

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

1. Deskripsi Data Karakteristik Responden

Data yang telah dikumpulkan kemudian selanjutnya dianalisis untuk menguji hipotesis yang diajukan melalui teknik analisis regresi linear berganda menggunakan program SPSS. Adapun rincian pengembalian kuesioner penelitian yang dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut ini:

Tabel 4.1 Rincian Kuesioner Penelitian

	Keterangan	Jumlah
Penyebaran	Total kuesioner yang disebar	60
	Kuesioner yang kembali	60
	Jumlah kuesioner yang tidak Kembali	0
Pengolahan	Kuesioner yang bisa diolah	60

Sumber: Data Diolah, 2026.

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase(%)
Perempuan	27	45,0
Laki-Laki	33	55,0
Total	60	100

Sumber: Data diolah, 2026.

Berdasarkan Tabel 4.2 menunjukkan bahwa dari 60 responden yang digunakan dalam penelitian ini, terdapat 27 responden atau setara dengan 45,0% berjenis kelamin perempuan dan 33 responden atau setara dengan 55,0% berjenis kelamin laki-laki. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa responden

yang lebih dominan dalam penelitian ini adalah responden dengan jenis kelamin laki-laki, yaitu sebanyak 33 orang atau 55,0% dari total responden

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase(%)
Wiraswasta	14	23,3
PNS	10	16,7
Karyawan	11	18,3
Mahasiswa	6	10,0
Dosen	2	3,3
Pedagang	8	13,3
Guru	7	11,7
Pegawai Swasta	6	10,0
Total	60	100

Sumber: Data diolah, 2026.

Berdasarkan Tabel 4.3 menunjukkan bahwa dari 60 responden yang digunakan dalam penelitian ini, pekerjaan responden didominasi oleh wiraswasta sebanyak 14 orang atau sebesar 23,3% dari total responden. Selanjutnya, terdapat 11 responden (18,3%) yang bekerja sebagai karyawan, 10 responden (16,7%) sebagai PNS, dan 8 responden (13,3%) sebagai pedagang. Responden yang berprofesi sebagai guru berjumlah 7 orang (11,7%), sedangkan mahasiswa dan pegawai swasta masing-masing berjumlah 6 orang (10,0%). Sementara itu, profesi dosen merupakan kelompok dengan jumlah responden paling sedikit, yaitu sebanyak 2 orang atau sebesar 3,3%.

Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki pekerjaan sebagai wiraswasta, sehingga karakteristik

responden lebih banyak berasal dari kalangan pelaku usaha yang memiliki pengalaman dalam aktivitas ekonomi dan pengelolaan keuangan.

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Jumlah	Persentase(%)
SMA	16	26,7
D3	17	28,3
S1	16	26,7
S2	11	18,3
Total	60	100

Sumber: Data diolah, 2026.

Berdasarkan Tabel 4.4 menunjukkan bahwa dari 60 responden yang digunakan dalam penelitian ini, responden dengan tingkat pendidikan D3 merupakan kelompok yang paling dominan, yaitu sebanyak 17 orang atau sebesar 28,3% dari total responden. Selanjutnya, responden dengan pendidikan SMA dan S1 masing-masing berjumlah 16 orang atau sebesar 26,7%. Sementara itu, responden dengan pendidikan S2 berjumlah 11 orang atau sebesar 18,3%.

Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki tingkat pendidikan Diploma (D3). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki latar belakang pendidikan menengah hingga perguruan tinggi, sehingga diharapkan mampu memahami konsep dan praktik yang berkaitan dengan akad syariah yang menjadi objek penelitian.

Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Tabungan

Jenis Tabungan	Jumlah	Persentase(%)
<i>Wadi'ah</i>	30	50,0
<i>Mudharabah</i>	30	50,0
Total	60	100

Sumber: Data diolah, 2026.

Berdasarkan Tabel 4.5 menunjukkan bahwa dari 60 responden yang digunakan dalam penelitian ini, sebanyak 30 responden atau sebesar 50,0% merupakan nasabah tabungan dengan akad *Wadi'ah* dan sebanyak 30 responden atau sebesar 50,0% merupakan nasabah tabungan dengan akad *Mudharabah*. Hasil tersebut menunjukkan bahwa jumlah responden pada kedua jenis tabungan memiliki proporsi yang sama.

Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa penelitian ini menggunakan komposisi responden yang seimbang antara nasabah tabungan akad *Wadi'ah* dan nasabah tabungan akad *Mudharabah*. Kesetaraan jumlah responden pada masing-masing jenis tabungan diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih objektif dalam membandingkan karakteristik maupun persepsi responden terhadap kedua akad tersebut.

2. Deskripsi Hasil Kuesioner

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2020). Berikut ini adalah tabel statistik

deskriptif yang menerangkan nilai minimum, maksimum, mean dan standar deviasi variabel penelitian.

Tabel 4.6 Analisis Deskriptif

	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Promosi (X ₁)	60	10	20	15,85	2,730
Pengetahuan Produk (X ₂)	60	9	20	15,95	2,994
Keuntungan/Bagi Hasil (X ₃)	60	9	20	15,93	2,699
Keamanan dan risiko (X ₄)	60	10	20	16,02	2,613
Preferensi Nasabah (Y)	60	9	20	16,10	2,772
Valid N (listwise)	60				

Sumber: Data diolah, 2026.

Berdasarkan Tabel 4.6 dapat diketahui bahwa jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 60 responden. Variabel Promosi (X₁) memiliki nilai minimum sebesar 10 dan nilai maksimum sebesar 20 dengan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 15,85 serta standar deviasi sebesar 2,730. Hal ini menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian yang cukup baik terhadap kegiatan promosi yang dilakukan.

Variabel Pengetahuan Produk (X₂) memiliki nilai minimum sebesar 9 dan nilai maksimum sebesar 20 dengan nilai rata-rata sebesar 15,95 serta standar deviasi sebesar 2,994. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat pengetahuan yang cukup baik mengenai produk tabungan syariah yang digunakan.

Variabel Keuntungan/Bagi Hasil (X₃) memiliki nilai minimum sebesar 9 dan nilai maksimum sebesar 20 dengan nilai rata-rata sebesar 15,93 serta standar

deviasi sebesar 2,699. Nilai rata-rata tersebut menunjukkan bahwa responden menilai keuntungan atau sistem bagi hasil yang ditawarkan cukup menarik dan menjadi salah satu pertimbangan dalam memilih produk tabungan.

Variabel Keamanan dan Risiko (X4) memiliki nilai minimum sebesar 10 dan nilai maksimum sebesar 20 dengan nilai rata-rata sebesar 16,02 serta standar deviasi sebesar 2,613. Hasil ini menunjukkan bahwa responden memiliki persepsi yang positif terhadap tingkat keamanan dana dan risiko yang terdapat pada produk tabungan syariah.

Selanjutnya, variabel Preferensi (Y) memiliki nilai minimum sebesar 9 dan nilai maksimum sebesar 20 dengan nilai rata-rata sebesar 16,10 serta standar deviasi sebesar 2,772. Variabel ini memiliki nilai rata-rata tertinggi dibandingkan variabel independen lainnya, yang menunjukkan bahwa responden memiliki preferensi yang cukup baik terhadap produk tabungan syariah.

Secara keseluruhan, seluruh variabel penelitian memiliki nilai rata-rata yang relatif tinggi dan berada di atas nilai tengah skala pengukuran. Hal ini menunjukkan bahwa responden cenderung memberikan penilaian positif terhadap promosi, pengetahuan produk, keuntungan atau bagi hasil, keamanan dan risiko, serta preferensi terhadap produk tabungan syariah yang menjadi objek penelitian.

3. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan analisis Pearson Correlation (Bivariate Correlation). Berdasarkan hasil analisis tersebut akan diperoleh nilai korelasi (r -hitung) yang kemudian dibandingkan dengan nilai

r-tabel. Suatu instrumen atau butir pernyataan dinyatakan valid apabila nilai r-hitung lebih besar dari r-tabel ($r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$). Sebaliknya, apabila nilai r-hitung lebih kecil dari r-tabel ($r\text{-hitung} < r\text{-tabel}$), maka instrumen atau butir pernyataan dinyatakan tidak valid.

Pada penelitian ini jumlah responden yang digunakan sebanyak 60 responden dengan tingkat signifikansi sebesar 5% (0,05). Berdasarkan tabel distribusi r Product Moment, diperoleh nilai r-tabel sebesar 0,2542. Oleh karena itu, seluruh item pernyataan dinyatakan valid apabila memiliki nilai r-hitung lebih besar dari 0,2542. Hasil pengujian validitas terhadap variabel Promosi (X₁), Pengetahuan Produk (X₂), Keuntungan/Bagi Hasil (X₃), Keamanan dan Risiko (X₄), dan Preferensi (Y) akan disajikan pada Tabel 4.7 berikut.

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	<i>Pearson Correlation</i>	Kesimpulan
Promosi (X ₁)	X1.1	0,815	Valid
	X1.2	0,778	Valid
	X1.3	0,762	Valid
	X1.4	0,834	Valid
Pengetahuan Produk (X ₂)	X2.1	0,858	Valid
	X2.2	0,815	Valid
	X2.3	0,816	Valid
	X1.4	0,835	Valid
Keuntungan atau bagi hasil (X ₃)	X3.1	0,848	Valid
	X3.2	0,731	Valid
	X3.3	0,828	Valid
	X3.4	0,795	Valid
Keamanan dan Risiko (X ₄)	X4.1	0,840	Valid
	X4.2	0,734	Valid
	X4.2	0,796	Valid
	X4.3	0,839	Valid
	Y.1	0,876	Valid
Preferensi Nasabah (Y)	Y.2	0,806	Valid

	Y.3	0,777	Valid
	Y.4	0,907	Valid

Sumber: Data diolah, 2026.

Berdasarkan hasil uji validitas menggunakan metode Pearson Correlation, diketahui bahwa seluruh item pernyataan pada variabel Promosi (X1), Pengetahuan Produk (X2), Keuntungan/Bagi Hasil (X3), Keamanan dan Risiko (X4), dan Preferensi (Y) memiliki nilai r-hitung yang lebih besar daripada nilai r-tabel sebesar 0,2542 dengan jumlah responden sebanyak 60 orang pada taraf signifikansi 5%.

Pada variabel Promosi (X1), nilai Pearson Correlation berkisar antara 0,762 sampai dengan 0,834. Variabel Pengetahuan Produk (X2) memiliki nilai Pearson Correlation antara 0,815 sampai dengan 0,858. Variabel Keuntungan/Bagi Hasil (X3) memiliki nilai Pearson Correlation antara 0,731 sampai dengan 0,848. Selanjutnya, variabel Keamanan dan Risiko (X4) memiliki nilai Pearson Correlation antara 0,734 sampai dengan 0,840, sedangkan variabel Preferensi (Y) memiliki nilai Pearson Correlation antara 0,777 sampai dengan 0,907.

Karena seluruh nilai r-hitung $>$ r-tabel (0,2542), maka seluruh item pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid. Dengan demikian, seluruh instrumen penelitian mampu mengukur variabel yang diteliti dan layak digunakan dalam tahap pengujian selanjutnya.

b. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator variabel. Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Menurut Sugiyono (2012) nilai koefisien *cronbach alpha* dikatakan baik bila mempunyai koefisien minimal 0,60.

Tabel 4.8 Hasil Uji Reabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Promosi (X1)	0,804	Sangat Reliabel
Pengetahuan Produk (X2)	0,849	Sangat Reliabel
Keuntungan/Bagi Hasil (X3)	0,814	Sangat Reliabel
Keamanan dan Risiko (X4)	0,814	Sangat Reliabel
Preferensi (Y)	0,860	Sangat Reliabel

Sumber: Data diolah, 2026.

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur tingkat konsistensi instrumen penelitian dalam mengukur variabel yang diteliti. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode Cronbach's Alpha. Suatu instrumen penelitian dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60.

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada Tabel 4.6, diketahui bahwa seluruh variabel penelitian memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,60. Variabel Promosi (X1) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,804, variabel Pengetahuan Produk (X2) sebesar 0,849, variabel Keuntungan/Bagi Hasil (X3) sebesar 0,814, variabel Keamanan dan Risiko (X4) sebesar 0,814, serta variabel **Preferensi (Y)** sebesar 0,860.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki tingkat reliabilitas yang sangat baik karena nilai Cronbach's Alpha berada di atas 0,80. Dengan demikian, seluruh instrumen penelitian yang digunakan untuk mengukur variabel Promosi, Pengetahuan Produk, Keuntungan/Bagi Hasil, Keamanan dan Risiko, dan Preferensi dinyatakan **sangat reliabel** dan layak digunakan dalam pengujian hipotesis serta analisis lebih lanjut.

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi variabel dependen dan variabel independen, keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik seharusnya berdistribusi data normal. Penguji normalitas secara analisis statistik dapat dilakukan dengan menggunakan Kolmogrov–Smirnov Test. Pengujian data normalitas dilakukan terhadap nilai residualnya. Data yang berdistribusi normal ditunjukkan dengan nilai signifikan lebih besar dari 0,05. Hasil pengujian normalitas pada pengujian terhadap 105 data yang terlihat dalam Tabel 4.9 berikut ini:

Tabel 4.9 Hasil Uji One–Sample Kolmogrov–Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	0,24103568
Most Extreme Differences	Absolute	0,153
	Positive	0,101
	Negative	-0,153
Test Statistic		0,153
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,001

Sumber: Data diolah, 2026.

Berdasarkan hasil uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test pada Tabel 4.9 menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,001. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,001 < 0,05$), sehingga dapat

disimpulkan bahwa data residual belum berdistribusi normal. Oleh karena itu, diperlukan pengujian lanjutan menggunakan pendekatan Exact untuk memastikan apakah data residual memenuhi asumsi normalitas. Dengan menggunakan pendekatan *Exact*, maka memperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.10 Hasil Uji One–Sample Kolmogrov–Smirnov Test Exact

