

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAAN

A. Hasil

1. Gambaran Umum Objek Penelitian

a. Sejarah Singkat Bank Syariah Indonesia

Pada tanggal 1 Februari 2021 menjadi sebuah momen yang menciptakan sejarah baru bagi Indonesia atas bergabungnya tiga perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yaitu Bank Syariah Mandiri (BSM), Bank Nasional Indonesia Syariah (BNI Syariah), dan Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRI Syariah) menjadi satu entitas baru yaitu PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI). *Merger* atas ketiga Bank Syariah tersebut merupakan bagian dari strategi dan usaha pemerintah dalam rangka menciptakan perbankan syariah yang akan menjadi kebanggaan umat Islam secara khusus, dan bagi seluruh masyarakat Indonesia secara umum. *Merger* tersebut terjadi karena beberapa alasan, antara lain: melalui merger, perbankan syariah akan lebih mudah dan efisien dalam penghimpunan dana sebagai modal, pembiayaan, dan pengeluaran. Selain itu, perbankan syariah akan memiliki prospek yang lebih cerah dan bisa dibuktikan secara langsung. Di sisi lain, aset perbankan syariah akan semakin besar dan kuat, serta tergabung ke dalam 10 bank nasional dengan aset mencapai Rp 240 Triliun. Lebih jauh lagi, perbankan syariah Indonesia diperkirakan akan masuk ke dalam perbankan terbesar secara global dalam kategori kapitalisasi pasar. Selain

itu, kelengkapan perbankan syariah akan memiliki berbagai produk yang lengkap mulai dari retail, konsumen, UMKM, grosir, dengan berbagai produk serta layanan lainnya. Tak kalah penting, perbankan syariah akan menjadi kekuatan baru bagi pengembangan ekonomi nasional, sehingga mampu menjadikan Indonesia sebagai pusat ekonomi dan keuangan syariah dunia. Terakhir, merger ini juga akan memudahkan akses perbankan syariah oleh seluruh lapisan masyarakat dalam hal pelayanan jasa keuangan berbasis syariah (Syamsarina & Yusuf, 2022).

Di Kota Banjarmasin terdapat 8 Bank Syariah Indonesia (BSI) yang tersebar di Banjarmasin Selatan, Banjarmasin Tengah, Banjarmasin Utara, Banjarmasin Timur, dan Banjarmasin Barat yang terdiri dari 1 KC (Kantor Cabang) dan 7 KCP (Kantor Cabang Pembantu), antara lain sebagai berikut:

- 1) BSI KC Lambung Mangkurat
- 2) BSI KCP Banjarmasin A Yani
- 3) BSI KCP Banjarmasin A Yani 1
- 4) BSI KCP Banjarmasin A Yani 2
- 5) BSI KCP Banjarmasin Pasar Cempaka
- 6) BSI KCP Banjarmasin Sentral Antasari
- 7) BSI KCP Banjarmasin Kayu Tangi
- 8) BSI KCP Banjarmasin Barito Kuala

b. Pembukaan Rekening *Online*

Pembukaan rekening melalui reservasi *online* di Bank Syariah Indonesia melalui aplikasi BSI *Mobile* pertama kali diperkenalkan pada tahun 2021. Melalui fitur ini nasabah dapat membuka rekening secara digital tanpa perlu datang langsung ke bank, asalkan memenuhi persyaratan yang ditentukan. Layanan ini terus diperbaharui dan merupakan inovasi terbaru dari Bank Syariah Indonesia. Pembukaan rekening tersebut melalui reservasi *online* yang juga dikenal sebagai registrasi *online* adalah sebuah layanan yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia untuk melakukan pembukaan rekening melalui aplikasi Bank Syariah Indonesia yang dapat diakses langsung melalui komputer maupun handphone.

Gambar 4.1 tampilan awal BSI *Mobile*



Sumber : Screenshot Aplikasi BSI *Mobile*

Berdasarkan gambar 4.1, setelah mengunduh aplikasi BSI *Mobile*, nasabah dapat langsung memilih opsi "Buka Rekening". Terdapat beberapa persyaratan untuk membuka rekening *online* di Bank Syariah Indonesia, mirip dengan bank-bank lainnya. Calon nasabah hanya perlu menyiapkan dokumen identitas diri dan mengisi formulir pendaftaran. Berikut adalah syarat yang perlu dipersiapkan sebelum membuka rekening di Bank Syariah Indonesia:

c. Persyaratan Pembukaan Rekening

- 1) Foto KTP.
- 2) Foto NPWP bagi wajib pajak.
- 3) Foto tanda tangan.
- 4) Foto data diri.
- 5) Setoran awal minimal Rp 100.000, yang dapat dilakukan melalui transfer bank atau dengan mengambil kartu ATM di cabang Bank Syariah Indonesia terdekat.
- 6) Bersedia untuk melakukan akad dalam pembukaan rekening, seperti akad Wadiah yad Dhamanah dan Mudharabah Mutlaqah.

