa aspek penting, yakni aspek keimanan, ketaatan dalam menjalankan ajaran agama, penghayatan nilai-nilai ajaran agama, pengetahuan tentang ajaran agama, serta penerapan ajaran agama dalam kehidupan bermasyarakat (muamalah) yang berlandaskan akhlak yang baik. Dengan demikian, religiusitas berfungsi sebagai pedoman bagi manusia dalam mengarahkan perilaku agar selaras dengan kesadaran akan adanya hubungan antara dirinya dengan kekuasaan Tuhan yang mengatur kehidupan dan seluruh alam semesta sehingga individu secara sadar menerima juga menjalani keterikatan tersebut dalam kehidupan sehari-hari.

### **Minat Menabung**

Misra et al. (2021) menjelaskan minat menabung adalah keinginan yang datang dari diri sendiri untuk melakukan penyimpanan harta dalam bentuk uang atau benda berharga lainnya pada bank dengan tujuan tertentu. Fatihudin et al. (2018); Sunardi & Siregar (2023) menambahkan minat menabung juga dapat diartikan sebagai kondisi psikologis yang muncul sebagai respons terhadap suatu objek yang ditandai dengan adanya keinginan nasabah untuk mencari informasi terkait produk tabungan. Karena itu, minat menabung mencerminkan

kecenderungan nasabah untuk memilih produk tertentu atau mengambil keputusan yang berkaitan dengan pilihan tersebut sehingga memengaruhi tingkat kemungkinan nasabah dalam melakukan penyimpanan dananya di bank.

### **Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)**

Dalam Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah menyatakan bahwa “Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah”. Bank Umum Syariah adalah “Bank Syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran”, sedangkan yang dimaksud dengan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah adalah “Bank Syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran”. Adapun Perbankan Syariah adalah “segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha serta cara, dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya”.

### **Metode Penelitian**

Pendekatan penelitian kasus dengan metode kuantitatif yang data primernya diperoleh dengan cara penyebaran kuesioner tertutup dan terstruktur terhadap nasabah PT BPRS Al-Washliyah Krakatau Medan yang kemudian dianalisis dengan data statistik untuk menguji relasi sebab-akibat antar variabel.

### **Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel**

Pendekatan penelitian kasus dengan metode kuantitatif yang data primernya diperoleh dengan cara penyebaran kuesioner tertutup dan terstruktur terhadap nasabah PT BPRS Al-Washliyah Krakatau Medan yang kemudian dianalisis dengan data statistik untuk menguji relasi sebab-akibat antar variabel.

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$
$$n = \frac{6026}{1 + (6026) (0,1)^2} = 98,36 \approx 99$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Tingkat kesalahan 0,1%

### Model Penelitian

Penelitian ini dianalisis dengan analisis regresi linear berganda menggunakan dua variabel bebas dan satu variabel terikat yang olah datanya dibantu dengan Statistical Program for Social Science (SPSS) versi 21. SPSS merupakan program aplikasi komputer untuk menganalisis data statistik. Untuk itu, model penelitian ini dapat dituliskan dengan persamaan:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + \varepsilon \dots\dots\dots (1)$$

Keterangan:

- Y = Minat nasabah menabung pada PT BPRS Al-Washliyah Krakatau Medan
- a = Konstanta
- b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub> = Koefisien regresi
- X<sub>1</sub> = Kualitas Pelayanan
- X<sub>2</sub> = Religiusitas
- ε = Standar error

### Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data primer dengan cara penyebaran kuesioner tertutup dan terstruktur yang bersumber dari sampel penelitian sebanyak 99 nasabah yang menabung di PT BPRS Al-Washliyah Krakatau Medan yang juga sebagai responden dan sampel penelitian. Penyebaran kuesioner dengan mengisi lengkap setiap item butir pernyataan yang sudah peneliti sediakan. Jika demikian, maka ke-99 nasabah yang menabung di PT BPRS Al-Washliyah Krakatau Medan tinggal memilih satu jawaban dari 15 item butir pernyataan yang sudah peneliti siapkan dengan membubuhkan tanda ceklis (√) pada kolom jawaban yang sesuai. Jawabannya sangat setuju (SS) bernilai 5, setuju (S) bernilai 4, tidak setuju (TS) bernilai 3, ragu-ragu (RR) bernilai 2, dan kurang setuju (KS) bernilai 1. Dari bentuknya, kuesioner ini menggunakan skala bertingkat.