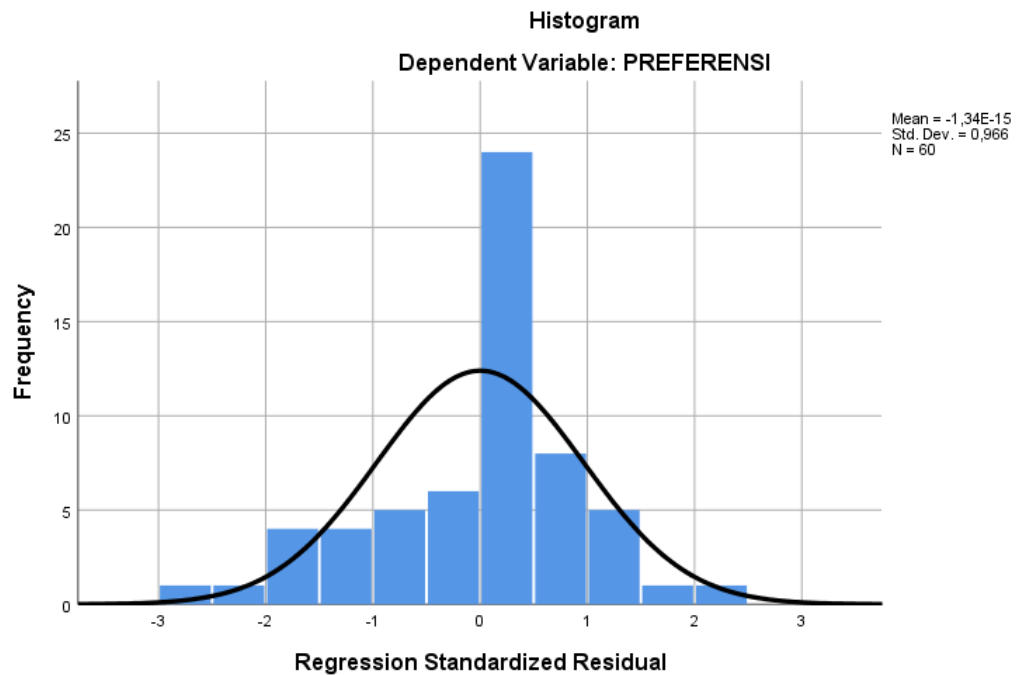
		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	0,24103568
Most Extreme Differences	Absolute	0,153
	Positive	0,101
	Negative	-0,153
Test Statistic		0,127
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,001
Exact Sig. (2-tailed)		0,107
Point Probability		0,000

Sumber: Data diolah, 2026.

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan pendekatan Exact, diperoleh nilai Exact Sig. (2-tailed) sebesar 0,107. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05 ($0,107 > 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa data residual telah berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi normalitas dalam model regresi penelitian ini telah terpenuhi dan data layak digunakan untuk pengujian hipotesis serta analisis regresi lebih lanjut.

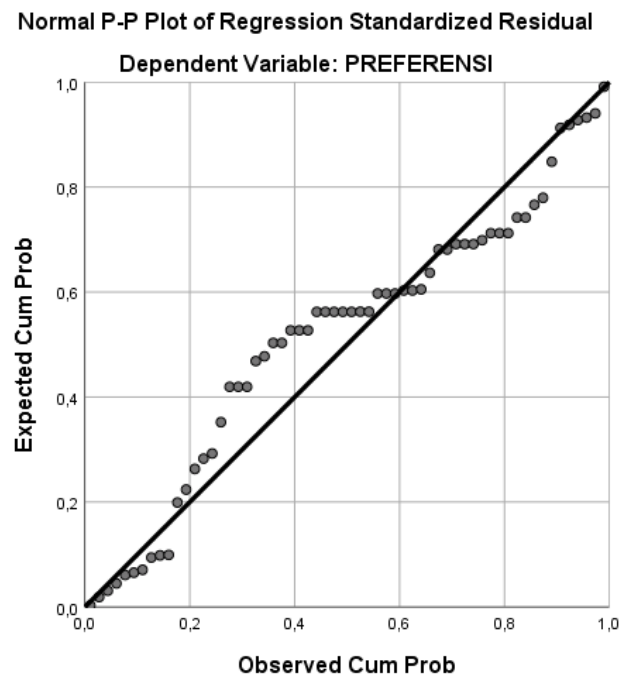
Berikut gambar histogram dari preferensi.

Gambar 4.1 Histogram Preferensi



Berdasarkan histogram residual terstandarisasi pada variabel dependen PREFERENSI, terlihat bahwa pola distribusi residual membentuk kurva yang mendekati distribusi normal (berbentuk lonceng/*bell-shaped curve*). Sebagian besar data terkonsentrasi di sekitar nilai residual 0 dan frekuensi semakin menurun ke arah kiri maupun kanan, sehingga menunjukkan penyebaran yang relatif simetris.

Gambar 4.2 Uji Normalitas Menggunakan Normal P-P Plot



Berdasarkan grafik *Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual*, terlihat bahwa titik-titik residual menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut. Meskipun terdapat sedikit penyimpangan pada beberapa titik, secara umum pola penyebaran residual tidak menunjukkan deviasi yang signifikan dari garis diagonal.

Kondisi ini mengindikasikan bahwa distribusi residual pada model regresi mendekati distribusi normal. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa asumsi normalitas residual telah terpenuhi, sehingga model regresi layak digunakan untuk pengujian hipotesis dan analisis lebih lanjut.

b. Uji Multikolonieritas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang

baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen (Ghozali, 2018). Dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah ada atau tidak adanya gejala multikolinearitas, akan menggunakan dasar keputusan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10, menunjukkan tidak adanya indikasi gejala multikolinearitas,
- 2) Jika nilai *tolerance* < 0,10 dan nilai VIF > 10, menunjukkan adanya indikasi gejala multikolinearitas.

Berikut adalah hasil uji multikolinearitas dalam penelitian ini:

Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel Independen	Collinearity Statistic	
	Tolerance	VIF
Promosi (X1)	0,127	7,866
Pengetahuan Produk (X2)	0,140	7,133
Keuntungan / Bagi Hasil (X3)	0,132	7,584
Keamanan dan Risiko (X4)	0,157	6,385

Sumber: Data diolah, 2026.

Berdasarkan Tabel 4.9 dapat diketahui bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai Tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10. Variabel Promosi (X1) memiliki nilai Tolerance sebesar 0,127 dan VIF sebesar 7,866. Variabel Pengetahuan Produk (X2) memiliki nilai Tolerance sebesar 0,140 dan VIF sebesar 7,133. Variabel Keuntungan/Bagi Hasil (X3) memiliki nilai Tolerance sebesar 0,132 dan VIF sebesar 7,584. Sedangkan variabel Keamanan dan Risiko (X4) memiliki nilai Tolerance sebesar 0,157 dan VIF sebesar 6,385.

Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel independen dalam penelitian ini memenuhi kriteria uji multikolinearitas, yaitu memiliki nilai Tolerance di atas 0,10 dan nilai VIF di bawah 10. Dengan demikian,

model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak mengalami gejala multikolinearitas, sehingga variabel Promosi, Pengetahuan Produk, Keuntungan/Bagi Hasil, serta Keamanan dan Risiko dapat digunakan secara bersama-sama dalam analisis regresi untuk menjelaskan variabel Preferensi Nasabah.

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi liner ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya) (Ghozali, 2018). Uji autokorelasi ini memakai uji Durbin-Watson (DW Test), pengambilan keputusan jika:

$d < dL$ = terjadi autokorelasi positif

$d > 4 - dL$ = terjadi autokorelasi negatif

$dU < d < 4 - dU$ = tidak terjadi autokorelasi positif atau negatif

$dL \leq d \leq dU$ = ragu-ragu (no decision)

$4 - dU \leq d \leq 4 - dL$ = ragu-ragu (no decision)

Berikut adalah hasil uji autokorelasi dalam penelitian ini:

Tabel 4.12 Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,938 ^a	0,879	0,870	0,24965	2,091

Sumber: Data diolah, 2026.

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Dalam penelitian ini, variabel independen terdiri dari Promosi (X_1), Pengetahuan

Produk (X2), Keuntungan/Bagi Hasil (X3), dan Keamanan dan Risiko (X4), sedangkan variabel dependennya adalah Preferensi Nasabah (Y).