Untuk cara mendaftar rekening Bank Syariah Indonesia secara *online*, setelah mengetahui persyaratan yang harus dipenuhi, berikut langkah-langkah pendaftaran yang dirangkum dari video panduan di situs resmi Bank Syariah Indonesia.

d. Langkah-langkah Pembukaan Rekening melalui BSI *Mobile*1) Unduh Aplikasi BSI *Mobile*

Unduh aplikasi Bank Syariah Indonesia *Mobile* melalui Google Play atau App Store.

2) Pilih "Buka Rekening"

Setelah aplikasi terpasang, buka aplikasi dan klik pilihan "Buka Rekening."

3) Pilih Jenis Rekening

Pilih jenis rekening yang sesuai dengan kebutuhan Anda.

4) Lengkapi Dokumen Persyaratan

Unggah dokumen yang diminta, seperti foto KTP, foto NPWP, foto tanda tangan, serta isi data diri yang diperlukan.

5) Verifikasi Melalui Video *Call*

Lakukan video *call* dengan petugas layanan pelanggan untuk proses verifikasi.

6) Rekening Dibuat

Setelah itu, petugas akan membuat rekening dan memberikan kode aktivasi.

7) Rekening Selesai Dibuat

Rekening yang telah dibuat bisa langsung digunakan jika memilih transaksi tanpa kartu melalui aplikasi BSI *Mobile*. Namun, jika membutuhkan kartu ATM, nasabah dapat mengambilnya di kantor cabang Bank Syariah Indonesia terdekat (Kurniasih et al., 2023).

2. Data Identitas responden

Kuesioner dalam penelitian ini diberikan untuk mengumpulkan data dari responden sebagai subjek penelitian. Data yang diperoleh dari responden terbagi berdasarkan kategori jenis kelamin, domisili, pekerjaan dan pendidikan terakhir.

a. Jenis kelamin

Tabel 4.1

Akumulasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	49	49%
2	Perempuan	51	51%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data kuesioner 2025

Pada tabel diatas (tabel 4.1) menunjukkan hasil penelitian yang melibatkan 100 responden, yang mengungkapkan bahwa mayoritas responden berdasarkan jenis kelamin adalah perempuan, yaitu 51% atau 51 orang, sementara 49% atau 49 orang lainnya adalah laki-laki.

b. Domisili (kecamatan)

Tabel 4.2

Akumulasi Responden berdasarkan Domisili (kecamatan)

No	Kecamatan	Jumlah	Persentase
1	Banjarmasin Timur	34	34%
2	Banjarmasin Utara	11	11%
3	Banjarmasin Selatan	11	11%
4	Banjarmasin Tengah	21	21%
5	Banjarmasin Barat	23	23%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data kuesioner 2025

Pada tabel diatas (tabel 4.2), menunjukkan bahwa dari 100 responden yang diteliti, distribusi responden berdasarkan domisili wilayah kecamatan adalah sebagai berikut: Banjarmasin Timur sebanyak 34% atau 34 orang responden, Banjarmasin Barat sebanyak 23% atau 23 orang responden, Banjarmasin Tengah sebanyak 21% atau 21 orang responden, Banjarmasin Utara sebanyak 11% atau 11 orang responden, dan Banjarmasin Selatan sebanyak 11% atau 11 orang responden.

c. Usia Responden

Tabel 4.3

Akumulasi responden berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase
1	18 Tahun	1	1%
2	19 Tahun	2	2%
3	20 Tahun	17	17%
4	21 Tahun	32	32%
5	22 Tahun	22	22%
6	23 Tahun	4	4%
7	24 Tahun	2	2%
8	25 Tahun	3	3%
9	26 Tahun	2	2%
10	27 Tahun	1	1%
11	28 Tahun	3	3%
12	29 Tahun	1	1%
13	31 Tahun	1	1%
14	32 Tahun	1	1%
15	34 Tahun	1	1%
16	35 Tahun	4	4%
17	38 Tahun	1	1%
18	40 Tahun	1	1%
19	45 Tahun	1	1%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data kuesioner 2025