**Tabel 2. Tingkatan dan Nilai Jawaban Responden**

<b>Tingkatan</b>	<b>Nilai</b>
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Peneliti (2026)

### **Uji Validitas dan Uji Reliabilitas**

Uji validitas untuk mengukur valid atau tidak validnya kuesioner yang sudah disebar ke-99 nasabah yang menabung di PT BPRS Al-Washliyah Krakatau Medan. Kuesioner dikatakan valid jika item butir pernyataan mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh item butir pernyataan tersebut, sedangkan kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban terhadap semua item butir pernyataan ke-99 nasabah yang menabung di PT BPRS Al-Washliyah Krakatau Medan ini adalah konsisten dari waktu ke waktu.

### **Uji Statistik**

Uji statistik dalam penelitian ini ditunjukkan lewat uji ketepatan  $R^2$ , uji F, dan uji t.

1. Uji ketepatan  $R^2$  digunakan untuk mengukur seberapa jauh model dalam menerangkan variasi variabel terikat yang dijelaskan oleh variabel bebas (Suryabrata, 2010).
2. Uji F digunakan untuk melihat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan (Jogiyanto, 2018).
3. Uji t digunakan untuk melihat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial (Santoso, 2011).

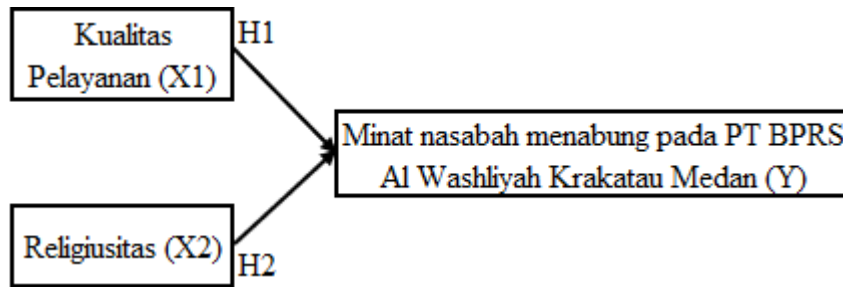
### **Hipotesis Penelitian**

Nazir (2014) menjelaskan jika keberadaan hipotesis sangatlah penting dalam penelitian sehingga dapat diprediksi hubungan-hubungan yang terjadi antara variabel bebas dengan variabel terikatnya.

1. H1: Variabel kualitas pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung pada PT BPRS Al-Washliyah Krakatau Medan (Y).  
Relasinya dengan arah positif.
2. H2: Variabel religiusitas (X2) berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung pada PT BPRS Al-Washliyah Krakatau Medan (Y).  
Relasinya dengan arah positif.

### **Kerangka Penelitian**

Sebagaimana ditunjukkan dalam Gambar 1 jika kerangka penelitian ini didasarkan pada hubungan kualitas pelayanan (X1) dan religiusitas (X2) apakah berpengaruh dan signifikan terhadap minat nasabah menabung pada PT BPRS Al-Washliyah Krakatau Medan (Y).



**Gambar 1. Kerangka Penelitian**

**Temuan Penelitian dan Pembahasan**

Temuan penelitian ditunjukkan hasilnya lewat uji validitas, hasil uji reliabilitas, hasil uji ketepatan  $R^2$ , hasil uji F (uji simultan), dan hasil uji t (uji parsial).

**Hasil Uji Validitas**

Dari 15 item butir pernyataan yang sudah peneliti sediakan dalam menguji keabsahan kuesioner yang digunakan untuk mengukur variabel kualitas pelayanan (X1), religiusitas (X2), dan minat nasabah menabung pada PT BPRS Al-Washliyah Krakatau Medan (Y) adalah valid sebab semua nilai r hitung ketiga variabel ini lebih besar dari nilai r tabel sebesar 0,1956.

