

## The Effect of Mudharabah Financing and Musyarakah Financing on Profitability Ratios at PT. Bank BRI Syariah TBK Period 2012-2018

Norma Sari<sup>1</sup>, Budi Gautama Siregar<sup>2</sup>, Hamni Fadilah Nasution<sup>3</sup>, Damri Batubara<sup>4</sup>

<sup>1</sup>IAIN Padangsidimpuan (Perbankan Syariah, FEBI, IAIN Padangsidimpuan)

<sup>2</sup> IAIN Padangsidimpuan (Perbankan Syariah, FEBI, IAIN Padangsidimpuan)

<sup>3</sup> IAIN Padangsidimpuan (Perbankan Syariah, FEBI, IAIN Padangsidimpuan)

<sup>4</sup> IAIN Padangsidimpuan (Perbankan Syariah, FEBI, IAIN Padangsidimpuan)

[nurhidaya@gmail.com](mailto:nurhidaya@gmail.com)<sup>1</sup>, [budigautama@iain-padangsidimpuan.ac.id](mailto:budigautama@iain-padangsidimpuan.ac.id)<sup>2</sup>, [hamnifadillah@iain-padangsidimpuan.ac.id](mailto:hamnifadillah@iain-padangsidimpuan.ac.id)<sup>3</sup>, [damribatubara@iain-padangsidimpuan.ac.id](mailto:damribatubara@iain-padangsidimpuan.ac.id)<sup>4</sup>

### ABSTRAK

Latar belakang masalah dalam penelitian ini adalah pembiayaan mudharabah dan pembiayaan musyarakah mengalami fluktuasi tidak diikuti Return On Asset (ROA), yang sesuai dengan teori pembiayaan meningkat maka Return On Asset (ROA) sebaliknya. Rumusan dalam penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh pembiayaan mudharabah dan pembiayaan musyarakah terhadap Return On Asset (ROA) pada PT. Bank BRI Syariah TBK secara parsial maupun simultan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif, sampel yang digunakan sebanyak 36 sampel dengan desain purposive sampling, data diperoleh melalui situs [www.OJK.go.id](http://www.OJK.go.id) pengujian dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan program computer SPSS Versi 23. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh pembiayaan mudharabah terhadap Return On Asset (ROA) pada PT. Bank BRI Syariah Tbk, dan Pembiayaan musyarakah menunjukkan bahwa secara parsial pembiayaan musyarakah berpengaruh terhadap Return On Asset (ROA) ) pada PT. Bank BRI Syariah Tbk. Dengan hasil uji F berpengaruh secara taraf sig. Sehingga hipotesis (Ha3) diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara simultan ada pengaruh antara pembiayaan mudharabah dan pembiayaan musyarakah terhadap Return On Asset (ROA). Sedangkan uji determinasi R2square variabel 33 persen sedangkan sisanya 67 persen yang dipengaruhi faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** Religiusitas, Pelayanan, Promosi, Minat

### ABSTRACT

The background problem in this research is mudharabah financing and musyarakah financing experiencing fluctuations that are not followed by Return On Assets (ROA), which in accordance with the theory of increased financing, the Return On Assets (ROA) vice versa. The formula in this research is whether there is an influence of mudharabah financing and musyarakah financing on Return On Assets (ROA) at PT. Bank BRI Syariah TBK partially or simultaneously. This research is a quantitative descriptive study, the sample used as many as 36 samples with a purposive sampling design, data obtained through the website [www.OJK.go.id](http://www.OJK.go.id) testing in this study is to use the SPSS computer program Version 23. The results showed that partially there was the influence of mudharabah financing on Return On Assets (ROA) at PT. Bank BRI Syariah Tbk, and Musharaka financing shows that musyarakah financing partially influences Return On Assets (ROA) at PT. Bank BRI Syariah Tbk. With the results of the F test influential in the level of sig. So the hypothesis (Ha3) is accepted. So it can be concluded that simultaneously there is an influence between mudharabah financing and musyarakah financing on Return On Assets (ROA). While the R2square determination test is 33 percent while the remaining 67 percent is influenced by other factors not included in this study.