Berdasarkan Tabel 4.12 diperoleh nilai R Square (R^2) sebesar 0,879 atau 87,9%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Promosi, Pengetahuan Produk, Keuntungan/Bagi Hasil, dan Keamanan dan Risiko mampu menjelaskan variabel Preferensi Nasabah sebesar 87,9%, sedangkan sisanya sebesar 12,1% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini yang tidak diteliti.

Nilai Adjusted R Square sebesar 0,870 atau 87,0% menunjukkan bahwa setelah disesuaikan dengan jumlah variabel independen yang digunakan, kemampuan model dalam menjelaskan variasi Preferensi Nasabah tetap berada pada kategori sangat kuat. Dengan demikian, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini memiliki kemampuan yang sangat baik dalam menjelaskan pengaruh Promosi, Pengetahuan Produk, Keuntungan/Bagi Hasil, dan Keamanan dan Risiko terhadap Preferensi Nasabah.

Selain itu, nilai R sebesar 0,938 menunjukkan bahwa hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen berada pada kategori sangat kuat, karena mendekati angka 1. Sementara itu, nilai Durbin-Watson sebesar 2,091 menunjukkan bahwa model regresi tidak mengalami masalah autokorelasi, sehingga model layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

d. Uji Heteroskedastisitas

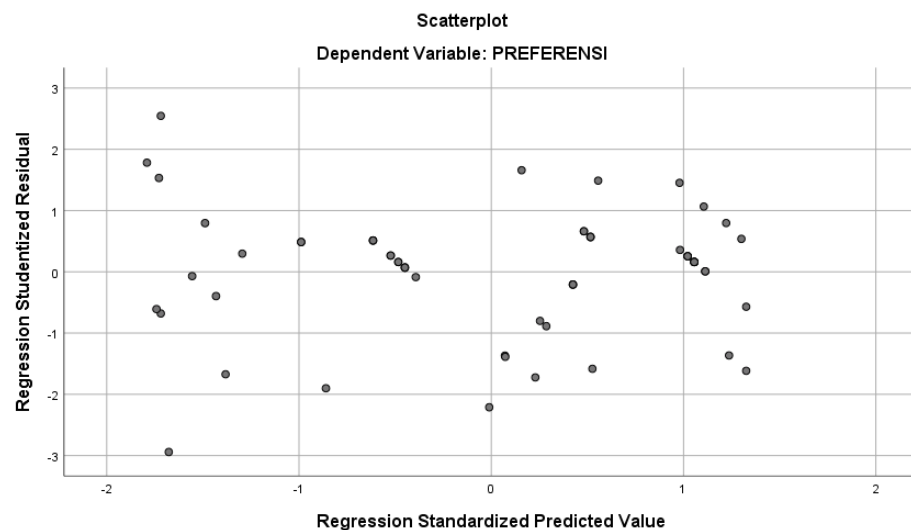
Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dan residual satu pengamatan yang lain. Jika varians

dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas (Ghozali, 2018).

Adapun deteksi gejala heteroskedastisitas dengan pengamatan grafik adalah dengan melihat sebaran titik-titik yang ada pada Scatterplot.

- 1) Jika ada pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka diindikasikan ada gejala heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, maka diindikasikan tidak ada gejala heteroskedastisitas.

Gambar 4.3 Scatterplot



Sumber: Data diolah, 2026.

Dari hasil analisis uji heteroskedastisitas, scatterplot acak dan tidak terdapat pola. Dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model regresi dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

5. Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan model analisis regresi linear berganda untuk mengetahui dan mengukur pengaruh variabel independen yang terdiri dari promosi (X1), pengetahuan produk (X2), keuntungan/bagi hasil (X3), dan keamanan dan risiko (X4) terhadap variabel dependen, yaitu preferensi nasabah (Y) terhadap Tabungan *Wadi'ah* dan Tabungan *Mudharabah*. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen baik secara parsial maupun simultan terhadap preferensi nasabah dalam memilih produk tabungan syariah. Berikut disajikan tabel hasil pengujian analisis regresi linear berganda yang telah dilakukan dalam penelitian ini.

a. Perhitungan Analisis Regresi Linier Berganda Tabungan *Wadi'ah*

Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linear Berganda Tabungan *Wadi'ah*

Model	Unstandardize Coefficients		Unstandardize Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Konstanta	0,156	0,248	-	0,629	0,535
Promosi (X1)	0,091	0,128	0,093	0,711	0,484
Pengetahuan Produk (X2)	0,389	0,124	0,402	3,137	0,004
Keuntungan/Bagi Hasil (X3)	0,147	0,121	0,154	1,215	0,236
Keamanan dan Risiko (X4)	0,372	0,133	0,356	2,797	0,010

Sumber: Data diolah, 2026.

Berdasarkan tabel 4.13 dapat dilihat bahwa hasil regresi linear berganda yang dalam penelitian dapat dirumuskan menjadi:

$$Y = 0,156 + 0,091X_1 + 0,389X_2 + 0,147X_3 + 0,372X_4 + e$$

Y = Preferensi Nasabah

$\alpha = 0,156$ artinya adalah Artinya, apabila variabel Promosi, Pengetahuan Produk, Keuntungan/Bagi Hasil, dan Keamanan dan Risiko dianggap konstan atau bernilai nol, maka nilai Preferensi Nasabah tabungan *Wadi'ah* sebesar 0,156.

$\beta_1 = 0,091$ memiliki arti bahwa Nilai koefisien variabel Promosi (X_1) sebesar 0,091 menunjukkan bahwa setiap kenaikan Promosi sebesar 1 satuan akan meningkatkan Preferensi Nasabah tabungan *Wadi'ah* sebesar 0,091 satuan dengan asumsi variabel lain tetap.

$\beta_2 = 0,321$ memiliki arti bahwa Nilai koefisien variabel Pengetahuan Produk (X_2) sebesar 0,321 menunjukkan bahwa setiap kenaikan Pengetahuan Produk sebesar 1 satuan akan meningkatkan Preferensi Nasabah sebesar 0,321 dengan asumsi variabel lain tetap.

$\beta_3 = 0,147$ memiliki arti bahwa Nilai koefisien variabel Keuntungan/Bagi Hasil (X_3) sebesar 0,147 menunjukkan bahwa setiap kenaikan Keuntungan/Bagi Hasil sebesar 1 satuan akan meningkatkan Preferensi Nasabah tabungan *Wadi'ah* sebesar 0,147 satuan dengan asumsi variabel lain tetap.

$\beta_4 = 0,372$ memiliki arti bahwa nilai koefisien Nilai koefisien variabel Keamanan dan Risiko (X_4) sebesar 0,372 menunjukkan bahwa setiap kenaikan Keamanan dan Risiko sebesar 1 satuan akan

meningkatkan Preferensi Nasabah tabungan *Wadi'ah* sebesar 0,372 satuan dengan asumsi variabel lain tetap.

Dari hasil regresi tersebut dapat diketahui bahwa seluruh variabel independen memiliki koefisien positif. Variabel yang memiliki pengaruh paling besar terhadap Preferensi Nasabah berdasarkan nilai koefisien regresi adalah Berdasarkan hasil regresi, seluruh variabel memiliki arah pengaruh positif terhadap preferensi nasabah tabungan *Wadi'ah*. Variabel yang memiliki pengaruh terbesar adalah Pengetahuan Produk ($\beta = 0,389$), diikuti Keamanan dan Risiko ($\beta = 0,372$), Keuntungan/Bagi Hasil ($\beta = 0,147$), dan Promosi ($\beta = 0,091$).

b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam memvariasi variabel dependen. Adapun hasil uji koefisien determinasi yang telah dibuat berdasarkan jawaban responden dari kuesioner yang telah disebar, dapat dilihat pada tabel 4.14 sebagai berikut ini:

Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Tabungan *Wadi'ah*

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,904 ^a	0,817	0,788	0,281	2,091

Sumber: Data diolah, 2026.