**Tabel 3. Hasil Uji Validitas**

Variabel Penelitian	Item Butir Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas pelayanan (X1)	P1	0,481	0,1956	Valid
	P2	0,513		Valid
	P3	0,485		Valid
	P4	0,449		Valid
	P5	0,309		Valid
Religiusitas (X2)	P6	0,582		Valid
	P7	0,409		Valid
	P8	0,378		Valid
	P9	0,402		Valid
	P10	0,644		Valid
Minat nasabah menabung pada PT BPRS Al-Washliyah Krakatau Medan (Y)	P11	0,769		Valid
	P12	0,741		Valid
	P13	0,627		Valid
	P14	0,742		Valid
	P15	0,699		Valid

Sumber: Peneliti (2026)

**Hasil Uji Reliabilitas**

Instrumen penelitian data primer ini berbentuk kuesioner tertutup dan skala bertingkat. Dilihat dari Tabel 4 Cronbach’s Alpha maka semua item butir

pernyataan nilai variabel bebas dan variabel terikatnya sebesar 0,616 yang lebih besar dari 0,60.

**Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas**

Cronbach's Alpha	N of Items
0,616	15

Sumber: Peneliti (2026)

### Hasil Uji Ketepatan R<sup>2</sup>

Perolehan nilai R<sup>2</sup> Square jika dilihat dari Tabel 5 sebesar 0,381 yang mewakili nilai koefisien determinasi. Artinya, 38,10% dari variasi bebas mampu dijelaskan oleh variabel terikat, sedangkan sisanya sebesar 61,90% mampu dijelaskan oleh sebab-sebab lain yang tidak masuk di dalam model ini.

### Hasil Uji F

Dilihat dari Tabel 5, nilai F hitung sebesar 29,54, sedangkan nilai F tabel sebesar 3,09. Sementara itu, nilai Sig. sebesar 0,001 yang lebih kecil dari 0,05. Artinya, menolak H<sub>0</sub> dan menerima H<sub>a</sub>. Sebagai kesimpulan, model regresi pada variabel bebas secara simultan memengaruhi variabel terikat sehingga model regresi variabel bebas dapat dipakai untuk memprediksi variabel terikat.

### Hasil Uji t

Hasil uji t (uji parsial) pada ringkasan uji regresi dari Tabel 5 sebagai berikut:

1. Nilai t hitung variabel kualitas pelayanan (X<sub>1</sub>) sebesar 7,18, sedangkan nilai t tabel sebesar 1,99. Sementara itu, nilai Sig. sebesar 0,001 yang lebih kecil dari 0,05. Artinya, menerima H<sub>1</sub>. Sebagai kesimpulan, variabel kualitas pelayanan (X<sub>1</sub>) berpengaruh dan signifikan terhadap variabel minat nasabah menabung pada PT BPRS Al-Washliyah Krakatau Medan (Y).
2. Nilai t hitung variabel produk yang inovasi (X<sub>2</sub>) sebesar 2,08, sedangkan nilai t tabel sebesar 1,99. Sementara itu, nilai Sig. sebesar 0,040 yang lebih kecil dari 0,05. Artinya, menerima H<sub>2</sub>. Sebagai kesimpulan, variabel religiusitas (X<sub>2</sub>) berpengaruh dan signifikan terhadap variabel minat nasabah menabung pada PT BPRS Al-Washliyah Krakatau Medan (Y).

**Tabel 4. Ringkasan Regresi**

Model	B	t	Sig.
Konstanta	7,27	1,89	0,061
Kualitas pelayanan	1,14	7,18	0,001

Religiusitas	0,18	2,08	0,040
F = 29,54 ; Sig. = 0,001			
R = 0,617 ; R <sup>2</sup> = 0,381			

Sumber: Peneliti (2025)

**Pembahasan**

Interpretasi dari persamaan regresi linier berganda dengan melihat hasil uji t dari Tabel 5 ringkasan regresi hasilnya sebagai berikut:

Minat nasabah menabung pada PT BPRS Al-Washliyah Krakatau Medan (Y)	=	7,27 + 1,14 kualitas pelayanan (X1) + 0,18 religiusitas (X2)
---	---	--

**Minat Nasabah Menabung pada PT BPRS Al-Washliyah Krakatau Medan**

Konstanta yang diperoleh sebesar 7,27. Paling tidak, jika kualitas pelayanan (X1) dan religiusitas (X2) konstan, maka minat nasabah menabung di PT BPRS Al-Washliyah Krakatau Medan (Y) akan meningkat sebesar 7,27%. Minat nasabah menabung merupakan kecenderungan perilaku seseorang dalam mengambil keputusan untuk menyimpan dananya di PT BPRS Al-Washliyah Krakatau Medan. Minat ini tidak muncul secara tiba-tiba, melainkan dipengaruhi oleh berbagai faktor baik yang berasal dari dalam diri nasabah (internal) maupun dari luar nasabah (eksternal).