Pada tabel diatas (tabel 4.3) menunjukkan bahwa dari 100 responden yang diteliti, distribusi responden berdasarkan usia dengan rincian sebagai berikut: berusia 18 tahun sebanyak 1% atau 1 orang responden, berusia 19 tahun sebanyak 2% atau 2 orang responden, berusia 20 tahun sebanyak 17% atau 17 orang responden, berusia 21 tahun sebanyak 32% atau 32 orang responden, berusia 22 tahun sebanyak 22% atau 22 orang responden, berusia 23 tahun sebanyak 24% atau 24 orang responden, berusia 24 tahun sebanyak 2% atau 2 orang responden, berusia 25 tahun sebanyak 3% atau 3 orang responden, berusia 26 tahun sebanyak 2% atau 2 orang responden, berusia 27 tahun sebanyak 1% atau 1 orang responden, berusia 28 tahun sebanyak 3% atau 3 orang responden, berusia 29, 31, 32, dan 34 tahun masing-masing sebanyak 1% atau 1 orang responden, serta berusia 35 tahun sebanyak 4% atau 4 orang responden, dan berusia 38, 40, serta 45 tahun masing-masing sebanyak 1% atau 1 orang responden.

d. Pekerjaan Responden

Tabel 4.4

Akumulasi Responden berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	Pelajar/Mahasiswa	66	66%
2	Pegawai Negeri Sipil	16	16%
3	Wiraswasta	10	10%
4	Pengusaha	5	5%
5	Swasta	1	1%
6	Karyawan	1	1%
7	Enterpreneur	1	1%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data kuesioner 2025

Pada tabel diatas (tabel 4.4) menunjukkan bahwa dari 100 responden yang diteliti, distribusi responden berdasarkan pekerjaan adalah sebagai berikut: pelajar/mahasiswa sebanyak 66% atau 66 orang responden, wiraswasta sebanyak 10% atau 10 orang responden, PNS sebanyak 16% atau 16 orang responden, pengusaha sebanyak 5% atau 5 orang responden, swasta sebanyak 1% atau 1 orang responden, karyawan sebanyak 1% atau 1 orang responden, dan enterpreneur sebanyak 1% atau 1 orang responden.

e. Pendidikan terakhir

Tabel 4.5

Akumulasi Responden berdasarkan Pendidikan

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase
1	SD/MI/ Sederajat	0	0%
2	SMP/MTSN/ Sederajat	0	0%
3	SMA/SMK/MAN/ Sederajat	64	64%
4	S1	31	31%
5	S2	5	5%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data kuesioner 2025

Pada tabel diatas (tabel 4.5) menunjukkan bahwa dari 100 responden yang diteliti, distribusi responden berdasarkan pendidikan terakhir adalah sebagai berikut: SMA/SMK/MAN sederajat sebanyak 64% atau 64 orang responden, S1 sebanyak 31% atau 31 orang responden, dan S2 sebanyak 5% atau 5 orang responden.

3. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dan r_{tabel} berdasarkan *degree of freedom* (df) = $n-2$, di mana n merupakan jumlah sampel dalam penelitian ini, yaitu 100. Maka, df dapat dihitung sebagai $df = 100-2=98$. Dengan tingkat signifikansi 0,05, diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,196 (lihat pada lampiran tabel r). Jika r_{hasil} positif dan $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir item tersebut dianggap valid. Sebaliknya, jika r_{hitung} negatif dan $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir item tersebut dianggap tidak valid. Berikut adalah hasil uji validitas yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan SPSS 25 for Windows adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6

Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	keterangan
Kemudahan (X_1)	X1.1	0,816	0,196	Valid
	X1.2	0,778	0,196	Valid
	X1.3	0,803	0,196	Valid
	X1.4	0,756	0,196	Valid
	X1.5	0,755	0,196	Valid
Keamanan (X_2)	X2.1	0,764	0,196	Valid
	X2.2	0,874	0,196	Valid
	X2.3	0,823	0,196	Valid
	X2.4	0,826	0,196	Valid
Brand Image (X_3)	X3.1	0,782	0,196	Valid
	X3.2	0,723	0,196	Valid
	X3.3	0,721	0,196	Valid
	X3.4	0,745	0,196	Valid
	X3.5	0,636	0,196	Valid
	X3.6	0,716	0,196	Valid
	X3.7	0,777	0,196	Valid

	X3.8	0,751	0,196	Valid
	X3.9	0,717	0,196	Valid
Keputusan (Y)	Y1	0,758	0,196	Valid
	Y2	0,816	0,196	Valid
	Y3	0,769	0,196	Valid
	Y4	0,794	0,196	Valid
	Y5	0,718	0,196	Valid
	Y6	0,766	0,196	Valid
	Y7	0,802	0,196	Valid
	Y8	0,702	0,196	Valid

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 25 (2024)

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pertanyaan dari setiap variabel, yaitu kemudahan (X_1), keamanan (X_2), *brand image* (X_3) dan keputusan (Y) dinyatakan valid karena nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi pernyataan yang reliabel atau tidak. Untuk mengukur berpatokan pada ketentuan nilai koeffisien dari *Cronbach Alpha* $> 0,60$ maka dikatakan reliabel. Berikut hasil uji reliabilitas penelitian ini dengan menggunakan SPSS 25 *for windows* adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>cronbach Alpha</i>	Nilai Standar	Keterangan
Kemudahan (X_1)	0,840	0,60	Reliabel
Keamanan (X_2)	0,824	0,60	Reliabel
<i>Brand Image</i> (X_3)	0,889	0,60	Reliabel
Keputusan (Y)	0,897	0,60	Reliabel

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 25 (2024)

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa variabel kemudahan (X_1), keamanan (X_2), *brand image* (X_3) dan keputusan (Y) dinyatakan reliabel kerana nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$.

