

Pengaruh Reputasi Bank dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Menabung Nasabah Giro IB Hijrah di Bank Muamalat

Rika Kartika¹, Faisal Rakhman²

^{1,2}Perbankan Syariah, Universitas Ma'soem, Indonesia
rikakartika2020ps@gmail.com

Received : Apr' 2025 Revised : Apr' 2025 Accepted : Apr' 2025 Published : Apr' 2025

ABSTRACT

This study is based on the decline in the number of IB Hijrah current account customers which is suspected to be influenced by the bank's reputation where customer assessments of the services provided by Bank Muamalat are considered less than good, as well as product innovation factors such as the development of digital access that is not yet optimal. This study aims to determine the effect of bank reputation and product innovation on customer decisions at Bank Muamalat KCP Rancaekek. The object of the study is IB Hijrah current account customers, the type of research is associative quantitative, the type of data is primary data, data collection techniques are in the form of observation, interviews, literature studies and questionnaires. The population is IB Hijrah current account customers in 2023 with a sample of 57 people. The results of the study show that bank reputation and product innovation partially influence decisions by 67.3% and 59.1%, while simultaneously they influence by 75%.

Keywords : *Bank Reputation; Decisions; Product Innovation.*

ABSTRAK

Penelitian ini didasarkan pada penurunan jumlah nasabah giro IB Hijrah yang diduga dipengaruhi reputasi bank dimana penilaian dari nasabah mengenai pelayanan yang diberikan oleh bank Muamalat dinilai kurang baik, serta faktor inovasi produk seperti pengembangan akses digital yang belum optimal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh reputasi bank dan inovasi produk terhadap keputusan nasabah di Bank Muamalat KCP Rancaekek. Objek penelitian yaitu nasabah giro IB Hijrah, jenis penelitian yaitu kuantitatif asosiatif, jenis data yaitu data primer, teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, studi Pustaka dan kuesioner. Populasi yaitu nasabah Giro IB Hijrah tahun 2023 dengan sampel 57 orang. Hasil penelitian reputasi bank dan inovasi produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan sebesar 67,3% dan 59,1%, sedangkan secara simultan berpengaruh sebesar 75%.

Kata Kunci : *Inovasi Produk; Keputusan; Reputasi Bank.*

PENDAHULUAN

Peranan lembaga keuangan di Indonesia pada saat ini dianggap sudah lebih baik termasuk didalamnya lembaga keuangan syariah, hal ini turut berperan meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat [1]. Mayoritas penduduk muslim Indonesia memandang lembaga keuangan syariah sebagai alternatif sistem perbankan [2]. Bank syariah merupakan lembaga intermediasi yaitu penghimpunan dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan melalui skema pembiayaan [3]. Bank Muamalat merupakan pelopor bank syariah

di Indonesia. Salah satu produknya yaitu Giro IB Hijrah. Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah diantaranya reputasi bank dan inovasi produk. Reputasi merupakan *feedback* dari pelayanan suatu perusahaan yang dibangun berdasarkan pengalaman *customer*, serta validasi dari pihak ketiga [4]. Reputasi mempunyai efek menguntungkan pada kepercayaan nasabah pada akhirnya mempengaruhi hubungan jangka panjang [5].

Selain itu faktor yang mempengaruhi keputusan menabung adalah inovasi yang dilakukan oleh bank syariah. Dimana inovasi merupakan proses menciptakan produk baru untuk memuaskan kebutuhan nasabah dan mendorong untuk melakukan pembelian yang diinginkan [6]. Data nasabah Giro IB Hijrah di Bank Muamalat KCP Rancaekek:

Tabel 1. Data Jumlah Nasabah Giro IB Hijrah di Bank Muamalat KCP Rancaekek tahun 2019-2023

Tahun	Jumlah Nasabah	Persentase (%)
2019	141	-
2020	136	(3,54)
2021	130	(-4,41)
2022	137	5,38
2023	131	(4,37)

Sumber : Muamalat KCP Rancaekek 2024

Permasalahan yang ada berdasarkan tabel di atas adalah jumlah nasabah Giro IB Hijrah di Bank Muamalat KCP Rancaekek mengalami fluktuasi bahkan cenderung turun dalam lima tahun terakhir. Jumlah nasabah 2020-2021 mengalami penurunan, pada 2022 mengalami kenaikan sebesar 5,38%, dan pada 2023 mengalami penurunan kembali sebesar 4,37%. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara didapatkan bahwa penyebab fluktuasi tersebut antara lain faktor reputasi bank dan inovasi produk sehingga perlu untuk diteliti lebih lanjut.