Berdasarkan hasil statistik deskriptif menunjukkan bahwa nilai rata-rata variabel minat nasabah menabung lebih besar dibandingkan dengan nilai standar deviasinya. Artinya, data memiliki penyebaran yang baik dan tidak terjadi penyimpangan yang signifikan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tingkat minat nasabah dalam menabung di PT BPRS Al-Washliyah Krakatau Medan berada pada kategori cukup tinggi dan stabil. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki ketertarikan dan keinginan untuk melakukan aktivitas menabung di BPRS tersebut.

Hardana et al. (2022); Sari & Siregar (2023) menjelaskan tingginya minat nasabah menabung menggambarkan bahwa nasabah telah memiliki kesadaran akan pentingnya menabung sebagai bentuk pengelolaan keuangan yang baik. Aziz & Hendrastyo (2020) memperjelas minat nasabah menabung juga dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan terhadap perbankan syariah. Kepercayaan ini muncul ketika nasabah merasa aman, nyaman, dan yakin terhadap pelayanan yang

diberikan oleh perbankan syariah. Jika semakin tinggi tingkat kepercayaan nasabah, maka akan semakin tinggi pula minat nasabah untuk menabung di perbankan syariah.

Menurut Andika & Syahputra (2021) minat menabung juga dapat dipengaruhi oleh faktor kualitas pelayanan. Pelayanan yang baik akan memberikan pengalaman positif bagi nasabah sehingga menimbulkan rasa puas dan mendorong keinginan untuk terus menggunakan pelayanan tersebut. Menurut Al Faqih (2020); Syahputri & Rialdy (2024) selain faktor eksternal, faktor internal, seperti religiusitas juga turut memengaruhi minat nasabah dalam menabung. Nasabah yang memiliki tingkat religiusitas tinggi cenderung lebih berhati-hati dalam mengelola keuangan dan lebih memilih aktivitas yang sesuai dengan ajaran agama Islam. Menabung dipandang sebagai salah satu bentuk pengelolaan harta yang baik dan dianjurkan dalam kehidupan.

Ermawati & Sidiq (2021); Safriani & Siregar (2024) mengungkapkan bahwa minat nasabah menabung adalah hasil dari interaksi antara berbagai faktor yang saling berkaitan baik faktor pelayanan maupun nilai religiusitas yang dimiliki individu. Jika semakin baik faktor-faktor tersebut, maka akan semakin tinggi pula minat nasabah dalam melakukan aktivitas menabung pada perbankan syariah.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Minat Nasabah Menabung pada PT BPRS Al-Washliyah Krakatau Medan (Y)**

Kualitas pelayanan (X1) berpengaruh dan signifikan terhadap minat nasabah menabung pada PT BPRS Al-Washliyah Krakatau Medan (Y). Hasil penelitian ini sesuai hipotesis. Adapun hipotesis penelitian ini adalah menerima H1. Relasinya dengan arah positif. Dalam penelitian ini, nilai koefisien regresi kualitas pelayanan (X1) diperoleh angkanya sebesar 1,14. Paling tidak, dengan adanya kualitas pelayanan (X1) akan meningkatkan minat nasabah menabung pada PT BPRS Al-Washliyah Krakatau Medan (Y) sebesar 1,14%.

Sesungguhnya penelitian ini relevan dengan hasil penelitiannya Dwiantoro et al. (2020); Ulwiya (2021); Syahrizal (2020); Anwar (2023); dan Syahrani & Siregar (2025). Kualitas pelayanan di PT BPRS Al-Washliyah dengan indikator keandalan, kesigapan, jaminan, perhatian, dan bukti fisik kepada seluruh nasabahnya.