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk memeriksa apakah variabel pengganggu (residual) dalam model regresi mengikuti distribusi normal atau tidak. Sebuah model regresi yang baik memiliki residual yang terdistribusi normal. Jika asumsi ini tidak terpenuhi, uji statistik yang dilakukan menjadi tidak valid. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan menggunakan uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (KS), dengan kriteria bahwa data dianggap berdistribusi normal jika nilai signifikansi $> \alpha = 0,05$. Hasil uji normalitas menggunakan program SPSS versi 25 *for windows* dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.8

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,59257029
Most Extreme Differences	Absolute	,085
	Positive	,085
	Negative	-,085
Test Statistic		,085
Asymp. Sig. (2-tailed)		,071 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 25 (2025)

Berdasarkan output SPSS di atas, dapat dilihat pada tabel diatas menunjukkan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* adalah 0.071 nilai ini lebih besar dari pada 0,05. Maka dapat disimpulkan data dalam penelitian ini terdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Apabila terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem multikolinieritas. Multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan lawannya *varian inflation factor* (VIF). Nilai *cut off* yang umum di pakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah mempunyai angka *Tolerance* > 0,1 atau sama dengan nilai VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinieritas. Kemudian, jika nilai tolerance < 0,1 atau VIF > 10 maka terjadi multikolinieritas.

Tabel 4. 9
Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Coefficients ^a	
		Collinearity Statistics	
		<i>Tolerance</i>	VIF
1	Kemudahan	,426	2,346
	Keamanan	,456	2,193
	<i>Brand Image</i>	,437	2,286

a. Dependent Variable: Keputusan

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 25 (2025)

Dari tabel diatas, dapat dilihat bahwa variabel kemudahan (X_1) mempunyai nilai VIF sebesar 2,346 dengan nilai *tolerance* sebesar 0,426 maka tidak terjadi multikolinearitas, variabel keamanan (X_2) mempunyai nilai VIF sebesar 2,193 dengan nilai *tolerance* sebesar 0,456 maka tidak terjadi multikolinearitas. variabel *brand image* (X_3) mempunyai nilai VIF sebesar 2,286 dengan nilai *tolerance* sebesar 0,437 maka tidak terjadi multikolinearitas.

Hal ini mengindikasikan bahwa hasil uji multikolinearitas mempunyai nilai VIF yang kurang dari 10 dan nilai *tolerance* yang lebih besar dari 0,1. Pengujian model regresi untuk ukuran aktual mengindikasikan tidak terdapat gejala multikolinearitas untuk model regresi tersebut. Dengan demikian, semua variabel *independent* tersebut dapat dianggap valid sebagai prediktor.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk memeriksa apakah terdapat perbedaan varian residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya dalam model regresi. Salah satu uji statistik yang digunakan untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas adalah uji *glejser*. Kriteria yang digunakan dalam pengujian ini adalah jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka model regresi dianggap tidak mengalami heteroskedastisitas.

Tabel 4.10
Hasil Uji Heterokedastisitas Glejser

Coefficients						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.750	1.691		2.810	.006
	Kemudahan	-.170	.101	-.255	-1.679	.096
	Keamanan	-.032	.111	-.042	-.284	.777
	<i>Brand Image</i>	.035	.063	.084	.559	.578

a. Dependent Variable: AbsRes

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 25 (2025)

Berdasarkan pada tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi pada variabel kemudahan (X_1) adalah $0,096 > 0,05$, keamanan (X_2) adalah $0,777 > 0,05$, dan *brand image* (X_3) adalah $0,578 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel pada penelitian ini tidak terjadi heterokedastisitas karena nilai signifikansi $> 0,05$.

5. Uji Statistik

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh dua atau lebih pada variabel *independent* terhadap variabel *dependent*.

