

Determinasi Keputusan Menabung Masyarakat pada Produk Tabungan Haji di Bank Syariah Indonesia Kota Medan

Luthfiya Faddila ^{1*}, Zulhendry ², Anriza Witi Nasution ³, Supaino ⁴, Ermyna Seri ⁵

^{1*,2,3,4,5} Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah, Politeknik Negeri Medan, Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara, Indonesia.

Email: lutfiaa1991@gmail.com ^{1*}, zulhendry@polmed.ac.id ²,
anrizanasution@polmed.ac.id ³, supaino@polmed.ac.id ⁴, ermynaseri@polmed.ac.id ⁵

Abstrak. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Pelayanan, dan Pengetahuan terhadap Keputusan Menabung Masyarakat Pada Produk Tabungan Haji Di Bank Syariah Indonesia Kota Medan. Dalam penelitian ini terdapat variabel independen yaitu Inovasi Produk, Kualitas Pelayanan, dan Pengetahuan, serta variabel dependen yaitu Keputusan Menabung. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui kuesioner yang disebarkan kepada nasabah di Bank Syariah Indonesia Kota Medan yang telah menggunakan Produk Tabungan Haji dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan instrumen skala Likert. Data diolah dengan bantuan program SPSS 26 menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil uji parsial yang dilakukan menunjukkan bahwa Inovasi Produk, Kualitas Pelayanan dan Pengetahuan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menabung. Begitu pula secara simultan, Inovasi Produk, Kualitas Pelayanan dan Pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menabung Masyarakat Pada Produk Tabungan Haji Di Bank Syariah Indonesia Kota Medan.

Kata kunci: Inovasi Produk; Kualitas Pelayanan; Pengetahuan; Keputusan Menabung; Tabungan Haji.

Abstract. This study was conducted to determine the effect of Product Innovation, Service Quality, and Knowledge on People's Decision to Save in Hajj Savings Products at Bank Syariah Indonesia in Medan. In this study, there are independent variables, namely Product Innovation, Service Quality, and Knowledge, as well as a dependent variable, namely the Decision to Save. Primary data in this study were obtained through questionnaires distributed to customers at Bank Syariah Indonesia in Medan who had used Hajj Savings Products, with a sample size of 100 respondents. This study used a quantitative method with a Likert scale instrument. The data were processed using the SPSS 26 program using multiple linear regression analysis techniques. Based on the results of the partial test, it shows that Product Innovation, Service Quality, and Knowledge partially have a positive and significant effect on the Decision to Save. Similarly, simultaneously, Product Innovation, Service Quality, and Knowledge have a positive and significant effect on the Decision to Save for the Hajj Savings Product at Bank Syariah Indonesia in Medan.

Keywords: Product Innovation; Service Quality; Knowledge; Savings Decisions; Hajj Savings.

Pendahuluan

Indonesia memiliki populasi Muslim terbesar di dunia, sehingga memiliki peluang signifikan dalam pengembangan keuangan syariah, khususnya produk Tabungan Haji (Zahro & Hardiningtyas, 2025). Ibadah haji, sebagai rukun Islam kelima, dilaksanakan setiap tahun oleh jutaan jamaah dari Indonesia, sehingga membutuhkan peran lembaga keuangan dalam perencanaan biaya dan pengelolaan dana. Bank Syariah Indonesia (BSI) menjadi salah satu penyedia utama layanan Tabungan Haji (Priyanti, 2021). Sampai April 2025, jumlah rekening Tabungan Haji di BSI mencapai 5,86 juta, naik dari 5,57 juta pada Desember 2024 (BSI, 2024). BSI juga menguasai sekitar 83% jemaah haji Indonesia dan 48,1% pangsa pasar tabungan haji nasional dengan pertumbuhan tahunan sebesar 62% (Mayasari, 2025). Data tersebut mencerminkan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap BSI. Namun, pemanfaatan produk Tabungan Haji secara nasional belum optimal.

Sebagian besar calon jamaah cenderung menunda atau menggunakan alternatif lain dalam mempersiapkan biaya haji, padahal produk tabungan haji menawarkan mekanisme yang aman, terstruktur, dan sesuai prinsip syariah (Navigasi, 2024). Kondisi ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara potensi calon jamaah dengan realisasi penggunaan produk tabungan haji. Situasi tersebut mendorong perlunya penelitian yang fokus pada faktor-faktor yang memengaruhi keputusan masyarakat dalam menabung pada produk Tabungan Haji, terutama di Kota Medan yang memiliki populasi Muslim besar. Keputusan menabung merupakan bagian dari proses pengambilan keputusan pembelian, yakni proses rasional individu dalam memilih layanan keuangan yang memenuhi kebutuhan dan tujuan mereka (Zahara *et al.*, 2021; Zusrony, 2021). Penelitian terdahulu mengidentifikasi beberapa variabel yang berpengaruh, antara lain inovasi produk, kualitas pelayanan, dan pengetahuan nasabah. Inovasi produk merupakan hasil pengembangan yang dilakukan oleh perusahaan terhadap produk, baik yang sudah ada maupun yang baru (Suciñana, 2023).