Aulia & Siregar (2023) menjelaskan dalam praktiknya, tentu saja peningkatan kualitas pelayanan tidak semudah dalam teori meskipun sudah dilakukan dengan prosedur dan kaidah yang sudah ditetapkan. Akan tetapi, masih banyak kendala yang dihadapi baik dari dalam maupun dari luar. Kendala dari dalam dapat berupa pengelolaan manajemen, keahlian tenaga kerja, serta kelengkapan sarana dan prasarana, sedangkan kendala dari luar berupa saingan dengan perbankan syariah khususnya sesama BPRS. Faruq & Jennah (2023) menambahkan bahwa kualitas pelayanan mencakup berbagai aspek, seperti keramahan pegawai, kecepatan dalam memberikan pelayanan, ketepatan dalam menyampaikan informasi, dan kenyamanan fasilitas yang tersedia. Karena itu, kualitas pelayanan yang terbaik akan memberikan pengalaman positif bagi nasabah sehingga menimbulkan rasa puas dan kepercayaan terhadap perbankan syariah.

Menurut Bella et al. (2023) jika kualitas pelayanan yang diberikan kurang baik, seperti lambatnya pelayanan, kurang ramahnya pegawai, dan atau kurang jelasnya informasi yang diberikan, maka hal ini dapat menurunkan minat nasabah dalam menabung di perbankan syariah. Wijaya et al. (2023) memperjelas bahwa kualitas pelayanan yang buruk akan memberikan dampak negatif terhadap keputusan nasabah. Artinya, kualitas pelayanan juga dapat menciptakan hubungan jangka panjang antara nasabah dan perbankan syariah. Jika nasabah merasa nyaman dan dihargai, maka akan timbul rasa loyalitas yang tinggi. Loyalitas ini akan mendorong nasabah untuk terus menabung di perbankan syariah serta merekomendasikan pelayanan tersebut kepada nasabah lainnya. BPRS merupakan salah satu jenis perbankan syariah selain BUS.

### **Pengaruh Religiusitas (X2) terhadap Minat Nasabah Menabung pada PT BPRS Al-Washliyah Krakatau Medan (Y)**

Religiusitas (X2) berpengaruh dan signifikan terhadap minat nasabah menabung pada PT BPRS Al-Washliyah Krakatau Medan (Y). Hasil penelitian ini sesuai hipotesis. Adapun hipotesis penelitian ini adalah menerima H2. Relasinya dengan arah positif. Dalam penelitian ini, nilai koefisien regresi religiusitas (X2) diperoleh angkanya sebesar 0,18. Paling tidak, dengan adanya kualitas pelayanan (X1) akan meningkatkan minat nasabah menabung pada PT BPRS Al-Washliyah Krakatau Medan (Y) sebesar 0,18%.

Sesungguhnya penelitian ini relevan dengan hasil penelitiannya Rianto & Yoganingsih (2020); Parastika et al. (2021); Suprihati et al. (2021); Musyaffa & Iqbal (2022); dan Sodik et al. (2022). Religiusitas di PT BPRS Al-Washliyah dengan indikator ideologi, ritualistik, ekperiensial, intelektual, dan konseptual meskipun setiap nasabah akan memiliki tingkat religiusitas yang berbeda pula. Walaupun demikian, dari berbagai perbedaan itu, dengan religiusitas menjadi faktor nasabah berminat menabung di PT BPRS Al-Washliyah Krakatau Medan.

Revonnarta & Indrarini (2021); Siregar & Anip (2023) menjelaskan bahwa tingkat religiusitas yang tinggi maka nasabah memiliki kecenderungan untuk berperilaku sesuai dengan nilai-nilai agama Islam termasuk dalam hal pengelolaan keuangan. Oleh karena itu, nasabah akan lebih mempertimbangkan aspek kehalalan, keberkahan, dan kesesuaian dengan prinsip syariah dalam mengambil keputusan untuk minatnya menabung di perbankan syariah. Robyani et al. (2022) memperjelas bahwa dalam konteks perilaku konsumen, religiusitas memiliki peran penting dalam membentuk preferensi dan keputusan nasabah. Nasabah yang memiliki tingkat religiusitas tinggi maka akan lebih berhati-hati dalam memilih produk dan pelayanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Hal ini termasuk dalam memilih perbankan syariah di mana nasabah cenderung memilih perbankan syariah yang menerapkan sistem yang bebas riba, gharar, dan maisir. Artinya, dengan adanya religiusitas dapat menjadi faktor pendorong dalam meningkatkan minat nasabah untuk menabung di perbankan syariah yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Novinati & Hakim (2021) mengingatkan bahwa religiusitas mencerminkan tingkat keyakinan, pemahaman, dan pengalaman seseorang terhadap ajaran agama yang dianut. Dalam konteks perbankan syariah, nasabah dengan tingkat religiusitas tinggi biasanya lebih memperhatikan kehalalan transaksi serta menghindari praktik yang mengandung unsur riba, gharar, dan maisir.