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi yang ditunjukkan pada Tabel 4.14, diketahui bahwa nilai Adjusted R Square dalam Nilai Adjusted R Square sebesar **0,788** menunjukkan bahwa 78,8% variasi Preferensi Nasabah *Wadi'ah* dapat dijelaskan oleh variabel Promosi, Pengetahuan Produk, Keuntungan/Bagi

Hasil, serta Keamanan dan Risiko. Sisanya 21,2% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian.

c. Uji Kelayakan Model (Uji F)

Uji kelayakan model atau yang lebih populer disebut sebagai uji F merupakan tahapan awal mengidentifikasi model regresi yang diestimasi layak atau tidak. Layak (andal) disini maksudnya adalah model yang diestimasi layak digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun kriteria dalam pengujian ini adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai Sig. F-hitung $\leq 0,05$ maka dapat dinyatakan secara bersama-sama (simultan) variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat, artinya model penelitian layak digunakan.
2. Jika nilai Sig. F-hitung $> 0,05$ maka dapat dinyatakan secara bersama-sama (simultan) variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat artinya model penelitian tidak layak digunakan.

Hasil dari uji F yang telah dilakukan dalam penelitian ini akan disajikan pada tabel 4.15 berikut:

Tabel 4.15 Hasil Uji F Tabungan *Wadi'ah*

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,904 ^a	0,817	0,788	0,281	2,091

Sumber: Data diolah, 2026.

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai R Square sebesar 0,817 yang menunjukkan bahwa variabel promosi, pengetahuan produk, keuntungan/bagi hasil, serta keamanan dan risiko mampu menjelaskan variasi

preferensi nasabah sebesar 81,7%, sedangkan sisanya sebesar 18,3% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini. Nilai koefisien determinasi yang tinggi tersebut menunjukkan bahwa model penelitian memiliki kemampuan yang sangat baik dalam menjelaskan perubahan preferensi nasabah.

Selain itu, berdasarkan hasil pengujian model yang menunjukkan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel promosi, pengetahuan produk, keuntungan/bagi hasil, serta keamanan dan risiko berpengaruh terhadap preferensi nasabah Tabungan *Wadi'ah*. Dengan demikian, keempat variabel tersebut secara bersama-sama memiliki kontribusi yang signifikan dalam membentuk preferensi nasabah terhadap produk yang diteliti, sehingga model penelitian dinyatakan layak untuk digunakan dalam menjelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen

d. Uji Koefisien Regresi (Uji t)

Uji t dilakukan untuk dapat mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen pada variabel dependen (Ghozali, 2018). Nilai yang digunakan uji t adalah nilai t-hitung. Uji signifikansi t dapat dilakukan dengan quick look, yaitu jika nilai signifikansi $t < 0,05$ maka hipotesis alternatif diterima, yang berarti bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen (Ghozali, 2018).

Pada pengujian yang terdapat dalam penelitian ini menggunakan dasar keputusan yaitu:

- 1) Jika nilai Sig. t-hitung $\leq 0,05$ maka dapat dinyatakan secara parsial variable bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

- 2) Jika nilai Sig. t-hitung $> 0,05$ maka dapat dinyatakan secara parsial variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Hasil dari uji t yang telah dilakukan dalam penelitian ini akan disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.16 Hasil Uji T Regresi Linear Berganda Tabungan *Wadi'ah*

Model	Unstandardize Coefficients		Unstandardize Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Konstanta	0,156	0,248	-	0,629	0,535
Promosi (X1)	0,091	0,128	0,093	0,711	0,484
Pengetahuan Produk (X2)	0,389	0,124	0,402	3,137	0,004
Keuntungan/Bagi Hasil (X3)	0,147	0,121	0,154	1,215	0,236
Keamanan dan Risiko (X4)	0,372	0,133	0,356	2,797	0,010

Sumber: Data diolah, 2026.

Berdasarkan hasil uji t pada Tabel 4.13 dapat diketahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen yaitu Preferensi Nasabah.

- 1) Promosi (X1) memiliki Nilai signifikansi sebesar $0,484 > 0,05$ sehingga tidak berpengaruh signifikan, sehingga Promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap Preferensi Nasabah Tabungan *Wadi'ah*.
- 2) Pengetahuan Produk (X2) memiliki Nilai t-hitung sebesar 3,137 dengan signifikansi $0,004 < 0,05$. Dengan demikian Pengetahuan Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Preferensi Nasabah Tabungan *Wadi'ah*.

- 3) Keuntungan/Bagi Hasil (X3) memiliki Nilai signifikansi sebesar $0,236 > 0,05$ sehingga tidak berpengaruh signifikan, sehingga Keuntungan/Bagi Hasil tidak berpengaruh signifikan terhadap Preferensi Nasabah Tabungan *Wadi'ah*.
- 4) Keamanan dan Risiko (X4) memiliki Nilai t-hitung sebesar 2,797 dengan signifikansi $0,010 < 0,05$. Dengan demikian Keamanan dan Risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap Preferensi Nasabah Tabungan *Wadi'ah*.
- e. Perhitungan Analisis Regresi Linier Berganda Tabungan *Mudharabah*

Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Linear Berganda Tabungan *Mudharabah*

Model	Unstandardize Coefficients		Unstandardize Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Konstanta	0,117	0,219	-	0,534	0,598
Promosi (X1)	0,102	0,124	0,096	0,823	0,418
Pengetahuan Produk (X2)	0,347	0,118	0,364	2,941	0,007
Keuntungan/Bagi Hasil (X3)	0,411	0,129	0,398	3,186	0,004
Keamanan dan Risiko (X4)	0,133	0,115	0,142	1,157	0,258

Sumber: Data diolah, 2026.

Berdasarkan tabel 4.13 dapat dilihat bahwa hasil regresi linear berganda yang dalam penelitian dapat dirumuskan menjadi:

$$Y = 0,117 + 0,102X_1 + 0,347X_2 + 0,411X_3 + 0,133X_4 + e$$

Y = Preferensi Nasabah

$\alpha = 0,117$ artinya adalah Artinya, apabila variabel Promosi, Pengetahuan Produk, Keuntungan/Bagi Hasil, dan Keamanan dan Risiko dianggap konstan atau bernilai nol, maka nilai Preferensi Nasabah tabungan *Mudharabah* sebesar 0,117.

$\beta_1 = 0,102$ memiliki arti bahwa Nilai koefisien variabel Promosi (X1) sebesar 0,102 menunjukkan bahwa setiap kenaikan Promosi sebesar 1 satuan akan meningkatkan Preferensi Nasabah tabungan *Mudharabah* sebesar 0,102 satuan dengan asumsi variabel lain tetap.

$\beta_2 = 0,347$ memiliki arti bahwa Nilai koefisien variabel Pengetahuan Produk (X2) sebesar 0,347 menunjukkan bahwa setiap kenaikan Pengetahuan Produk sebesar 1 satuan akan meningkatkan Preferensi Nasabah tabungan *Mudharabah* sebesar 0,347 satuan dengan asumsi variabel lain tetap.

$\beta_3 = 0,411$ memiliki arti bahwa Nilai koefisien variabel Keuntungan/Bagi Hasil (X3) sebesar 0,411 menunjukkan bahwa setiap kenaikan Keuntungan/Bagi Hasil sebesar 1 satuan akan meningkatkan Preferensi Nasabah tabungan *Mudharabah* sebesar 0,411 satuan dengan asumsi variabel lain teta.