Contoh inovasi seperti layanan digital dan integrasi dengan SISKOHAT terbukti meningkatkan daya tarik tabungan haji (Diharto, 2022). Kualitas pelayanan meliputi pemenuhan kebutuhan konsumen, ketepatan layanan, dan penyampaian informasi yang sesuai harapan (Faqih, 2020). Aspek kecepatan, ketepatan, keramahan, dan keandalan berperan dalam membangun kepuasan dan loyalitas nasabah (Syahputri & Rialdy, 2024). Pengetahuan mencakup informasi yang dimiliki konsumen mengenai produk dan jasa yang ditawarkan. Masyarakat perlu memahami sistem bank serta produk yang tersedia (Nengsih *et al.*, 2021). Tingkat pengetahuan nasabah terkait mekanisme, manfaat, dan prinsip syariah Tabungan Haji menjadi faktor kunci dalam membentuk keputusan menabung (Muliñana *et al.*, 2024). Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan variasi temuan. Syahputri *et al.* menemukan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah memilih Tabungan Haji iB Masalah di Bank BJB Syariah Cabang Medan (Syahputri & Rialdy, 2024).

Haida (2020) melaporkan bahwa pemahaman produk dan kualitas layanan secara bersama-sama memengaruhi minat menabung di BSI Kota Dumai. Sebaliknya, Saputra (2022) menyatakan bahwa pengetahuan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung, sedangkan Muliñana *et al.* (2024) menemukan pengaruh positif dan signifikan dari pengetahuan. Walaupun beberapa studi telah membahas topik serupa di berbagai lembaga perbankan syariah, kajian mengenai pengaruh inovasi produk, kualitas pelayanan, dan pengetahuan terhadap keputusan menabung pada produk Tabungan Haji di BSI Kota Medan masih terbatas. Oleh sebab itu, penelitian ini bertujuan mengisi kekosongan tersebut dan memberikan sumbangan praktis serta akademis bagi pengembangan layanan keuangan syariah. Hipotesis penelitian ini adalah:

- 1) Inovasi produk memberikan pengaruh positif terhadap keputusan menabung.
- 2) Kualitas pelayanan memberikan pengaruh positif terhadap keputusan menabung.
- 3) Pengetahuan memberikan pengaruh positif terhadap keputusan menabung.
- 4) Inovasi produk, kualitas pelayanan, dan

pengetahuan secara bersama-sama memberikan pengaruh positif terhadap keputusan menabung pada produk Tabungan Haji BSI di Kota Medan.

Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menganalisis pengaruh Inovasi Produk (IP), Kualitas Pelayanan (KP), dan Pengetahuan (P) terhadap Keputusan Menabung (KM) pada produk Tabungan Haji di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Medan. Populasi penelitian meliputi seluruh nasabah pengguna produk Tabungan Haji BSI di wilayah Medan Kota. Sampel diambil dengan teknik purposive sampling, sesuai pedoman Roscoe (1975), sebanyak 100 responden yang dianggap memadai untuk analisis statistik (Hair *et al.*, 2019). Data primer diperoleh melalui kuesioner berbasis Google Form dan wawancara singkat dengan nasabah. Selain itu, data sekunder dikumpulkan dari literatur terkait seperti buku, e-book, jurnal, dan skripsi yang relevan (Soesana *et al.*, 2023).

Instrumen penelitian disusun berdasarkan indikator variabel dengan menggunakan skala Likert untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan yang diajukan. Pengumpulan data dilakukan secara daring melalui penyebaran kuesioner Google Form kepada nasabah Tabungan Haji BSI di Kota Medan. Kuesioner dirancang berdasarkan indikator yang merepresentasikan setiap variabel penelitian (Sugiyono, 2023). Uji kualitas data meliputi:

- 1) Uji validitas, dengan kriteria butir dinyatakan valid jika nilai korelasi (r hitung) lebih besar dari nilai r tabel;
- 2) Uji reliabilitas, dengan standar Cronbach's Alpha $> 0,70$ untuk memastikan konsistensi internal instrumen;
- 3) Uji asumsi klasik, meliputi normalitas data, multikolinearitas antar variabel independen, heteroskedastisitas, serta autokorelasi menggunakan metode Durbin-Watson (Ghozali, 2018).

Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 26. Pengujian hipotesis mencakup:

- 1) Uji t untuk pengaruh parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen;
- 2) Uji F untuk pengaruh simultan variabel independen terhadap variabel dependen;
- 3) Uji korelasi Pearson untuk mengetahui kekuatan dan arah hubungan antar variabel;
- 4) Koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur proporsi variansi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model.