### **Kesimpulan**

Penelitian ini membuktikan hipotesis yang menerima H1 dan H2. Dengan kata lain, kualitas pelayanan (X1) dan religiusitas (X2) berpengaruh dan signifikan terhadap minat nasabah menabung pada PT BPRS Al-Washliyah Krakatau Medan (Y). Selain itu, semua item butir pernyataan yang diajukan valid

dan reliabel karena  $r$  hitung di atas  $r$  tabel. Sesudah itu, semua variabel bebas dalam menjelaskan variasi dari variabel terikat sebesar 38,10% dan sisanya sebesar 61,90% karena alasan lain. Selanjutnya, model regresi pada variabel bebas secara simultan memengaruhi variabel terikat sehingga dapat dipakai untuk memprediksi variabel terikat.

### **Daftar Pustaka**

- Al Faqih, F. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil terhadap Minat Menabung Nasabah pada Tabungan Marhamah PT Bank Sumut KCP Syariah Karya. *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*, 11(1), 22-38.
- Ananda, M., & Amsari, S. (2024). Pengaruh Tingkat Kepuasan dan Kepercayaan terhadap Minat Nasabah Menabung pada PT BPRS Al-Washiliyah Krakatau. *JOURNAL OF ECONOMIC, BUSSINES, AND ACCOUNTING (COSTING) Учредители: IPM2KPE*, 7(5), 1464-1473.
- Andika, S., & Syahputra, M. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Dumai Sukajadi. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 4(2), 1250-1257.
- Anwar, N. F. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung Nasabah pada Bank BSI (Bank Syariah Indonesia). *BANCO: Jurnal Manajemen dan Perbankan Syariah*, 5(1), 48-62.
- Aulia, P., & Siregar, P. A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Produk Pembiayaan terhadap Pengembangan UMKM Nasabah (Studi Bank Wakaf Mikro Pesantren Mawaridusallam). *MODELING: Jurnal Program Studi PGMI*, 10(2), 469-477.
- Aziz, N., & Hendrastyo, V. S. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan Promosi terhadap Minat Nasabah Menabung pada Bank Syariah Cabang Ulak Karang Kota Padang. *Jurnal Pundi*, 3(3), 227-234.
- Bella, S., Faizal, M., & Fadilla, F. (2023). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Palembang Demang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 3(1), 125-144.
- Dahrul, A., Harlianty, R. A., Pamungkas, Y. T., & Lestari, D. A. (2022). RELIGIUSITAS SEBAGAI PREDIKTOR TERHADAP KESEHATAN