**Keywords:** Religiosity, Service, Promotion, Interest

### A. PENDAHULUAN

Perbankan adalah satu lembaga yang melaksanakan tiga fungsi utama, yaitu (1) menerima simpanan uang, (2) meminjamkan uang, dan (3) memberikan jasa pengiriman uang. Di dalam sejarah perekonomian kaum muslimin, pembiayaan yang dilakukan dengan akad yang sesuai syariah telah menjadi bagian dari tradisi umat Islam sejak zaman Rasulullah SAW. Pedagang mampu memberikan manfaat yang besar baik bagi masyarakat serta bagi pemerintah. Beberapa manfaat dengan adanya pedagang seperti peningkatan pendapatan masyarakat, penyerapan tenaga kerja yang secara otomatis mengurangi tingkat pengangguran dan membantu dalam pertumbuhan perekonomian di Indonesia.

Kondisi para pedagang yang berada di Pasar baru panyabungan itu sendiri tidak jauh berbeda dengan kondisi para pedagang pada umumnya. Para pedagang di Pasar baru Panyabungan juga mengalami beberapa permasalahan lainnya dalam menjalankan usahanya. Dalam hal ini fenomena yang terjadi adalah minimnya minat pedagang yang menabung di bank syariah. Jumlah pedagang di Pasar Baru Panyabungan cukup banyak dengan mayoritas muslim, dengan latar belakang pendidikan yang berbeda-beda dan penghasilan yang berbeda-beda pula. Berdasarkan data yang diperoleh dari pengamatan sementara di lokasi Pasar Baru Panyabungan dapat diketahui

bahwa jumlah pedagangnya sebanyak 1.441 pedagang.

Adapun beberapa faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menabung di bank syariah adalah religiusitas, pelayanan dan promosi. Menurut Abdurrahman Saleh "minat merupakan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan di sertai perasaan senang". Istilah religiusitas (religiosity) berasal dari bahasa ingris "religion" yang berarti agama, kemudian menjadi kata sifat "religious" yang berarti agamis atau saleh. "religi" berarti kepercayaan kepada adanya kekuatan di atas manusia. "religiusitas" adalah pengabdian terhadap agama atau kesalihan. Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen atau nasabah yang dilayanani, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Promosi dilakukan dengan tujuan menginformasikan dan mempengaruhi pasar akan produk bank melalui kegiatan-kegiatan periklanan, personal selling, publisitas dan sebagainya. Dengan kegiatan tersebut bank dapat membujuk nasabah agar tetap loyal memakai produk bank bahkan dapat ditingkatkan loyalitasnya sehingga enggan untuk meninggalkan produk bank.

### B. METODE

Lokasi penelitian dilakukan di Pasar Baru Panyabungan. Jenis penelitian yang digunakan

adalah kuantitatif deskriptif yang bermaksud menggambarkan fenomena pada objek penelitian apa adanya dan pengambilan kesimpulan didasarkan pada angka-angka hasil analisis statistik. Populasi dalam penelitian ini adalah pedagang di Pasar Baru Panyabungan yang menabung di bank syariah. Dimana jumlah populasinya adalah 508 pedagang. Yang didapatkan dari observasi awal. Sampel yang diambil dari penelitian ini adalah 84 sampel. Metode yang digunakan untuk menghitung besarnya jumlah sampel adalah rumus Slovin. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu pedagang di pasar baru Panyabungan yang menabung di bank syariah. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan instrumen wawancara dan angket.

Variabel independen yang digunakan adalah religiusitas, pelayanan dan promosi. Sedangkan variabel dependen adalah minat menabung. Data yang sudah terkumpul selanjutnya dikuantitatifkan kemudian dilakukan analisis menggunakan aplikasi program *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 23.