Tabel 4.11
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.857	2.484		-.345	.731
	Kemudahan	.510	.150	.295	3.402	.001
	Keamanan	.630	.164	.340	3.839	.000
	<i>Brand Image</i>	.323	.096	.295	3.376	.001

a. Dependent Variable: Keputusan

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 25 (2025)

Pada penelitian ini digunakan analisis regresi linier berganda dengan satu variabel bebas. Hasil persamaan pada tabel di atas dapat dituliskan dalam persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

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

$$Y = -0,857 + 0,510 X_1 + 0,630 X_2 + 0,323 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembukaan Rekening

α = Konstanta

b_1, b_2, b_3 = Koefisien Regresi

X_1 = Kemudahan

X_2 = Keamanan

X_3 = *Brand Image*

e = *residual error*

Dari persamaan regresi di atas dapat dijelaskan bahwa:

- 1) Nilai konstanta keputusan (Y) bernilai sebesar -0,857 yang artinya jika kemudahan (X_1), keamanan (X_2) dan *brand image* (X_3) nilainya sama dengan 0 atau tidak ada, maka keputusan adalah sebesar -0,857.
- 2) Nilai koefisien regresi variabel kemudahan (X_1) bernilai sebesar 0,510. Memiliki arti bahwa setiap kenaikan kemudahan (X_1) satu satuan maka nilai variabel keputusan (Y) akan bertambah 0,510. Koefisien bernilai positif antara variabel kemudahan dengan keputusan.
- 3) Nilai koefisien regresi variabel keamanan (X_2) bernilai sebesar 0,630. Memiliki arti bahwa setiap kenaikan keamanan (X_2) satu satuan maka nilai variabel keputusan (Y) akan bertambah 0,630. Koefisien bernilai positif antara variabel keamanan dengan keputusan.
- 4) Nilai koefisien regresi variabel *brand image* (X_3) bernilai sebesar 0,323. Memiliki arti bahwa setiap kenaikan *brand image* (X_3) satu satuan maka variabel keputusan (Y) akan bertambah 0,323. Koefisien bernilai positif antara variabel *brand image* dengan keputusan.

6. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji-t)

Uji t digunakan untuk menguji apakah terdapat pengaruh parsial dari variabel X terhadap variabel Y. Dalam pengujian ini, tingkat signifikansi (α) ditetapkan sebesar 0,05 dan derajat kebebasan (df) dihitung sebagai $n-k-1$, yaitu $100-4 = 96$. Berdasarkan perhitungan ini, nilai t_{tabel} yang diperoleh adalah 1,660. Kriteria pengujian yang

digunakan adalah: H_0 ditolak dan H_a diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($Sig < 0,05$), serta H_0 diterima dan H_a ditolak jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($Sig > 0,05$).

Tabel 4.12
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.857	2.484		-.345	.731
	Kemudahan	.510	.150	.295	3.402	.001
	Keamanan	.630	.164	.340	3.839	.000
	<i>Brand Image</i>	.323	.096	.295	3.376	.001

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 25 (2025)

Berikut hasil pengujian hipotesis secara parsial berdasarkan tabel diatas:

1) Pengujian hipotesis variabel kemudahan (X_1)

Dari tabel diatas maka dapat diperoleh nilai t_{hitung} dari variabel kemudahan sebesar $3.402 > t_{tabel} 1,660$ dengan sig $0,001 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembukaan rekening.

2) Pengujian hipotesis variabel keamanan (X_2)

Dari tabel diatas maka dapat diperoleh nilai t_{hitung} dari variabel keamanan sebesar $3.839 > t_{tabel} 1,660$ dengan sig $0,000 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel

keamanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembukaan rekening.

3) Pengujian hipotesis variabel *brand image* (X_3)

Dari tabel diatas maka dapat diperoleh nilai t_{hitung} dari variabel *brand image* sebesar $3,376 > t_{tabel} 1,660$ dengan $sig 0,001 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel *brand image* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembukaan rekening.

Dari hasil pengujian hipotesis yang telah diketahui dengan uji t atau secara parsial bahwa seluruh variabel berpengaruh terhadap keputusan pembukaan rekening melalui *BSI Mobile*.

b. Uji Simultan (Uji-f)

Uji f adalah pengujian regresi yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana variabel *independent* (X_1 , X_2 , dan X_3) berpengaruh secara simultan terhadap variabel *dependent* (Y). Uji f dilakukan dengan cara memeriksa apakah nilai signifikansi (sig) kurang dari 0,05 dan nilai f_{hitung} lebih besar dari f_{tabel} . Jika kedua kondisi ini terpenuhi, maka dapat disimpulkan bahwa variabel *independent* (X) memiliki pengaruh simultan terhadap variabel *dependent* (Y). Dalam pengujian ini, tingkat signifikansi (α) ditetapkan sebesar 5% dengan derajat kebebasan (df) = k; (n-k), sehingga diperoleh nilai f_{tabel} sebesar 2,70. Dengan pengujian sebagai berikut: H_0 ditolak dan H_a diterima jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ (Sig < 0,05) dan jika H_0 diterima dan H_a ditolak jika $f_{hitung} < f_{tabel}$ (Sig > 0,05).