Hasil dan Pembahasan

Hasil

Penelitian ini menyoroti nasabah yang menggunakan produk Tabungan Haji di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Medan. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner berbentuk Google Form secara online pada periode 1 Juli hingga 23 Juli 2025. Sampel yang digunakan berjumlah 100 responden nasabah Tabungan Haji BSI Area Medan Kota. Karakteristik responden dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Jenis kelamin
Mayoritas responden adalah perempuan sebanyak 55%, sedangkan laki-laki sebesar 45%.
- 2) Pendidikan terakhir
Sebagian besar responden berpendidikan SMA atau sederajat (50%).
- 3) Penghasilan bulanan
Mayoritas responden memiliki penghasilan antara Rp2.500.000 hingga Rp5.000.000 (46%), diikuti oleh kelompok dengan penghasilan kurang dari Rp2.500.000 (30%).
- 4) Pola menabung
Sebanyak 45% responden menabung hanya ketika memiliki uang lebih, 29% menabung secara rutin setiap bulan, dan sisanya menabung secara tidak rutin.
- 5) Nominal Tabungan
Rata-rata nominal tabungan yang disetor berkisar antara Rp100.000 hingga Rp250.000 (54%), sedangkan 20% responden menabung dengan nominal antara Rp250.001 hingga Rp500.000.

- 6) Lama kepemilikan rekening
Mayoritas responden telah menjadi nasabah selama 1 hingga 3 tahun (41%), dan 23% telah menjadi nasabah lebih dari 3 tahun, yang menunjukkan tingkat loyalitas yang cukup baik terhadap produk Tabungan Haji BSI.

Secara keseluruhan, pola menabung yang dominan adalah menabung saat memiliki dana lebih dengan nominal yang relatif kecil hingga menengah. Lama kepemilikan rekening yang mayoritas berada pada rentang 1–3 tahun mengindikasikan adanya minat dan komitmen jangka menengah nasabah dalam mempersiapkan biaya haji melalui produk BSI.

Uji Validitas

Uji validitas merupakan tahap penting dalam penelitian untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan benar-benar mampu mengukur variabel yang dimaksud dengan tepat dan

akurat. Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan menggunakan data dari 100 responden, sehingga derajat kebebasan (df) yang digunakan adalah 98 dengan taraf signifikansi 0,05. Berdasarkan referensi dari Soesana et al. (2023), nilai r tabel yang dijadikan acuan untuk menentukan validitas adalah 0,197. Sebuah item pada kuesioner dinyatakan valid jika nilai korelasi antara item tersebut dengan total skor (r hitung) lebih besar dari nilai r tabel. Hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan dalam kuesioner memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari 0,197. Hal ini menandakan bahwa semua item tersebut valid dan dapat dipercaya untuk mengukur variabel yang diteliti. Dengan demikian, instrumen penelitian telah memenuhi syarat validitas dan layak digunakan dalam proses pengumpulan data untuk menghasilkan temuan yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

| Variabel | Pernyataan | r Hitung | r Tabel | Keterangan |
|-------------------------|------------|----------|---------|------------|
| Inovasi Produk (IP) | IP1 | 0,802 | 0,197 | Valid |
| | IP2 | 0,753 | 0,197 | Valid |
| | IP3 | 0,605 | 0,197 | Valid |
| | IP4 | 0,594 | 0,197 | Valid |
| | IP5 | 0,812 | 0,197 | Valid |
| | IP6 | 0,639 | 0,197 | Valid |
| Kualitas Pelayanan (KP) | KP1 | 0,600 | 0,197 | Valid |
| | KP2 | 0,541 | 0,197 | Valid |
| | KP3 | 0,736 | 0,197 | Valid |
| | KP4 | 0,758 | 0,197 | Valid |
| | KP5 | 0,671 | 0,197 | Valid |
| | KP6 | 0,437 | 0,197 | Valid |
| | KP7 | 0,724 | 0,197 | Valid |
| | KP8 | 0,769 | 0,197 | Valid |
| | KP9 | 0,787 | 0,197 | Valid |
| | KP10 | 0,791 | 0,197 | Valid |
| Pengetahuan (P) | P1 | 0,608 | 0,197 | Valid |
| | P2 | 0,812 | 0,197 | Valid |
| | P3 | 0,855 | 0,197 | Valid |
| | P4 | 0,774 | 0,197 | Valid |
| | P5 | 0,679 | 0,197 | Valid |
| | P6 | 0,611 | 0,197 | Valid |
| Keputusan Menabung (KM) | KM1 | 0,618 | 0,197 | Valid |
| | KM2 | 0,570 | 0,197 | Valid |
| | KM3 | 0,753 | 0,197 | Valid |
| | KM4 | 0,648 | 0,197 | Valid |
| | KM5 | 0,658 | 0,197 | Valid |

| | | | |
|------|-------|-------|-------|
| KM6 | 0,577 | 0,197 | Valid |
| KM7 | 0,632 | 0,197 | Valid |
| KM8 | 0,683 | 0,197 | Valid |
| KM9 | 0,599 | 0,197 | Valid |
| KM10 | 0,570 | 0,197 | Valid |
| KM11 | 0,657 | 0,197 | Valid |
| KM12 | 0,564 | 0,197 | Valid |