- MENTAL STUDI TERHADAP PEMELUK AGAMA ISLAM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Kesehatan, Teknologi, Sosial, dan Pendidikan (JPM Kosonk)*, 4(1), 52-56.
- Dwiantoro, R. Z., Haryono, H., & Imamah, N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Tabungan, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan terhadap Minat Menabung Nasabah di BANK JATIM KCP Driyorejo Gresik. *EkoBis: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 1(2), 55-63.
- Ermawati, C., & Sidiq, A. W. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan terhadap Minat Menabung Nasabah PT Bank Mandiri (Persero), Tbk KCP Kendal Boja. *Solusi*, 19(3), 349-357.
- Faruq, U., & Jennah, N. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Menabung pada Produk Tabungan Mudharabah di KSPPS BMT NU Cabang Camplong. *Mabny: Journal of Sharia Management and Business*, 3(1), 22-34.
- Fathiyah, I., & Nuvriasari, A. (2024). The Role of Service Quality, Product Quality, and Price in Creating a Competitive Advantage Coffee Shop in Cirebon City. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 3(3), 1033-1044.
- Fatihudin, D., Hidayat, S., & Holisin, I. (2018). *Ayo Menabung Yuk! Siapkan Masa Depan yang Lebih Baik melalui Dana Pensiun*. Surabaya: UMPress.
- Hardana, A., Nasution, J., & Damisa, A. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Nasabah Menabung pada PT BSI Cabang Padangsidimpuan. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 7(2), 828-838.
- Ismail, A. H., & Pradesyah, R. (2024). Pengaruh Pemahaman Akad dan Religiusitas terhadap Minat Melakukan Transaksi di Bank Syariah. *AGHNIYA: Jurnal Ekonomi Islam*, 6(1), 124-134.
- Iswanaji, C., Khotijah, S. A., & Hasbi, M. Z. N. (2021). *Lembaga Keuangan Syariah Buku Ajar Konsentrasi Syariah*. Indramayu: Penerbit Adab.
- Jogiyanto, H. (2018). *Metoda Pengumpulan dan Teknik Analisis Data*. Yogyakarta: IKAPI.
- Kartika, D. A., & Siregar, P. A. (2025). PEMAHAMAN KONSUMEN MUSLIM DAN RELIGIUSITASNYA: PENGARUHNYA TERHADAP LABEL

HALAL AROMA PRIMA BAKERY & CAKE SHOP. *HUMAN FALAH: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 12(2), 133-153.

- Kasturi, R., & Huzaini, M. (2023). Pengaruh Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk Perbankan Syariah, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah (studi Kasus pada PT BPRS Dinar Ashri KC Terara). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 8(4), 823-836.
- Khairunnisa, N. S. (2023). Implementasi Customer Relationship Management (CRM) dalam Mempertahankan dan Meningkatkan Jumlah Nasabah pada PT BPRS Al-Washliyah Medan. *Management, Accounting, Islamic Banking, and Islamic Economic Journal*, 1(2), 674-685.
- Khoiriaturrahmah, M., & Dalimunte, A. A. (2021). Minat Masyarakat dalam Menabung pada Masa Pandemi di BPRS Al-Washliyah Medan. *ISTIKHLAF: Jurnal Ekonomi, Perbankan, dan Manajemen Syariah*, 3(2), 100-118.
- Kurniawan, M. (2021). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah (Teori dan Aplikasi)*. Indramayu: Penerbit Adab.
- Kurniyawati, E., & Anggadha, F. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan dan Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus BPRS Suriyah Cabang Salatiga). *Jurnal BAABU AL-ILMI: Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 5(2), 142-152.
- Lubis, T. A., & Khairunnisa, K. (2024). Pengaruh Religiusitas dan Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah UMSU). *EKSISBANK (Ekonomi Syariah dan Bisnis Perbankan)*, 8(1), 62-75.
- Meilani, A., & Sugiarti, D. (2022). Analisis Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 2501-2510.
- Misra, I., Ragil, M., & Fachreza, M. I. (2021). *Manajemen Perbankan Syariah (Konsep dan Praktik Perbankan Syariah di Indonesia)*. Yogyakarta: K-Media.
- Mursalini, W.I., & Yadewani, D. (2020). Pengaruh Layanan Langsung terhadap