METODE

Penelitian ini berjenis kuantitatif-asosiatif [7], objek penelitian yaitu nasabah giro IB Hijrah, jenis primer data [8], teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, studi Pustaka dan kuesioner [9]. Populasi penelitian yaitu nasabah Giro IB Hijrah sebanyak 131 orang. Sampel diukur dengan rumus slovin dan diperoleh jumlah sampel sebanyak 57 orang [10]. Alat pengujian data berupa uji reliabilitas, sedangkan alat uji hipotesis berupa analisis korelasi berganda, regresi berganda, koefisien determinasi, uji t dan uji F.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Reputasi Bank terhadap Keputusan Menabung Nasabah Giro IB Hijrah di Bank Muamalat KCP Rancaekek

Hasil pengujian reliabilitas untuk reputasi bank dengan *Cronbach's Alpha* sebesar 0,839 (reliabilitas sangat tinggi). Sedangkan keputusan menabung dengan *Cronbach's Alpha* sebesar 0,907 (reliabilitas sangat tinggi).

Tabel 2. Hasil Analisis Koefisien Determinasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.821 ^a	.673	.668	3.773

a. Predictors: (Constant), Inovasi, Reputasi

Nilai R Square sebesar 0,673. Disimpulkan bahwa reputasi bank berpengaruh sebesar 67,3% terhadap keputusan menabung. Sedangkan hasil uji t:

Tabel 3. Hasil Uji t Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.920	2.996		2.310	.025
	Reputasi	1.327	.125	.821	10.651	.000

a. Dependent Variable: Keputusan

Pada tabel 3, nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($10,651 > 1,67356$) artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima (Reputasi bank berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung). Hal tersebut serupa dengan hasil penelitian sejenis terdahulu dimana reputasi merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung pada nasabah bank Muamalat [11].

Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keputusan Menabung

Hasil pengujian reliabilitas untuk inovasi produk dengan *Cronbach's Alpha* sebesar 0,848 (reliabilitas sangat tinggi).

Tabel 4. Hasil Analisis Koefisien Determinasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.769 ^a	.591	.584	4.221

a. Predictors: (Constant), Inovasi, Reputasi

Nilai R Square yang diperoleh sebesar 0,591. Disimpulkan bahwa inovasi produk berpengaruh sebesar 59,1% terhadap keputusan menabung. Sedangkan hasil uji t:

Tabel 5. Hasil Uji t Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.291	3.199		3.217	.002
	Inovasi	1.281	.144	.769	8.920	.000

a. Dependent Variable: Keputusan

Pada tabel 5, nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($8,920 > 1,67356$) artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima (Inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung).

Hal tersebut serupa dengan hasil penelitian sejenis terdahulu dimana inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung pada nasabah BPR Arta Galunggung Cabang Cikatomas [12].

Pengaruh Reputasi Bank dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Menabung

Adapun hasil analisis korelasi berganda:

Tabel 6. Hasil Analisis Korelasi Berganda Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change
						F Change	df1	df2	
1	.866 ^a	.750	.740	3.33361	.750	80.870	2	54	.000

a. Predictors: (Constant), Inovasi, Reputasi

Pada tabel 6, nilai koefisien korelasi sebesar 0,866 artinya terdapat hubungan yang kuat antara reputasi bank dan inovasi produk terhadap keputusan menabung, sedangkan hasil analisis regresi berganda:

Tabel 7. Hasil Analisis Regresi Berganda Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	3.125	2.808			1.113	.271
	Reputasi	.895	.153	.554		5.846	.000
	Inovasi	.640	.158	.384		4.055	.000

a. Dependent Variable: Keputusan

Berdasarkan tabel 7, maka dapat dibuat model persamaan regresi berganda:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 3,125 + 0,895X_1 + 0,640X_2$$

Adapun hasil analisis koefisien determinasi:

Tabel 8. Hasil Analisis Koefisien Determinasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.866 ^a	.750	.740	3.334

a. Predictors: (Constant), Inovasi, Reputasi

Pada tabel 8, nilai R square yang diperoleh sebesar 0,750 atau 75%. Disimpulkan bahwa pengaruh reputasi bank dan inovasi produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung nasabah Giro IB Hijrah sebesar 75% sedangkan sisanya 25% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Berikut hasil uji F:

Tabel 9. Hasil Uji F ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1797.408	2	898.704	80.870	.000 ^b
	Residual	600.101	54	11.113		
	Total	2397.509	56			

a. Dependent Variable: Keputusan

b. Predictors: (Constant), Inovasi, Reputasi

Pada tabel 9 nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($8,870 > 2,40$) dengan tingkat signifikansi ($0,000 < 0,1$) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Disimpulkan bahwa reputasi bank dan inovasi produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung nasabah Giro IB Hijrah di Bank Muamalat KCP Rancaekek. Hal tersebut serupa dengan hasil penelitian sejenis terdahulu dimana reputasi bank dan inovasi produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung pada nasabah Bank Syariah Indonesia di Liwa Lampung Selatan [13].

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh reputasi bank dan inovasi produk terhadap keputusan menabung nasabah giro IB Hijrah di Bank Muamalat disimpulkan: reputasi bank berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung sebesar 67,3%, inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung 59,1%, serta reputasi bank dan inovasi produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung nasabah Giro IB Hijrah di Bank Muamalat sebesar 75%.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] R. D. Oktavian and O. Renny, "Perkembangan Ekonomi dan lembaga Keuangan Syariah di Indonesia," *Skripsi*, vol. 7, pp. 1-5, 2018.
- [2] N. Aisyah, M. Rusdi, and A. B. Assidiq, "Determinants Of The Decision To Become An Islamic Bank Customer," *JPS (Jurnal Perbank. Syariah)*, vol. 4, no. 2, pp. 147-161, 2023, doi: 10.46367/jps.v4i2.1226.
- [3] F. Rakhman and S. Devi Amalia, "Pengaruh Persepsi Nasabah dan Tingkat Margin terhadap Keputusan Nasabah Pembiayaan Murabahah," *J. Maps (Manajemen Perbank. Syariah)*, vol. 6, no. 2, pp. 153-158, 2023, doi: 10.32627/maps.v6i2.703.
- [4] Hastowo C, *Strategi Manajemen Reputasi*. Surabaya: Universitas Airlangga, 2020.
- [5] H. Jasin, S. Mujiatun, M. Fauzi Rambe, and R. Bahagia Siregar, "Apakah Kepercayaan Memediasi Pengaruh Reputasi Bank dan Religiusitas Terhadap Purchase Intention?," *J. Ilm. Manaj. dan Bisnis*, vol. 22, no. 1, pp. 86-102, 2021, doi: 10.30596/jimb.v22i1.5630.
- [6] B. A. B. Ii and A. I. Produk, "Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran," pp. 15-29, 2003.
- [7] R. M. Rimbani, "Bab Iii Metodologi Penelitian [Pdf]," pp. 20-32, 2017, [Online]. Available: [http://repository.unpas.ac.id/32645/5/BAB III.pdf](http://repository.unpas.ac.id/32645/5/BAB%20III.pdf)
- [8] B. A. B. Iii, "Metode," *Oxford Art Online*, pp. 31-38, 2018, doi: 10.1093/gao/9781884446054.article.t057475.
- [9] Sugiono, "Analisis Perubahan Hemodinamik," *Skripsi STT Kedirgant. Yogyakarta*, pp. 34-50, 2021.
- [10] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 19 th ed. Alfabeta, 2019.
- [11] N. Ekawaty, D. H. Athallah, F. N. A. Amwar, "Dampak Inovasi Produk dan Reputasi Merek Terhadap Keputusan Menabung (Survey pada Nasabah Bank

- Muamalat Kerawang)", *J. Manaj. Dan Bisnis*, vol. 7, No. 1, 2020, <https://doi.org/10.33096/jmb.v7i1.353>.
- [12]R. Adiyasa, N. Darna, K. Kasma, "Pengaruh Promosi dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian (Suatu Studi pada Bank BPR Artha Galunggung Cabang Cikatomas)", *Business Management And Entrepreneurship J.*, vol. 5, No. 4, 2023, <https://jurnal.unigal.ac.id/bmej/article/view/6562>.
- [13]P. D. Irvan, "Bab V Penutup [Pdf]," pp. 66-67, 2024, [Online]. Available: <https://repository.radenintan.ac.id/32815/1/Skripsi%201-2.pdf>.