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menilai konsistensi dan kestabilan jawaban responden terhadap instrumen kuesioner yang digunakan dalam penelitian. Instrumen dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach’s Alpha lebih besar dari 0,70 (Soesana *et al.*, 2023), yang menunjukkan tingkat konsistensi internal yang memadai.

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas, seluruh item instrumen penelitian memperoleh nilai Cronbach’s Alpha di atas 0,70. Dengan demikian, seluruh instrumen dinyatakan reliabel dan dapat digunakan untuk mengukur variabel-variabel dalam penelitian ini secara konsisten.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

| Variabel | Cronbach’s Alpha | N Of Item | Keterangan |
|--------------------|------------------|-----------|------------|
| Inovasi Produk | 0,781 | 6 | Reliabel |
| Kualitas Pelayanan | 0,866 | 10 | Reliabel |
| Pengetahuan | 0,813 | 6 | Reliabel |
| Keputusan Menabung | 0,856 | 12 | Reliabel |

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk memastikan bahwa data residual dalam model regresi berdistribusi normal, yang merupakan salah satu asumsi penting dalam analisis regresi linier. Distribusi normal dapat dilihat dari grafik Normal Probability Plot (P-P Plot) di mana data residual diharapkan mengikuti garis diagonal secara mendekati. Selain metode visual

tersebut, uji normalitas juga dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Data dianggap berdistribusi normal apabila nilai signifikansi (p-value) pada uji Kolmogorov-Smirnov lebih besar dari 0,05. Jika terpenuhi, maka asumsi normalitas data residual dinyatakan valid dan analisis regresi dapat dilanjutkan.

Tabel 3. Hasil Uji Kolmogorov Smirnov(K-S)

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test | | Unstandardized Residual |
|--|----------------|-------------------------|
| N | | 100 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | ,0000000 |
| | Std. Deviation | ,19581413 |
| Most Extreme Differences | Absolute | ,118 |
| | Positive | ,118 |
| | Negative | -,097 |
| Test Statistic | | ,118 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | ,001 ^c |
| a. Test distribution is Normal. | | |
| b. Calculated from data. | | |
| c. Lilliefors Significance Correction. | | |

Berdasarkan hasil uji Kolmogorov-Smirnov, diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,001, yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa data residual tidak berdistribusi normal sesuai dengan kriteria uji normalitas. Untuk mengatasi permasalahan ini dan memastikan validitas analisis lanjutan, dilakukan proses normalisasi data

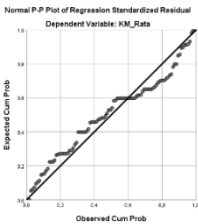
menggunakan metode Monte Carlo. Metode ini bertujuan untuk memodifikasi distribusi residual agar mendekati distribusi normal. Dengan demikian, asumsi normalitas terpenuhi dan analisis statistik selanjutnya dapat dilakukan dengan validitas yang terjaga.

Tabel 4. Hasil Uji Kolmogorov Smirnov (K-S) Metode Monte Carlo

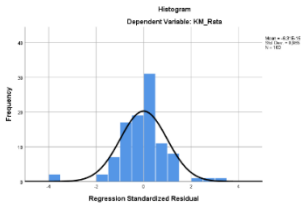
| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test | | | Unstandardized Residual |
|--|-------------------------|-------------|-------------------------|
| N | | | 100 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | | ,0000000 |
| | Std. Deviation | | ,19581413 |
| Most Extreme Differences | Absolute | | ,118 |
| | Positive | | ,118 |
| | Negative | | -,097 |
| Test Statistic | | | ,118 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | | ,001 ^c |
| Monte Carlo Sig. (2-tailed) | Sig. | | ,114 ^d |
| | 99% Confidence Interval | Lower Bound | ,106 |
| | | Upper Bound | ,122 |
| a. Test distribution is Normal. | | | |
| b. Calculated from data. | | | |
| c. Lilliefors Significance Correction. | | | |
| d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000. | | | |

Hasil uji Kolmogorov-Smirnov pada data awal menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,001, yang lebih kecil dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa data awal tidak berdistribusi normal. Sebagai upaya perbaikan, dilakukan pendekatan normalisasi menggunakan metode Monte Carlo. Setelah penerapan metode tersebut, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,114 dengan interval kepercayaan 99% pada rentang 0,106 hingga 0,122. Karena nilai signifikansi ini lebih besar dari 0,05, maka data residual setelah normalisasi dinyatakan berdistribusi normal.