$\beta_4 = 0,133$ memiliki arti bahwa nilai koefisien Nilai koefisien variabel Keamanan dan Risiko (X4) ebesar 0,133 menunjukkan bahwa setiap kenaikan Keamanan dan Risiko sebesar 1 satuan akan

meningkatkan Preferensi Nasabah tabungan *Mudharabah* sebesar 0,133 satuan dengan asumsi variabel lain tetap.

Dari hasil regresi tersebut dapat diketahui bahwa seluruh variabel independen memiliki koefisien positif. Variabel yang memiliki pengaruh paling besar terhadap Preferensi Nasabah berdasarkan nilai koefisien regresi adalah Berdasarkan hasil regresi, seluruh variabel memiliki arah pengaruh positif terhadap preferensi nasabah tabungan *Mudharabah*. Variabel yang memiliki pengaruh terbesar adalah Berdasarkan hasil regresi, seluruh variabel memiliki koefisien positif terhadap Preferensi Nasabah Tabungan *Mudharabah*. Variabel yang memiliki pengaruh terbesar adalah Keuntungan/Bagi Hasil ($\beta = 0,411$), diikuti Pengetahuan Produk ($\beta = 0,347$), Keamanan dan Risiko ($\beta = 0,133$), dan Promosi ($\beta = 0,102$).

f. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam memvariasi variabel dependen. Adapun hasil uji koefisien determinasi yang telah dibuat berdasarkan jawaban responden dari kuesioner yang telah disebar, dapat dilihat pada tabel 4.14 sebagai berikut ini:

Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Tabungan *Mudharabah*

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,921 ^a	0,848	0,824	0,2263	2,091

Sumber: Data diolah, 2026.

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi yang ditunjukkan pada Tabel 4.14, diketahui bahwa nilai Adjusted R Square dalam Nilai Adjusted R Square

sebesar **0,788** menunjukkan bahwa 78,8% variasi Preferensi Nasabah Tabungan *Mudharabah* dapat dijelaskan oleh variabel Promosi, Pengetahuan Produk, Keuntungan/Bagi Hasil, serta Keamanan dan Risiko. Sisanya 21,2% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian.

g. Uji Kelayakan Model (Uji F)

Uji kelayakan model atau yang lebih populer disebut sebagai uji F merupakan tahapan awal mengidentifikasi model regresi yang diestimasi layak atau tidak. Layak (andal) disini maksudnya adalah model yang diestimasi layak digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun kriteria dalam pengujian ini adalah sebagai berikut:

3. Jika nilai Sig. F-hitung $\leq 0,05$ maka dapat dinyatakan secara bersama-sama (simultan) variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat, artinya model penelitian layak digunakan.
4. Jika nilai Sig. F-hitung $> 0,05$ maka dapat dinyatakan secara bersama-sama (simultan) variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat artinya model penelitian tidak layak digunakan.

Hasil dari uji F yang telah dilakukan dalam penelitian ini akan disajikan pada tabel 4.15 berikut:

Tabel 4.19 Hasil Uji F Tabungan *Mudharabah*

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,921 ^a	0,848	0,824	0,2263	2,091

Sumber: Data diolah, 2026.

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai R Square sebesar 0,817 yang menunjukkan bahwa variabel promosi, pengetahuan produk, keuntungan/bagi hasil, serta keamanan dan risiko mampu menjelaskan variasi preferensi nasabah sebesar 81,7%, sedangkan sisanya sebesar 18,3% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini. Nilai koefisien determinasi yang tinggi tersebut menunjukkan bahwa model penelitian memiliki kemampuan yang sangat baik dalam menjelaskan perubahan preferensi nasabah.

Selain itu, berdasarkan hasil pengujian model yang menunjukkan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel promosi, pengetahuan produk, keuntungan/bagi hasil, serta keamanan dan risiko berpengaruh terhadap preferensi nasabah Tabungan *Mudharabah*. Dengan demikian, keempat variabel tersebut secara bersama-sama memiliki kontribusi yang signifikan dalam membentuk preferensi nasabah terhadap produk yang diteliti, sehingga model penelitian dinyatakan layak untuk digunakan dalam menjelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen

h. Uji Koefisien Regresi (Uji t)

Uji t dilakukan untuk dapat mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen pada variabel dependen (Ghozali, 2018). Nilai yang digunakan uji t adalah nilai t-hitung. Uji signifikansi t dapat dilakukan dengan quick look, yaitu jika nilai signifikansi $t < 0,05$ maka hipotesis alternatif diterima, yang berarti bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen (Ghozali, 2018).

Pada pengujian yang terdapat dalam penelitian ini menggunakan dasar keputusan yaitu:

- 3) Jika nilai Sig. t-hitung $\leq 0,05$ maka dapat dinyatakan secara parsial variable bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
- 4) Jika nilai Sig. t-hitung $> 0,05$ maka dapat dinyatakan secara parsial variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Hasil dari uji t yang telah dilakukan dalam penelitian ini akan disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.20 Hasil Uji T Regresi Linear Berganda Tabungan *Mudharabah*

Model	Unstandardize Coefficients		Unstandardize Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Konstanta	0,117	0,219	-	0,534	0,598
Promosi (X1)	0,102	0,124	0,096	0,823	0,418
Pengetahuan Produk (X2)	0,347	0,118	0,364	2,941	0,007
Keuntungan/Bagi Hasil (X3)	0,411	0,129	0,398	3,186	0,004
Keamanan dan Risiko (X4)	0,133	0,115	0,142	1,157	0,258

Sumber: Data diolah, 2026.

Berdasarkan hasil uji t pada Tabel 4.13 dapat diketahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen yaitu Preferensi Nasabah.

- 5) Promosi (X1) memiliki Nilai signifikansi sebesar $0,418 > 0,05$ sehingga tidak berpengaruh signifikan, sehingga Promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap Preferensi Nasabah Tabungan *Mudharabah*.

- 6) Pengetahuan Produk (X2) memiliki Nilai t-hitung sebesar 2,941 dengan signifikansi $0,007 < 0,05$. Dengan demikian Pengetahuan Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Preferensi Nasabah Tabungan *Mudharabah*.
- 7) Keuntungan/Bagi Hasil (X3) memiliki Nilai t-hitung sebesar 3,186 dengan signifikansi $0,004 < 0,05$. Dengan demikian Keuntungan/Bagi Hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap Preferensi Nasabah Tabungan *Mudharabah*.
- 8) Keamanan dan Risiko (X4) memiliki Nilai signifikansi sebesar $0,258 > 0,05$ sehingga tidak berpengaruh signifikan. Dengan demikian Keamanan dan Risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap Preferensi Nasabah Tabungan *Mudharabah*.
- 9) Uji Independent Samples T-Test

Tabel 4.21
Hasil Statistik Kelompok (*Group Statistics*)

Produk Tabungan	Jumlah Responden (N)	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
<i>Wadi'ah</i>	30	76,47	15,476	2,825
<i>Mudharabah</i>	30	83,23	9,555	1,744

Berdasarkan tabel di atas, jumlah responden pada masing-masing kelompok sebanyak 30 orang. Rata-rata preferensi nasabah tabungan *Wadi'ah* sebesar 76,47, sedangkan rata-rata preferensi nasabah tabungan *Mudharabah* sebesar 83,23. Hal ini menunjukkan bahwa preferensi nasabah tabungan *Mudharabah* lebih tinggi dibandingkan nasabah tabungan *Wadi'ah* dengan selisih rata-rata sebesar 6,76 poin.