Tabel 4.13

Hasil Uji f (Uji Simultan)

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1334.607	3	444.869	73.997	.000^b
	Residual	577.153	96	6.012		
	Total	1911.760	99			

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 25 (2025)

Dapat dilihat dari tabel diatas, menunjukkan nilai f sebesar 73,997 dengan nilai signifikan 0,000, yang menandakan $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($73,997 > 2,70$) dan signifikansi $< 0,05$. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_a diterima. Oleh karena itu, ketiga variabel *independent* yaitu kemudahan (X_1), keamanan (X_2), dan *brand image* (X_3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembukaan rekening (Y).

7. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur sejauh mana model dapat menjelaskan variasi pada variabel *independent*. Uji R^2 berfungsi untuk mengetahui seberapa kuat hubungan antara variabel X dan variabel Y secara bersama-sama. Nilai R^2 berada dalam rentang 0 hingga 1; semakin mendekati 1, semakin kuat hubungan antara variabel X dan Y. Sebaliknya, jika nilai R^2 mendekati 0, maka hubungan antara kedua variabel tersebut semakin lemah.

Tabel 4.14
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.836	.698	.689	2.452

- a. Predictors: (Constant), Kemudahan, Keamanan, Brand Image, Keputusan

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 25 (2025)

Berdasarkan hasil tabel di atas, nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,689 atau setara dengan 68,9%, yang berarti bahwa pengaruh variabel kemudahan (X_1), keamanan (X_2), dan *brand image* (X_3) terhadap variabel keputusan (Y) adalah sebesar 68,9%, menunjukkan hubungan yang kuat. Sementara itu, sisa sebesar 31,1% (100% - 68,9%) dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel yang diteliti.

B. Pembahasan

Hasil analisis dalam penelitian kuantitatif menggunakan regresi linier berganda menunjukkan penjelasan berikut, yang berdasarkan pada rumusan masalah dalam penelitian ini.

1. Analisis secara parsial

a. Pengaruh kemudahan terhadap keputusan pembukaan rekening melalui BSI *Mobile* di Bank Syariah Indonesia Kota Banjarmasin.

Berdasarkan hasil pengujian data secara parsial, pada variabel kemudahan (X_1) memiliki pengaruh signifikansi terhadap keputusan pembukaan rekening (Y), didapatkan hasil yakni t_{hitung} adalah 3,402 sedangkan t_{tabel} 1,660 berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ serta tingkat signifikansi adalah $0,001 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembukaan rekening melalui BSI *Mobile* di Bank Syariah Indonesia Kota Banjarmasin.

Hasil pengujian ini mengindikasikan bahwa tingkat kemudahan yang dirasakan oleh nasabah dalam menjalani proses pembukaan rekening maupun bertransaksi melalui BSI *Mobile* berpengaruh terhadap keputusan mereka untuk membuka rekening di Bank Syariah Indonesia di Kota Banjarmasin. Penelitian ini juga didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Neta Shinta Vernanda (2024), yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel

kemudahan penggunaan terhadap keputusan penggunaan layanan pembukaan rekening *online* melalui *BSI Mobile*.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Jogiyanto Hartono menjelaskan bahwa kemudahan penggunaan memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan pengguna untuk mengadopsi dan menggunakan teknologi (Hartono, 2010). Dalam dunia perbankan digital, kemajuan teknologi seperti yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) melalui aplikasi *BSI Mobile*, kemudahan penggunaan dan fitur menjadi salah satu faktor kunci yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk membuka rekening secara *online*. Nasabah yang merasa bahwa proses pembukaan rekening melalui aplikasi tersebut sederhana, cepat, dan tidak rumit akan lebih cenderung untuk mengambil keputusan positif dalam menggunakan layanan tersebut.

b. Pengaruh keamanan terhadap keputusan pembukaan rekening melalui *BSI Mobile* di Bank Syariah Indonesia Kota Banjarmasin.

Berdasarkan hasil pengujian data secara parsial, pada variabel keamanan (X_2) memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembukaan rekening (Y) didapatkan hasil yakni t_{hitung} adalah 3,839 sedangkan t_{tabel} 1,660 berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$, serta tingkat signifikansi adalah $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel keamanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembukaan rekening melalui *BSI Mobile* di Bank Syariah Indonesia Kota Banjarmasin.

Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa tingkat keamanan memiliki pengaruh besar terhadap keputusan nasabah untuk membuka rekening, sangat penting untuk membangun dan menjaga kepercayaan mereka terhadap sistem. Ketika nasabah merasa bahwa informasi mereka aman dan terlindungi, mereka akan lebih cenderung berkeinginan untuk membuka rekening dan menggunakan layanan melalui *BSI Mobile*, serta menggunakan layanan yang disediakan oleh pihak Bank Syariah Indonesia. Penelitian ini juga didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nadita Aisyah Fitri (2023), yang menunjukkan bahwa variabel keamanan pada pembukaan *online* berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin yang menggunakan aplikasi *BSI Mobile*.