Analisis visual terhadap distribusi residual dilakukan dengan menggunakan Normal Probability Plot (P-P Plot) dan histogram. Kedua grafik tersebut menunjukkan bahwa residual cenderung mengikuti garis diagonal pada P-P Plot dan pola distribusi yang mendekati normal pada histogram. Temuan ini sejalan dengan hasil uji Monte Carlo yang menunjukkan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu, asumsi normalitas data residual dapat dinyatakan terpenuhi, sehingga mendukung validitas analisis regresi linier berganda yang akan dilakukan.



Gambar 1. Grafik P-P Plot



Gambar 2. Grafik Histogram

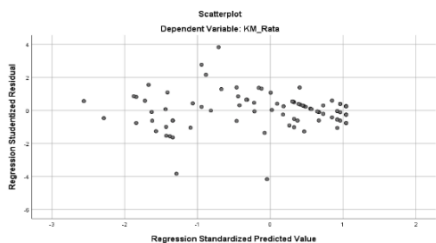
Berdasarkan grafik histogram, distribusi data residual membentuk pola menyerupai kurva lonceng (normal distribution) dan tidak menunjukkan kecenderungan condong ke kanan (*positif skewness*) maupun ke kiri (*negatif skewness*). Kondisi ini mengindikasikan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi normalitas secara visual, yang merupakan prasyarat penting dalam analisis regresi linier.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk memastikan bahwa varians residual bersifat homogen (konstan) di seluruh rentang nilai prediksi. Pengujian ini dilakukan dengan mengamati scatterplot antara nilai prediksi standar (ZPRED) dan residual standar (SRESID).

- 1) Jika titik-titik pada scatterplot membentuk pola tertentu seperti corong, kipas, atau pola sistematis lainnya, maka hal ini menandakan adanya heteroskedastisitas.
- 2) Sebaliknya, jika titik-titik tersebar secara acak di atas dan di bawah garis horizontal pada sumbu Y = 0, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil scatterplot pada penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Scatterplot

Berdasarkan gambar 3, titik-titik pada scatterplot antara nilai prediksi standar (ZPRED) dan residual standar (SRESID) tersebar secara acak di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y tanpa membentuk pola tertentu. Kondisi ini menunjukkan bahwa varians residual bersifat homogen di seluruh rentang nilai prediksi. Dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan bebas dari masalah heteroskedastisitas, sehingga asumsi homogenitas varians terpenuhi dan hasil analisis regresi dapat dipercaya.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mendeteksi adanya hubungan linear yang kuat antar variabel bebas dalam model regresi. Adanya multikolinearitas dapat mengganggu kestabilan estimasi koefisien regresi dan mempersulit interpretasi hasil. Identifikasi multikolinearitas dilakukan dengan memperhatikan nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) pada masing-masing variabel bebas. Kriteria yang digunakan berdasarkan Ghozali (2018) adalah sebagai berikut:

- 1) $Tolerance \leq 0,10$ atau $VIF \geq 10$ menunjukkan adanya multikolinearitas.
- 2) $Tolerance > 0,10$ dan $VIF < 10$ menunjukkan model bebas dari masalah multikolinearitas.

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

| Variabel | Tolerance | VIF | Kesimpulan |
|-------------------------|-----------|-------|---------------------------------|
| Inovasi Produk (IP) | 0,209 | 4,774 | Tidak terjadi Multikolinearitas |
| Kualitas Pelayanan (KP) | 0,250 | 3,999 | Tidak terjadi Multikolinearitas |
| Pengetahuan (P) | 0,225 | 4,436 | Tidak terjadi Multikolinearitas |

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas, seluruh variabel independen menunjukkan nilai Variance Inflation Factor (VIF) kurang dari 10 dan nilai Tolerance lebih besar dari 0,10. Kondisi ini mengindikasikan bahwa tidak terdapat hubungan linear yang kuat antar

variabel bebas dalam model. Dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan bebas dari masalah multikolinearitas, sehingga estimasi koefisien regresi dapat dianggap stabil dan valid untuk interpretasi.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan untuk mendeteksi adanya korelasi antara residual satu observasi dengan residual observasi lainnya, yang dapat mengganggu validitas model regresi. Pengambilan keputusan pada uji ini didasarkan pada nilai Durbin-Watson (DW) dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika nilai DW berada pada rentang $DU < DW < 4 - DU$, maka model regresi dinyatakan bebas dari masalah autokorelasi.
- 2) Sebaliknya, jika nilai DW berada di luar rentang tersebut, maka terdapat indikasi autokorelasi pada residual.