Tabel 4.22
Hasil Uji *Independent Samples T-Test*

Uji	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference
<i>Equal Variances Assumed</i>	12,593	0,001	-2,038	58	0,046	-6,767
<i>Equal Variances Not Assumed</i>	-	-	-2,038	48,303	0,047	-6,767

Hasil uji homogenitas varians (*Levene's Test*) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,001. Karena nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,001 < 0,05$), maka varians kedua kelompok tidak homogen. Oleh karena itu, pengambilan keputusan dilakukan menggunakan baris *Equal Variances Not Assumed*. Pada baris tersebut diperoleh nilai t hitung sebesar -2,038, nilai df sebesar 48,303, dan nilai Sig. (2-tailed) sebesar 0,047. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,047 < 0,05$), maka terdapat perbedaan yang signifikan antara preferensi nasabah tabungan *Wadi'ah* dan nasabah tabungan *Mudharabah*.

B. Pembahasan

1. Pengaruh Variabel Promosi, Pengetahuan Produk, Keuntungan, dan Keamanan dan Risiko terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Tabungan *Wadi'ah* di Bank Syariah Indonesia KCP Banjarbaru Landasan Ulin

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 60 responden nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Banjarbaru Landasan Ulin, diketahui bahwa preferensi nasabah dalam memilih produk tabungan syariah tergolong tinggi. Hal ini terlihat dari hasil analisis deskriptif variabel preferensi yang menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan jawaban setuju terhadap indikator-indikator preferensi yang diajukan dalam kuesioner penelitian. Temuan tersebut

menunjukkan bahwa nasabah telah memiliki pertimbangan tertentu dalam menentukan pilihan produk tabungan yang digunakan, baik tabungan dengan akad *Wadi'ah* maupun tabungan dengan akad *Mudharabah*.

a. Pengaruh Promosi terhadap Preferensi Nasabah Tabungan *Wadi'ah*

Berdasarkan hasil uji t, variabel Promosi (X1) memperoleh nilai t-hitung sebesar 0,711 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,484. Nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05 ($0,484 > 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa Promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap Preferensi Nasabah tabungan *Wadi'ah*. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa promosi berpengaruh terhadap preferensi nasabah tabungan *Wadi'ah* ditolak.

Hasil ini menunjukkan bahwa keputusan nasabah dalam memilih tabungan *Wadi'ah* tidak terlalu dipengaruhi oleh kegiatan promosi yang dilakukan oleh bank. Nasabah lebih cenderung mempertimbangkan faktor lain yang berkaitan dengan karakteristik produk, seperti keamanan dana dan pemahaman mengenai akad *Wadi'ah*. Selain itu, sebagian besar nasabah mungkin telah mengenal produk melalui pengalaman pribadi, rekomendasi keluarga, atau kepercayaan terhadap lembaga perbankan syariah sehingga promosi bukan menjadi faktor utama dalam menentukan pilihan mereka.

b. Pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Preferensi Nasabah Tabungan *Wadi'ah*

Berdasarkan hasil uji t, variabel Pengetahuan Produk (X2) memperoleh nilai t-hitung sebesar 3,137 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,004. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,004 < 0,05$), sehingga dapat

disimpulkan bahwa Pengetahuan Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Preferensi Nasabah tabungan *Wadi'ah*. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa pengetahuan produk berpengaruh terhadap preferensi nasabah tabungan *Wadi'ah* diterima.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pemahaman nasabah mengenai produk tabungan *Wadi'ah*, maka semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk memilih produk tersebut. Pengetahuan mengenai manfaat produk, prosedur pembukaan rekening, fasilitas yang diberikan, serta kesesuaian produk dengan prinsip syariah mampu meningkatkan keyakinan nasabah dalam menggunakan tabungan *Wadi'ah*. Oleh karena itu, edukasi dan sosialisasi produk menjadi faktor penting dalam meningkatkan minat masyarakat terhadap produk tabungan *Wadi'ah*.

c. Pengaruh Keuntungan/Bagi Hasil terhadap Preferensi Nasabah Tabungan *Wadi'ah*

Berdasarkan hasil uji t, variabel Keuntungan/Bagi Hasil (X3) memperoleh nilai t-hitung sebesar 1,215 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,236. Nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05 ($0,236 > 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa Keuntungan/Bagi Hasil tidak berpengaruh signifikan terhadap Preferensi Nasabah tabungan *Wadi'ah*. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa keuntungan atau bagi hasil berpengaruh terhadap preferensi nasabah tabungan *Wadi'ah* ditolak.

Hasil ini dapat dipahami karena karakteristik utama tabungan *Wadi'ah* adalah akad titipan, sehingga nasabah tidak berorientasi pada keuntungan atau bagi

hasil sebagaimana pada tabungan *Mudharabah*. Nasabah yang memilih tabungan *Wadi'ah* umumnya lebih mengutamakan kemudahan transaksi, keamanan penyimpanan dana, dan kepatuhan terhadap prinsip syariah. Oleh karena itu, besar kecilnya bonus atau keuntungan yang diberikan oleh bank bukan merupakan pertimbangan utama dalam memilih produk tabungan *Wadi'ah*.

d. Pengaruh Keamanan dan Risiko terhadap Preferensi Nasabah Tabungan *Wadi'ah*

Berdasarkan hasil uji t, variabel Keamanan dan Risiko (X4) memperoleh nilai t-hitung sebesar 2,797 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,010. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,010 < 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa Keamanan dan Risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap Preferensi Nasabah tabungan *Wadi'ah*. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa keamanan dan risiko berpengaruh terhadap preferensi nasabah tabungan *Wadi'ah* diterima.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat keamanan dana dan rendahnya risiko yang dirasakan oleh nasabah menjadi faktor penting dalam menentukan pilihan terhadap tabungan *Wadi'ah*. Nasabah cenderung memilih produk yang mampu memberikan rasa aman terhadap dana yang disimpan serta memiliki sistem perlindungan yang jelas. Kondisi ini sejalan dengan karakteristik akad *Wadi'ah* yang menekankan fungsi penitipan dana sehingga aspek keamanan menjadi pertimbangan utama bagi nasabah dalam memilih produk tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa preferensi nasabah dalam memilih produk tabungan *Wadi'ah* lebih dipengaruhi oleh faktor

pengetahuan produk dan keamanan serta risiko dibandingkan dengan faktor promosi maupun keuntungan. Temuan ini menunjukkan bahwa nasabah *Wadi'ah* cenderung mengutamakan aspek keamanan dana, kemudahan transaksi, dan pemahaman terhadap karakteristik produk yang digunakan. Dengan demikian, peningkatan edukasi mengenai produk tabungan *Wadi'ah* serta penguatan sistem keamanan dan pelayanan menjadi strategi yang penting bagi bank syariah untuk meningkatkan minat dan loyalitas nasabah terhadap produk tersebut.

Dalam perspektif Islam, tabungan *Wadi'ah* didasarkan pada akad titipan (*wadī'ah yad dhamānah*) yang mengedepankan prinsip amanah, kejujuran, dan tanggung jawab dalam menjaga harta yang dititipkan. Allah SWT berfirman dalam QS. An-Nisa/4: 58

اللَّهُ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ بَصِيرٌ أَسْمِعًا كَانَ

“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanah kepada pemiliknya. Apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia, hendaklah kamu tetapkan secara adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang paling baik kepadamu. Sesungguhnya Allah Maha Mendengar lagi Maha Melihat”.