Keamanan sistem adalah upaya untuk melindungi informasi dari akses yang tidak sah, pengungkapan, modifikasi, atau penghancuran. Dalam konteks ini, keamanan informasi mencakup berbagai langkah dan strategi yang dirancang untuk menjaga integritas, kerahasiaan, dan ketersediaan data pengguna (Rudianto, 2011).

Salah satu elemen krusial dalam keamanan sistem informasi yaitu kerahasiaan, yang memastikan hanya orang atau entitas berwenang yang dapat mengakses informasi tertentu. *BSI Mobile* telah menerapkan dua sistem keamanan yaitu *password* untuk mengakses akun rekening dan PIN untuk melakukan transaksi ini sangat penting untuk melindungi data sensitif, seperti informasi pribadi nasabah. Oleh karena itu, dengan

adanya sistem keamanan ini diharapkan dapat mengurangi resiko kebocoran data yang berujung pada penipuan dan pencurian data dari pihak yang tidak berwenang. Hal ini sejalan dengan hasil jawaban kuesioner yang menunjukkan bahwa 85% responden setuju bahwa kerahasiaan data mereka tetap terjaga saat bertransaksi melalui BSI Mobile. Artinya, keamanan sistem informasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam membuka rekening.

c. Pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembukaan rekening melalui BSI *Mobile* di Bank Syariah Indonesia Kota Banjarmasin.

Berdasarkan hasil pengujian data secara parsial, pada variabel *brand image* memiliki pengaruh signifikansi terhadap keputusan pembukaan rekening (Y) didapatkan hasil yakni t_{hitung} adalah 3,376 sedangkan t_{tabel} 1,660 berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$, serta tingkat signifikansi adalah $0,001 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel *brand image* berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembukaan rekening melalui BSI *Mobile* di bank syariah Indonesia Kota Banjarmasin.

Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa dalam konteks Bank Syariah Indonesia (BSI), citra merek yang kuat dan positif, terutama dalam aspek syariah, sangat penting untuk menciptakan kepercayaan dan loyalitas nasabah. Kepercayaan nasabah terhadap bank sangat dipengaruhi oleh bagaimana mereka memandang citra merek tersebut dalam industri perbankan yang sangat kompetitif, dimana nasabah

memiliki banyak pilihan untuk membuka rekening, *brand image* yang baik dapat menjadi faktor penentu dalam keputusan mereka. Penelitian ini juga didukung oleh Lola Febri Yola (2022), yang menunjukkan bahwa *brand image* mampu mempengaruhi keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia Kota Tangerang.

Selaras dengan teori Rudianto (2011) menyatakan bahwa *brand image* adalah citra yang terbentuk di benak konsumen mengenai suatu merek, yang dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kualitas produk, layanan, dan komunikasi pemasaran. Citra merek ini tidak hanya mencakup persepsi konsumen terhadap produk itu sendiri, tetapi juga bagaimana merek tersebut dipresentasikan melalui iklan, promosi, dan interaksi dengan pelanggan (Rudianto, 2011).

Pada Bank Syariah Indonesia *image* yang ditonjolkan adalah kesyariahannya. Menonjolkan citra sebagai lembaga keuangan yang beroperasi sepenuhnya sesuai dengan prinsip syariah Islam, menghindari riba dan praktik haram lainnya, serta mengutamakan keadilan, keseimbangan, dan kemaslahatan umat. Produk dan layanan yang diawasi oleh Dewan Pengawas Syariah. Pada aplikasi BSI *Mobile* juga terdapat fitur layanan islami seperti pengingat waktu salat, arah kiblat, Juz Amma dan lain lain yang tidak terdapat pada aplikasi *mobile* bank lain. Berdasarkan hasil kuesioner, 87% responden menyatakan setuju dan percaya bahwa keunggulan utama BSI terletak pada penerapan prinsip syariah dalam semua produk dan layanan yang ditawarkan.

2. Analisis secara simultan

Berdasarkan hasil analisis pengujian data secara simultan terhadap ketiga variabel kemudahan (X_1), keamanan (X_2) dan *brand image* (X_3) terhadap keputusan pembukaan rekening (Y), didapatkan hasil yakni f_{hitung} sebesar 73.997 dengan nilai signifikansi 0,000 yakni menandakan $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($73.997 > 2,70$) dan signifikansi $< 0,05$. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_a diterima. Oleh karena itu, ketiga variabel bebas yaitu kemudahan, keamanan dan *brand image* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembukaan rekening melalui BSI *Mobile* di Bank Syariah Indonesia Kota Banjarmasin. Artinya, semakin tinggi atau baik tingkat kemudahan, keamanan dan *brand image* maka semakin besar pula tingkat keputusan nasabah untuk membuka rekening Bank Syariah Indonesia melalui aplikasi BSI *Mobile*.