- Minat Nasabah Menabung di PT BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Kota Solok. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 8(2), 330-337.
- Musyaffa, H., & Iqbal, M. (2022). Pengaruh Religiusitas, Kualitas Layanan, dan Promosi terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Perbanas Journal of Islamic Economics and Business*, 2(2), 167-177.
- Nazir, M. (2014). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Novianti, A. D., & Hakim, L. (2021). Pengaruh Pengetahuan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Menabung dengan Variabel Moderating Persepsi. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, 9(1), 116-122.
- Parastika, P., Hartini, T., & Amri, U. (2021). Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah dengan Minat Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Intelektualita: Keislaman, Sosial, dan Sains*, 10(1), 177-187.
- Peraturan Pemerintah. (2008). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah tanggal 16 Juli 2008. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Putri, N. A., & Siregar, P. A. (2024). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa FAI UMSU Menggunakan Dompot Digital. *EKSISBANK (Ekonomi Syariah dan Bisnis Perbankan)*, 8(2), 181-195.
- Revonnarta, E., & Indrarini, R. (2021). Pengaruh Religiusitas dan Citra Bank Syariah terhadap Minat Menabung Melalui Bank Syariah di Sidoarjo. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 4(2), 37-49.
- Rianto, M. R., & Yoganingsih, T. (2020). Pengaruh Religiusitas, Pengaruh Sosial, dan Dukungan Pemerintah terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Mandiri-Bekasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Manajemen*, 16(2), 76-83.
- Robyani, N. M., Ritonga, A. H., & Mubyarto, N. (2022). Pengaruh Religiusitas, Pelayanan, dan Promosi terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah. *Journal of Comprehensive Islamic Studies*, 1(2), 391-426.
- Rukiyanto, B. A. (2021). *Pendidikan Religiusitas untuk Perguruan Tinggi*. Yogyakarta: Sanata Dharma University Press.
- Safriani, S., & Siregar, P. A. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah PT Bank

- Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Al-Washliyah Medan. *JURNAL ILMIAH EDUNOMIKA*, 8(2), 1-17.
- Santoso, S. (2011). *Mastering SPSS Versi 19*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sari, P. I., & Siregar, P. A. (2023). Pengaruh Produk, Promosi, dan Gaya Hidup terhadap Minat Menabung Siswa di BSI KCP Bagan Batu Rokan Hilir Riau (Studi Kasus SMA Al-Mujahidin). *MODELING: Jurnal Program Studi PGMI*, 10(1), 324-331.
- Siregar, P. A., & Anip, A. (2023). The Influence of Motivation To Avoid Usury, Product Knowledge, and Religious On The Decision To Become A Customer at BPRS Gebu Prima. In *Proceeding International Seminar of Islamic Studies* (pp. 20-27).
- Sodik, F., Hidayat, M. A., Al Farda, R. A., & Syahita, R. N. (2022). Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk dan Religiusitas terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, 4(2), 123-143.
- Suryabrata, S. (2010). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Sulistiyawati, A. I., Dini, Y. L., Triyani, D., NSS, R. L. P., & Santoso, A. (2022). Deteksi Minat Menabung di Bank Syariah: Suatu Kajian Empiris. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 3741-3752.
- Sulistiyowati, W. (2018). *Kualitas Layanan: Teori dan Aplikasinya*. Sidoarjo: UMSIDA Press.
- Sunardi, S., & Siregar, P. A. (2023). The Influence of Knowledge, Benefit, and Risk on Customer Interest in Using the BSI Qris Electronic Payment System at BSI KCP Indrapura. *JURNAL EKONOMI SYARIAH*, 8(1), 64-75.
- Suprihati, S., Sumadi, S., & Tho'in, M. (2021). Pengaruh Religiusitas, Budaya, dan Pengetahuan terhadap Minat Masyarakat Menabung di Koperasi Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 443-450.
- Syahputri, N., & Rialdy, N. (2024). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Nasabah Untuk Menabung pada Produk Tabungan Haji IB Masalah di Bank BJB Syariah Kantor Cabang Medan. *Journal of Islamic Economics and Finance*, 1(2), 209-214.

- Syahrani, N., & Siregar, P. A. (2025). PENGARUH LAYANAN PERBANKAN DIGITAL DAN PRODUK YANG INOVASI TERHADAP MINAT GENERASI Z PADA PERBANKAN SYARIAH (STUDI KASUS MAHASISWA FAI UMSU). *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 1(1), 1-20.
- Syahrizal, D. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung Nasabah di BRI Syariah KCP Ponorogo* (Doctoral dissertation), IAIN Ponorogo.
- Ulwiya, H. A. M. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Persepsi Religiusitas terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah Indonesia (Studi kasus di Bank Syariah Indonesia Cabang Semarang). *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, 3(2), 142-156.
- Wardani, Y., & Yustati, H. (2024). *Lembaga Keuangan Syariah*. Bengkulu: CV Brimedia Global.
- Wijaya, F., Addiarrahman, A., & Ridho, M. T. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Lokasi terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) (Studi pada Masyarakat Kecamatan Merlung). *Al Itmamiy Jurnal Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)*, 5(1), 01-16.