### C. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 1. Uji Validitas

##### Uji Validitas Religiusitas

Item pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Religiusitas_1	-0,018	Instrument valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan df= pada taraf	Tidak valid
Religiusitas_2	0,587		Valid
Religiusitas_3	0,580		Valid

Religiusitas_4	0,475	signifikan 5% sehingga diperoleh $r_{tabel}=0,2159$	Valid
Religiusitas_5	0,437		Valid
Religiusitas_6	0,589		Valid
Religiusitas_7	0,572		Valid
Religiusitas_8	0,545		Valid
Religiusitas_9	0,622		Valid
Religiusitas_10	0,624		Valid
Religiusitas_11	0,594		Valid

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 23

Berdasarkan uji validitas di atas menunjukkan bahwa nilai  $r_{hitung}$  dari item pernyataan religius 2 sampai dengan 11 menunjukkan angka lebih besar dari  $r_{tabel}$  yaitu 0,2159. Hal tersebut menunjukkan bahwa item pernyataan religius 2 sampai dengan 11 dinyatakan valid, kecuali pernyataan religiusitas 1 yang menunjukkan angka  $r_{hitung} < r_{tabel}$  yaitu dibawah 0,2159. Hal tersebut menunjukkan bahwa item pernyataan religiusitas 1 tidak valid.

##### Uji Validitas Pelayanan

Item Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Pelayanan_1	0,390	Instrument valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan df= pada taraf signifikan 5% sehingga diperoleh $r_{tabel}=0,2159$	Valid
Pelayanan_2	0,713		Valid
Pelayanan_3	0,434		Valid
Pelayanan_4	0,396		Valid
Pelayanan_5	0,542		Valid
Pelayanan_6	0,549		Valid
Pelayanan_7	0,573		Valid
Pelayanan_8	0,500		Valid
Pelayanan_9	0,575		Valid
Pelayanan_10	0,506		Valid
Pelayanan_11	0,494		Valid

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 23

Berdasarkan hasil uji validitas di atas menunjukkan bahwa nilai  $r_{hitung}$  dari masing-masing item pernyataan menunjukkan angka lebih besar dari  $r_{tabel}$  yaitu 0,2159. Hal tersebut menunjukkan bahwa masing-masing item pernyataan dinyatakan valid.

Uji Validitas Promosi

Item pernyataan	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
promosi_1	0,323	Instrument valid jika r <sub>hitung</sub> > r <sub>tabel</sub> dengan df= pada taraf signifikan 5% sehingga diperoleh r <sub>tabel</sub> = 0,2159	Valid
promosi_2	0,456		Valid
promosi_3	0,322		Valid
promosi_4	0,490		Valid
promosi_5	0,514		Valid
promosi_6	0,237		Valid
promosi_7	0,396		Valid
promosi_8	0,237		Valid
promosi_9	0,425		Valid
promosi_10	0,354		Valid
promosi_11	0,202		Valid

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 23

Berdasarkan hasil uji validitas promosi di atas menunjukkan bahwa nilai r<sub>hitung</sub> dari masing-masing item pernyataan menunjukkan angka lebih besar dari r<sub>tabel</sub> yaitu 0,2159 hal tersebut menunjukkan bahwa item promosi dinyatakan valid.

Uji Validitas Minat

Item pernyataan	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
minat_1	0,282	Instrument valid jika r <sub>hitung</sub> > r <sub>tabel</sub> dengan df= pada taraf signifikan 5% sehingga diperoleh r <sub>tabel</sub> = 0,2159	Valid
minat_2	0,355		Valid
minat_3	0,408		Valid
minat_4	0,246		Valid
minat_5	0,418		Valid
minat_6	0,424		Valid
minat_7	0,416		Valid
minat_8	0,482		Valid
minat_9	0,464		Valid
minat_10	0,542		Valid
minat_11	0,515		Valid

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 23

Berdasarkan hasil uji validitas minat menabung di atas menunjukkan bahwa nilai r<sub>hitung</sub> dari masing-masing item pernyataan menunjukkan angka lebih besar dari r<sub>tabel</sub> yaitu 0,2159. Hal tersebut menunjukkan bahwa item minat menabung dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's alpha	N of Items
Religiusitas	0,733	11

Pelayanan	0,724	11
Promosi	0,309	11
Minat menabung	0,497	11

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 23

Dari hasil output SPSS di atas menunjukkan bahwa Cronch's Alpha untuk variabel religiusitas 0,733 > 0,60 dengan demikian variabel kepercayaan dapat dikatakan reliabel. Variabel pelayanan 0,724 > 0,60, dengan demikian pelayanan dapat dikatakan reliabel. Variabel promosi 0,309 < 0,60 sehingga variabel promosi dinyatakan tidak reliabel. Kemudian Cronch's Alpha untuk variabel minat 0,497 < 0,60 sehingga variabel minat dinyatakan tidak reliabel.

Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics

		Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Religiusitas	3	29	55	45,35	4,592
Pelayanan	4	32	52	43,40	4,260
Promosi	4	31	51	40,18	4,057
Minat	4	29	55	42,85	4,392
Valid N (listwise)	3				

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 23

Berdasarkan hasil output SPSS diatas dapat dilihat pada variabel religiusitas dengan jumlah sampel 83 dengan nilai rata-rata sebesar 45,35 dan standar deviasinya 4,592 (45,35>4,592). Nilai terendah adalah 29 dan nilai tertinggi adalah 55. Variabel pelayanan dengan jumlah sampel 84 dengan nilai rata-rata sebesar 43,40 dan standar deviasinya adalah

4,260 ( $43 > 4,20$ ). Nilai terendah adalah 32 dan nilai tertinggi adalah 52. Variabel promosi dengan jumlah sampel 84 dengan nilai rata-rata sebesar 40,18 dan standar deviasinya adalah 4,057 ( $40,18 > 4,057$ ). Nilai terendah adalah 31 dan nilai tertinggi adalah 51. Variabel minat menabung dengan jumlah variabel 84 dengan nilai rata-rata sebesar 42,85 dan standar deviasinya adalah 4,392 ( $42,85 > 4,392$ ). Nilai terendah adalah 29 dan nilai tertinggi adalah 55. Sehingga menunjukkan hasil yang normal.

#### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		83
Normal	Mean	,0000000
Parameters a,b	Std. Deviation	3,73467023
Most Extreme	Absolute	,040
Differences	Positive	,040
	Negative	-,033
	Test Statistic	,040
	Asymp. Sig. (2-tailed)	,200c,d

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.
- This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 23

Berdasarkan hasil output SPSS di atas dapat dilihat bahwa nilai Asymp.Sig (2-Tailed) adalah 0,200 sehingga lebih besar dari nilai signifikan 0,05 ( $0,200 > 0,05$ ). Maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual tersebut bersifat normal, sehingga data dalam penelitian ini telah berdistribusi normal. Normalitas data merupakan syarat pokok yang harus dipenuhi ke dalam analisis statistik parametrik. Oleh karena itu, data berdistribusi normal maka

analisis dapat dilanjutkan dengan statistik parametrik.

#### Uji Multikolinearitas

Model			Collinearity Statistics	
	T	Sig.	Tol	VIF
(Constant)	2,174	,033		
Religiusitas	1,819	,073	,774	1,291
Pelayanan	2,065	,042	,693	1,443
Promosi	2,563	,012	,847	1,181
(Constant)	2,174	,033		

a. Dependent Variable: minat

Sumber: Hasil Ooutput SPSS Versi 23

Berdasarkan hasil output di atas dapat diketahui nilai tolerance dari variabel religiusitas adalah  $0,774 > 0,05$ . Variabel pelayanan adalah  $0,693 > 0,05$ . Kemudian variabel promosi adalah  $0,847 > 0,05$ . Dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas. Selanjutnya berdasarkan nilai VIF dari variabel religiusitas (X1) adalah  $1,291 < 5$  variabel pelayanan (X2) adalah  $1,443 < 5$  dan variabel promosi (X3) adalah  $1,181 < 5$ . Jadi, dapat disimpulkan bahwa nilai VIF dari ketiga variabel di atas lebih kecil dari 5 sehingga tidak terjadi multikolinearitas.