Hasil analisis koefisien determinasi (*R Square*) menunjukkan nilai 0,641. Artinya, 64,1 % keputusan pembukaan rekening melalui BSI *Mobile* dapat dipengaruhi oleh variabel kemudahan, keamanan, dan *brand image*. Sedangkan sisanya, yakni 35,9 %, dipengaruhi oleh faktor lain. Variabel lain tersebut bisa mencakup faktor promosi, jarak kantor BSI dengan tempat tinggal nasabah, faktor fee yang dibebankan atau faktor pribadi nasabah.

Keputusan nasabah untuk membuka rekening di BSI dipengaruhi oleh kemudahan akses, keamanan yang terjamin, serta fitur-fitur menarik yang ditawarkan, seperti layanan Islami yang tidak tersedia di aplikasi *mobile banking* lainnya. Faktor-faktor ini membuat nasabah merasa lebih nyaman

dan yakin dalam memilih BSI sebagai tempat untuk melakukan transaksi perbankan. Namun, terdapat sisa persentase yang tidak termasuk dalam variabel yang diteliti, yang mungkin mencakup faktor-faktor lain seperti pengalaman sebelumnya dengan bank lain, rekomendasi dari teman atau keluarga, serta promosi atau insentif yang ditawarkan oleh bank. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun variabel yang diteliti memberikan pengaruh signifikan, masih ada aspek lain yang dapat memengaruhi keputusan nasabah dalam membuka rekening di BSI.

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebarkan, responden menunjukkan tingkat persetujuan yang tinggi terhadap pernyataan-pernyataan yang diberikan. Data menunjukkan bahwa responden merasa percaya dan nyaman dengan fitur pembukaan rekening *online* yang disediakan oleh aplikasi BSI *Mobile*. Rata-rata skor yang diperoleh dari jawaban responden menggunakan skala likert mencapai 85% untuk setiap variabel. Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi BSI *Mobile* mampu memenuhi kebutuhan dan keperluan nasabah dalam melakukan transaksi perbankan secara efektif.

Kemudahan penggunaan aplikasi menjadi faktor utama yang memengaruhi keputusan nasabah, di mana aplikasi yang *user-friendly* seperti fitur transaksi; transfer dana, pembayaran tagihan, pembelian produk dan pembayaran cicilan, pada aplikasi BSI *Mobile* juga terdapat fitur syariah seperti; informasi produk syariah, layanan zakat, dan sedekah. Proses pembukaan rekening yang mudah dan cukup membawa data diri

seperti KTP saja sudah cukup untuk persyaratan membuka rekening. Selain itu, keamanan informasi juga krusial, nasabah yang yakin bahwa data mereka aman cenderung lebih terbuka untuk menggunakan layanan ini, sehingga meningkatkan kepercayaan dan loyalitas terhadap bank. *Brand image* yang positif berkontribusi signifikan terhadap keputusan nasabah, di mana citra merek yang baik dapat meningkatkan loyalitas dan kepercayaan konsumen. Ketiga variabel ini bekerja sinergis, sehingga penting bagi BSI untuk terus meningkatkan kemudahan, keamanan, dan *brand image* dalam menarik lebih banyak nasabah. Hasil penelitian ini menegaskan bahwa manajemen BSI perlu fokus pada ketiga aspek tersebut untuk meningkatkan pembukaan rekening *online* dan membangun loyalitas nasabah dalam jangka panjang.

Hasil rangkuman data responden menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah mahasiswa, meskipun terdapat juga profesi lain seperti entrepreneur, PNS, wiraswasta, dan karyawan. Domisili responden berasal dari lima kecamatan di Banjarmasin, mulai dari Banjarmasin Timur hingga Banjarmasin Barat. Dalam hal pendidikan, mayoritas responden memiliki latar belakang pendidikan SMP, SMA sederajat, S1, hingga S2. Usia responden bervariasi antara 18 hingga 45 tahun, yang semuanya memiliki kemampuan untuk membuka rekening di Bank Syariah Indonesia melalui aplikasi BSI *Mobile* di Kota Banjarmasin. Responden berusia 18-45 tahun dapat membuka rekening melalui BSI *Mobile*. Hal ini menunjukkan bahwa layanan BSI *Mobile* memudahkan nasabah dalam membuka rekening secara

mandiri dan efisien, sehingga memperluas akses ke layanan perbankan syariah. Dengan demikian, BSI diharapkan terus meningkatkan kemudahan dan keamanan layanan maupun data dan informasi pribadi nasabah, serta menjaga *image* sebagai Bank Syariah yang mengedepankan prinsip-prinsip syariah dalam melakukan transaksi perbankan. Hal ini penting untuk memenuhi kebutuhan nasabah akan layanan perbankan yang cepat, aman, dan mudah diakses.