Tabel 6. Hasil Uji Autokorelasi

| N | DW | DL | DU | 4-DL | 4-DU |
|-----|-------|--------|--------|--------|--------|
| 100 | 1,529 | 1,6131 | 1,7364 | 2,3869 | 2,2636 |

Berdasarkan hasil uji Durbin-Watson (DW), diperoleh nilai DW sebesar 1,495, yang berada di bawah nilai batas bawah (DU) sebesar

1,7364. Kondisi ini mengindikasikan adanya autokorelasi positif pada residual model regresi. Adanya autokorelasi dapat mengganggu validitas estimasi parameter dan inferensi statistik. Oleh karena itu, untuk mengatasi masalah ini, digunakan metode *Cochrane-Orcutt*. Metode ini melakukan transformasi pada model regresi sehingga residual yang dihasilkan menjadi bebas dari autokorelasi, sehingga memenuhi asumsi klasik regresi linier.

Tabel 7. Hasil Uji Autokorelasi *Cochrane-Orcutt*

| N | DW | DL | DU | 4-DL | 4-DU |
|-----|-------|--------|--------|--------|--------|
| 100 | 1,949 | 1,6131 | 1,7364 | 2,3869 | 2,2636 |

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa $1,7364 < 1,949 < 2,263$ sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada gangguan autokorelasi.

Tabel 8. Hasil Analisis Regresi Linear

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | ,629 | ,180 | | 3,504 | ,001 |
| IP | ,210 | ,089 | ,258 | 2,366 | ,020 |
| KP | ,283 | ,095 | ,298 | 2,979 | ,004 |
| P | ,338 | ,097 | ,366 | 3,475 | ,001 |

a. Dependent Variable: KM

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh persamaan regresi linier berganda:

$KM = 0,629 + 0,210IP + 0,283KP + 0,338P$

Konstanta sebesar 0,629 menunjukkan bahwa jika seluruh variabel independen dianggap tetap, maka Keputusan Menabung (KM) bernilai 0,629. Variabel Inovasi Produk (IP) berpengaruh positif dengan koefisien 0,210, artinya peningkatan IP satu satuan meningkatkan KM sebesar 0,210. Kualitas Pelayanan (KP) juga berpengaruh positif dengan koefisien 0,283, sehingga peningkatan KP satu satuan meningkatkan KM sebesar 0,283. Sementara itu, Pengetahuan (P) memiliki pengaruh paling besar dengan koefisien 0,338, yang berarti peningkatan P satu satuan akan meningkatkan KM sebesar 0,338.

Uji Statistik t

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dengan tingkat signifikansi 0,05. Hasil uji t (Tabel 9) menunjukkan bahwa ketiga variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung. Inovasi Produk ($t = 2,366$; $Sig. = 0,020$), Kualitas Pelayanan ($t = 2,979$; $Sig. = 0,004$), dan Pengetahuan ($t = 3,475$; $Sig. = 0,001$) memiliki nilai t hitung lebih besar dari t tabel (1,985) dan nilai signifikansi $< 0,05$. Dengan demikian, secara parsial seluruh variabel independen terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung pada produk Tabungan Haji di Bank Syariah Indonesia Kota Medan.

Uji Koefisien Korelasi

Hasil korelasi diinterpretasikan berdasarkan klasifikasi: nilai 0 menunjukkan tidak ada korelasi; 0–0,49 korelasi lemah; 0,50 korelasi

sedang; 0,51–0,99 korelasi kuat; dan 1,00 korelasi sempurna.

Tabel 9. Hasil Uji *Pearson Correlation*

| | | IP | KP | P | KM |
|----|---------------------|--------|--------|--------|--------|
| IP | Pearson Correlation | 1 | ,841** | ,858** | ,822** |
| | Sig. (2-tailed) | | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 |
| KP | Pearson Correlation | ,841** | 1 | ,828** | ,817** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 |
| P | Pearson Correlation | ,858** | ,828** | 1 | ,834** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 |
| KM | Pearson Correlation | ,822** | ,817** | ,834** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 |

***. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).*

Berdasarkan hasil Uji *Pearson Correlation*, variabel Inovasi Produk (IP) memiliki korelasi sebesar 0,822, Kualitas Pelayanan (KP) sebesar 0,817, dan Pengetahuan (P) sebesar 0,834 terhadap Keputusan Menabung (KM), masing-masing dengan signifikansi 0,000 ($< 0,01$). Nilai tersebut menunjukkan adanya hubungan positif yang sangat kuat antara ketiga variabel bebas dengan variabel terikat. Dengan demikian, peningkatan pada IP, KP, maupun P akan cenderung diikuti oleh peningkatan KM.