#### Uji Autokorelasi

#### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,531a	,282	,255	3,805	1,993

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

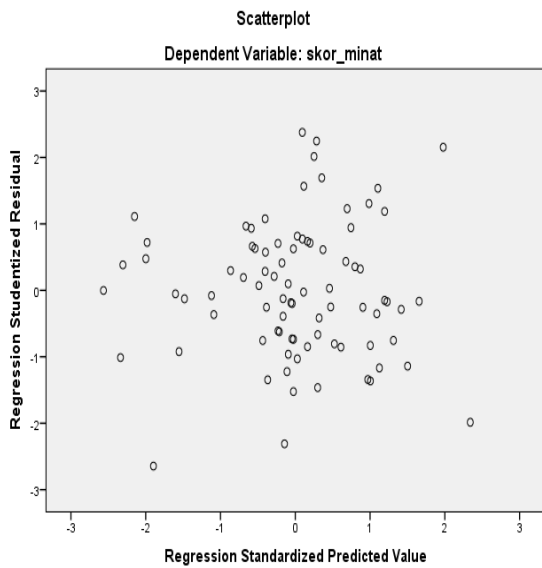
b. Dependent Variable: minat

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 23

Berdasarkan hasil dari uji autokorelasi di atas diketahui bahwa nilai Durbin Watson sebesar 1,993 dengan  $n = 84$  dan  $k = 3$  didapat nilai  $DL = 1,560$  dan  $DU = 1,715$  jadi nilai  $4 - DL = 2,44$  dan  $4 - DU = 2,285$ . Sehingga dapat

disimpulkan bahwa (1,715 < 1,993 < 2,44) yang hasilnya tidak terjadi autokorelasi.

Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Hasil Output SPSS Versi 23

Berdasarkan gambar di atas dapat dilihat bahwa titik-titik tidak membentuk suatu pola tertentu. Titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 di bawah sumbu Y, jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi terbebas dari heteroskedastisitas.

Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,531a	,282	,255	3,805

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

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 23

Berdasarkan hasil output SPSS di atas, dapat diketahui nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,282 adalah pengkuadratan dari koefisien korelasi atau R, yaitu 531 x 531 = 282. Besarnya angka koefisien determinasi (R Square) sama dengan 28,2% angka koefisien determinasi (R Square) 0,282 dengan angka

tersebut mengandung arti bahwa religiusitas, pelayanan dan promosi terhadap minat menabung di bank syariah sebesar 28,2%. Sedangkan sisanya (100% - 28,2% = 71,8%) dipengaruhi oleh variabel lain diluar model regresi ini.

Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficientsa

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	12,104	5,567		2,174	,033
Religiusitas	,189	,104	,197	1,819	,073
Pelayanan	,244	,118	,237	2,065	,042
Promosi	,289	,113	,266	2,563	,012

a. Dependent Variable: minat

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 23

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan Unstandardized Coefficient tabel di atas maka persentase analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

$$\text{Minat pedagang} = 12,104 + b_1 0,189 + b_2 0,244 + b_3 0,289 + e$$

Konstanta sebesar 12,104, maka minat menabung pedagang sebesar 12,104 satuan. Nilai koefisien variabel religiusitas sebesar 0,189 menunjukkan bahwa apabila religiusitas mengalami penurunan sebesar 1 satuan maka minat menabung pedagang mengalami penurunan sebesar 0,189 satuan. Nilai koefisien variabel pelayanan sebesar 0,244 menunjukkan bahwa apabila pelayanan mengalami penurunan sebesar 1 satuan maka minat menabung pedagang mengalami penurunan sebesar 0,244 satuan.

Nilai koefisien variabel promosi sebesar 0,289 menunjukkan bahwa apabila promosi mengalami penurunan sebesar 1 satuan maka minat menabung pedagang mengalami penurunan sebesar 0,189 satuan.

#### Uji Hipotesis

#### Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap minat menabung dilakukan uji t, hipotesis yang berbunyi:

H1= ada pengaruh faktor religiusitas terhadap minat menabung pedagang di pasar baru panyabungan menabung di bank syariah.

H2 = ada pengaruh faktor pelayanan terhadap minat menabung pedagang di pasar baru panyabungan menabung di bank syariah.

H3= ada pengaruh faktor promosi terhadap minat menabung pedagang di pasar baru panyabungan menabung di bank syariah.

#### Coefficientsa

Model	T	Sig.
(Constant)	2,174	,033
Religiusitas	1,819	,073
Pelayanan	2,065	,042
Promosi	2,563	,012

a. Dependent Variable: minat

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 23

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa thitung untuk variabel religiusitas (X11) adalah 1,819 dan untuk ttabel diperoleh dari rumus  $df=n-k-1$  atau  $df=84-3-1=80$  hasil yang diperoleh 1,990 sehingga  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $1,819 < 1.990$ ) maka H1 ditolak, jadi dapat disimpulkan bahwa dari hasil uji tidak terdapat pengaruh

religiusitas terhadap minat menabung pedagang Pasar Baru Panyabungan di Bank Syariah Panyabungan. thitung variabel pelayanan (X2) adalah 2,065  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,065 > 1,990$ ) maka H2 diterima. Kemudian thitung untuk variabel promosi (X3) adalah 2,563 sehingga  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,563 > 1,990$ ) maka H3 diterima.

#### Uji Simultan (Uji F)

Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap minat menabung dilakukan uji F, hipotesis yang berbunyi:

H4 = ada pengaruh faktor religiusitas, pelayanan dan promosi secara bersama-sama terhadap minat menabung pedagang di pasar baru panyabungan menabung di bank syariah.

#### ANOVAa

Model	f	Mean Square	F	Sig.
Regression		149,693	10,340	,000b
Residual	9	14,477		
Total	2			

a. Dependent Variable: minat

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

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 23

Berdasarkan hasil uji output SPSS di atas bahwa nilai Fhitung sebesar 10,340 dan Ftabel sebesar 2,72 sehingga  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $10,340 > 2,72$ ), maka H4 diterima. Selanjutnya untuk nilai signifikan sebesar 0,000 sehingga nilai signifikan  $< 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ) maka H4 diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh religiusitas, pelayanan dan promosi terhadap minat menabung pedagang Pasar Baru Panyabungan menabung di Bank Syariah Panyabungan.

## D. PENUTUP

### 1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Dari hasil perhitungan melalui SPSS versi 23, nilai  $F_{tabel}$   $df=84-3-1=80$  pada probabilitas 5 % diperoleh 2,72 dan dari  $F_{hitung}$  sebesar 10,340, ini menunjukkan bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $10,340 > 2,72$ )
2. Secara parsial akan digambarkan pengaruh antar variabel independen terhadap variabel dependen sebagai berikut:
  - a. Nilai thitung untuk variabel religiusitas adalah 1,819, ini menunjukkan bahwa  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $1,819 < 1,990$ ) sehingga tidak terdapat pengaruh variabel religiusitas terhadap minat menabung atau H1 ditolak.
  - b. Nilai thitung untuk variabel pelayanan adalah 2,065, ini menunjukkan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,065 > 1,990$ ) sehingga terdapat pengaruh variabel pelayanan terhadap minat menabung atau H2 di terima.
  - c. Nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel promosi adalah 2,563 ini menunjukkan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,563 > 1,990$ ) sehingga terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel promosi terhadap minat menabung atau H3 diterima.

Berdasarkan uji t di atas, maka hipotesis yang terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah Panyabungan adalah variabel pelayanan

dan promosi secara parsial diterima akan tetapi variabel religiusitas hipotesisnya ditolak, dikarenakan masyarakat saat ini berpendapat bahwa bank syariah dan bank konvensional sama yang membedakan hanya nama produk saja. Dan variabel yang paling dominan adalah variabel promosi.

### 2. Saran

Semoga adanya peningkatan kinerja perbankan syariah ke depannya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman Saleh Dan Muhib Abdul Wahab, Psikologi Suatu Pengantar Data Perspektif Islam, Jakarta: Kencana, 2004.
- Adiwarman Karim, Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan, Jakarta: IIIT Indonesia, 2003.
- Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Besar Bahasa Indonesia, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2008.
- Ikatan Bankir Indonesia, Mengelola Kualitas Layanan Perbankan, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014.
- Muhaimin, Paradigma Pendidikan Islam: Upaya Mengefektifkan Pendidikan Agama Sekolah, Bandung: PT. Mahasiswa Rodakarya, 2002.
- Muhammad Isa, dkk, Manajemen Pemasaran Bank.
- Wawancara Dengan Pengurus Pasar Baru Panyabungan.