Uji Statistik F

Uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Pelayanan, dan Pengetahuan secara simultan terhadap Keputusan Menabung pada produk tabungan haji di Bank Syariah Indonesia Kota Medan. Hasil pengujian F adalah sebagai berikut:

Tabel 10. Hasil Uji Statistik F

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|---------|-------------------|
| 1 | Regression | 12,050 | 3 | 4,017 | 101,578 | ,000 ^b |
| | Residual | 3,796 | 96 | ,040 | | |
| | Total | 15,846 | 99 | | | |

a. Dependent Variable: KM

b. Predictors: (Constant), P, KP, IP

Berdasarkan hasil uji F, diperoleh nilai F hitung sebesar 101,578 $>$ F tabel 2,70 dengan signifikansi 0,000 $<$ 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa Inovasi Produk, Kualitas Pelayanan, dan Pengetahuan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menabung pada produk tabungan haji di Bank Syariah Indonesia Kota Medan.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen. Semakin tinggi nilai R^2 , semakin besar kontribusi variabel bebas terhadap variasi variabel terikat, sedangkan nilai R^2 yang rendah menunjukkan keterbatasan pengaruhnya.

Tabel 11. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|--------------------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | ,872 ^a | ,760 | ,753 | ,19885 |
| a. Predictors: (Constant), P, KP, IP | | | | |
| b. Dependent Variable: KM | | | | |

Berdasarkan tabel diatas, nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,872 menunjukkan hubungan yang sangat kuat antara variabel independen dan dependen. Sementara itu, nilai koefisien determinasi (R²) sebesar 0,760 berarti 76% variasi Keputusan Menabung dapat dijelaskan oleh Inovasi Produk, Kualitas Pelayanan, dan Pengetahuan, sedangkan sisanya 24% dipengaruhi faktor lain di luar penelitian ini.

Pembahasan

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), variabel Inovasi Produk, Kualitas Pelayanan, dan Pengetahuan secara individual berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menabung pada produk Tabungan Haji di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Medan. Inovasi Produk memiliki nilai t hitung sebesar 2,366 dengan signifikansi 0,020 (< 0,05), menunjukkan bahwa semakin inovatif produk yang ditawarkan, semakin tinggi minat masyarakat untuk menabung. Produk Baru sebagai indikator dominan mendapat respon positif dari 72% responden karena memberikan solusi pembiayaan pelunasan haji tanpa harus menunggu tabungan terkumpul penuh, mencerminkan komitmen BSI dalam menghadirkan layanan keuangan syariah yang adaptif dan sesuai kebutuhan masyarakat. Temuan ini sejalan dengan teori Suciyana (2023) dan penelitian Dinata (2024) serta Syam (2023) yang menegaskan pengaruh positif inovasi produk terhadap keputusan menabung, sekaligus didukung perspektif Islam yang menempatkan inovasi sebagai bentuk ijtihad ekonomi sesuai prinsip syariah (QS. Al-Anfal:53). Selanjutnya, Kualitas Pelayanan juga berpengaruh signifikan dengan t hitung 2,979 dan signifikansi < 0,05. Indikator dominan keandalan (reliability) menunjukkan bahwa nasabah merasakan layanan BSI konsisten dan dapat diandalkan, yang memperkuat kepercayaan mereka untuk menabung. Pelayanan yang stabil, responsif, dan cepat dalam merespon pertanyaan nasabah menciptakan rasa aman dan nyaman, faktor

penting dalam keputusan menabung. Temuan ini mendukung teori Faqih (2020) mengenai kualitas pelayanan dan dimensi reliability, serta perspektif Islam yang menekankan integritas dan tanggung jawab moral dalam pelayanan (QS. Al-Baqarah:267). Variabel Pengetahuan memiliki pengaruh paling kuat dengan t hitung 3,475 dan signifikansi < 0,05. Pengetahuan produk sebagai indikator utama menunjukkan bahwa pemahaman masyarakat terhadap manfaat dan tujuan Tabungan Haji sangat penting dalam membentuk keputusan menabung. Tingkat pendidikan yang memadai juga mendukung hal ini. Temuan ini konsisten dengan teori Fadhilah (2021) dan Nengsih *et al.* (2021) yang menekankan pentingnya pengetahuan dalam membentuk keyakinan dan tindakan finansial, serta perspektif Islam yang menempatkan pengetahuan sebagai cahaya pembimbing dalam pengelolaan keuangan sesuai prinsip syariah (QS. Al-‘Alaq:1–5). Secara simultan, berdasarkan uji F diperoleh nilai F hitung 101,578 dengan signifikansi 0,000 (< 0,05), menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menabung masyarakat pada produk Tabungan Haji BSI Kota Medan. Koefisien korelasi (R) sebesar 0,872 mengindikasikan hubungan yang sangat kuat antara Inovasi Produk, Kualitas Pelayanan, dan Pengetahuan dengan keputusan menabung, sementara koefisien determinasi (R²) sebesar 0,760 menunjukkan bahwa 76% variasi keputusan menabung dapat dijelaskan oleh ketiga variabel ini, sedangkan 24% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, penelitian ini menyimpulkan bahwa variabel Inovasi Produk, Kualitas Pelayanan, dan Pengetahuan secara parsial masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menabung

masyarakat pada produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Medan. Selain itu, ketiga variabel tersebut secara simultan juga memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung masyarakat pada produk Tabungan Haji BSI. Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan partisipasi masyarakat dalam menabung haji di BSI sangat bergantung pada kemampuan bank dalam menghadirkan inovasi produk yang relevan, menjaga kualitas pelayanan yang konsisten dan terpercaya, serta meningkatkan pemahaman nasabah terhadap manfaat dan tujuan produk Tabungan Haji.

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. <https://doi.org/10.32507/ajei.v11i1.506>.
- Diharto, A. K. (2022). Manajemen Inovasi dan Kreativitas. *Yogyakarta: Gerbang Media Aksara*.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23.
- Haida, S. (2020). Pengaruh Pemahaman Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia Kota Dumai. *Jurnal Al-Hisbah*, 1(2).
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2019). Multivariate data analysis.
- Harahap, A. F., Nasution, A. W., & Mahdaleni, D. (2022). Pengaruh Pelayanan, Good Corporate Governance, Metode Pembayaran Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Muzakki Membayar Zakat. *Prosiding Konferensi Nasional Social & Engineering Polmed (KONSEP)*, 3(1), 458-468. <https://ojs.polmed.ac.id/index.php/KO>
- NSEP2021/article/view/907/458.
- Indah, F. (2024). *PENGARUH EDUKASI DAN MOTIVASI TERHADAP MINAT NASABAH MEMILIH TABUNGAN HAJI DI BANK SYARIAH (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia Kota Bandar Lampung)* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Nengsih, T. A., Arsa, A., & Putri, P. S. (2021). Determinan minat menabung masyarakat di Bank Syariah: Studi empiris di kota Jambi. *Perbanas Journal of Business and Banking*, 11(1), 93-111. <https://doi.org/10.14414/jbb.v11i1.2599>.
- Novianty, R., & Hasbi, H. (2024). Pengaruh Pengetahuan dan Promosi Terhadap Minat Menabung Tabungan Haji Di Bank Syariah. *Journal Scientific of Mandalika (JSM)* e-ISSN 2745-5955 | p-ISSN 2809-0543, 5(10), 404-412. <https://doi.org/10.36312/10.36312/vol5iss10pp404-412>.
- Priyanti, Y. (2021). Analisis mekanisme penghimpunan dana tabungan haji dengan akad wadi'ah pada BSI KCP Palembang Merdeka. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah*, 1(2), 285.
- Saputra, A. E. (2022). Pengaruh pengetahuan, promosi, dan fasilitas terhadap keputusan menabung dengan minat menabung sebagai variabel intervening. *Jurnal Al Mujaddid Humaniora*, 8(1), 8–20. <https://doi.org/10.58553/jalhu.v8i1.116>.
- Suciyana, W. (2023). Analisis peningkatan kualitas layanan dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing serta dampaknya terhadap minat menabung generasi milenial di kota Makassar. *At-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam*, VIII(I), 1–19.
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Sutopo, Ed.; 2nd ed.). ALFABETA.

- Sulaiman, H., & Musthofa, F. A. (2023). Nilai-nilai edukatif menurut Al-Qur'an surat Al-'Alaq 1-5 (Kajian ilmu pendidikan Islam). *Jurnal Masagi*, 02(c), 1–8. <https://doi.org/10.37968/masagi.v2i1.578>.
- Syahputri, N., & Rialdy, N. (2024). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk menabung pada produk tabungan haji IB Masalah di Bank BJB Syariah Kantor Cabang Medan. *Ekuitas (Jurnal Ekonomi dan Keuangan)*, 1. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2022.v6.i2.5139>.
- Wahyudi, M. A. T., & Armadani, N. (2023). Kepuasan layanan dalam perspektif Islam (Studi empiris pada usaha cuci mobil Tasmin Mojokerto). *Journal of Islamic Management*, 3(1), 89–97. <https://doi.org/10.15642/jim.v3i1.1181>.
- Zahara, R., & Nasution, A. W. (2021). Pengaruh Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Keputusan Menggunakan E-Money Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Medan. *Majalah Iptek Politeknik Negeri Medan Polimedia*, 24(1), 39-54.
- Zahro, A., Afifudin, A., & Hardaningtyas, R. T. (2025). Analisis Peran Bank Syariah Indonesia dalam Meningkatkan Minat Nasabah dalam Menjalankan Ibadah Haji (Studi pada Bank Syariah Indonesia KCP Lawang-Malang). *Jurnal Warta Ekonomi*, 8(01).
- Zusrony, E. (2021). Perilaku konsumen di era modern. *Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik*, 1-159.