Firman Allah SWT tersebut yang memerintahkan agar amanah disampaikan kepada yang berhak menerimanya. Oleh karena itu, tingginya perhatian nasabah terhadap aspek keamanan dan pemahaman produk sejalan dengan nilai-nilai syariah yang menekankan pentingnya menjaga harta (*hifzh al-māl*) serta memastikan setiap transaksi dilakukan secara jelas, transparan, dan terhindar dari unsur *gharar* (ketidakjelasan).

2. Pengaruh Variabel Promosi, Pengetahuan Produk, Keuntungan, dan Keamanan dan Risiko terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Tabungan *Mudharabah* di Bank Syariah Indonesia KCP Banjarbaru Landasan Ulin

Berdasarkan hasil perhitungan bahwa pengaruh terhadap variable promosi, pengetahuan produk, keuntungan, dan keamanan dan risiko terhadap Keputusan nasabah terhadap Tabungan *Mudharabah* di Bank Syariah sebagai berikut.

a. Pengaruh Promosi terhadap Preferensi Nasabah Tabungan *Mudharabah*

Berdasarkan hasil uji t, variabel Promosi (X1) memperoleh nilai t-hitung sebesar 0,823 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,418. Nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05 ($0,418 > 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa Promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap Preferensi Nasabah tabungan *Mudharabah*. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa promosi berpengaruh terhadap preferensi nasabah tabungan *Mudharabah* ditolak.

Hasil ini menunjukkan bahwa kegiatan promosi yang dilakukan oleh bank belum mampu menjadi faktor utama yang memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih tabungan *Mudharabah*. Nasabah cenderung mempertimbangkan manfaat nyata yang diperoleh dari produk dibandingkan informasi promosi yang diterima. Dengan kata lain, keputusan nasabah lebih banyak dipengaruhi oleh pemahaman terhadap produk dan keuntungan yang ditawarkan daripada strategi promosi yang dilakukan oleh bank.

b. Pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Preferensi Nasabah Tabungan *Mudharabah*

Berdasarkan hasil uji t, variabel Pengetahuan Produk (X2) memperoleh nilai t-hitung sebesar 2,941 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,007. Nilai signifikansi

tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,007 < 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa Pengetahuan Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Preferensi Nasabah tabungan *Mudharabah*. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa pengetahuan produk berpengaruh terhadap preferensi nasabah tabungan *Mudharabah* diterima.

Hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik pengetahuan nasabah mengenai mekanisme tabungan *Mudharabah*, sistem pengelolaan dana, serta prinsip pembagian keuntungan yang diterapkan, maka semakin tinggi pula preferensi mereka untuk memilih produk tersebut. Pemahaman yang baik akan membuat nasabah lebih yakin dalam menempatkan dananya karena mengetahui hak dan kewajiban yang dimiliki dalam akad *Mudharabah*.

c. Pengaruh Keuntungan/Bagi Hasil terhadap Preferensi Nasabah Tabungan *Mudharabah*

Berdasarkan hasil uji t, variabel Keuntungan/Bagi Hasil (X3) memperoleh nilai t-hitung sebesar 3,186 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,004. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,004 < 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa Keuntungan/Bagi Hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap Preferensi Nasabah tabungan *Mudharabah*. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa keuntungan atau bagi hasil berpengaruh terhadap preferensi nasabah tabungan *Mudharabah* diterima.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peluang memperoleh keuntungan atau bagi hasil menjadi faktor utama yang memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih tabungan *Mudharabah*. Semakin besar dan menarik tingkat bagi hasil yang

ditawarkan oleh bank, maka semakin tinggi pula minat nasabah untuk menggunakan produk tersebut. Hal ini sesuai dengan karakteristik akad *Mudharabah* yang memberikan kesempatan kepada nasabah untuk memperoleh imbal hasil dari pengelolaan dana yang dilakukan oleh bank syariah.

d. Pengaruh Keamanan dan Risiko terhadap Preferensi Nasabah Tabungan *Mudharabah*

Berdasarkan hasil uji t, variabel Keamanan dan Risiko (X4) memperoleh nilai t-hitung sebesar 1,157 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,258. Nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05 ($0,258 > 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa Keamanan dan Risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap Preferensi Nasabah tabungan *Mudharabah*. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa keamanan dan risiko berpengaruh terhadap preferensi nasabah tabungan *Mudharabah* ditolak.

Hasil ini menunjukkan bahwa nasabah tabungan *Mudharabah* tidak menjadikan aspek keamanan dan risiko sebagai pertimbangan utama dalam memilih produk. Nasabah lebih fokus pada potensi keuntungan yang dapat diperoleh melalui sistem bagi hasil. Selain itu, adanya kepercayaan terhadap bank syariah membuat nasabah merasa bahwa keamanan dana telah menjadi standar yang pasti tersedia, sehingga perhatian mereka lebih tertuju pada manfaat ekonomi yang akan diperoleh dari produk tabungan *Mudharabah*.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa preferensi nasabah dalam memilih produk tabungan *Mudharabah* dipengaruhi secara signifikan oleh faktor pengetahuan produk dan keuntungan atau bagi hasil yang ditawarkan. Hal

ini menunjukkan bahwa nasabah *Mudharabah* tidak hanya mempertimbangkan pemahaman terhadap mekanisme produk, tetapi juga memperhatikan potensi keuntungan yang diperoleh melalui sistem bagi hasil. Oleh karena itu, bank syariah perlu meningkatkan literasi keuangan syariah kepada nasabah serta mengoptimalkan pengelolaan dana agar mampu memberikan tingkat bagi hasil yang kompetitif dan sesuai dengan harapan nasabah.

Dalam perspektif Islam, tabungan *Mudharabah* merupakan bentuk kerja sama antara pemilik modal (*shahibul maal*) dan pengelola dana (*mudharib*) yang berlandaskan prinsip keadilan, kemitraan, dan bagi hasil. Konsep ini sesuai dengan ajaran Islam yang mendorong aktivitas muamalah yang produktif dan saling menguntungkan tanpa adanya unsur riba. Sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. Al-Baqarah/2: 275,

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا
النَّارِ أَصْحَابُ فَأُولَئِكَ عَادَ وَمَنْ اللَّهُ إِلَىٰ وَأَمْرُهُ سَلَفٌ مَا فَلَهُ فَاَنْتَهَىٰ رَبِّهِ مِنْ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ
رَبُّهُ فَلْيُصْلِحْ فَاُولَئِكَ فِيهَا هُمْ ۝٢٧٥

“Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya”.

Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Oleh karena itu, dominannya pengaruh faktor keuntungan atau bagi hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa nasabah memahami manfaat ekonomi yang diperoleh melalui

mekanisme syariah yang adil, transparan, dan sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam.

3. Perbedaan yang signifikan antara nasabah Tabungan *Wadi'ah* dan Tabungan *Mudharabah* di Bank Syariah Indonesia KCP Banjarbaru Landasan Ulin

Berdasarkan hasil uji Independent Samples T-Test diperoleh nilai signifikansi (Sig. 2-tailed) sebesar 0,047 yang lebih kecil dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat perbedaan preferensi yang signifikan antara nasabah Tabungan *Wadi'ah* dan nasabah Tabungan *Mudharabah* di Bank Syariah Indonesia KCP Banjarbaru Landasan Ulin. Selain itu, hasil statistik deskriptif menunjukkan bahwa rata-rata preferensi nasabah Tabungan *Wadi'ah* sebesar 76,47, sedangkan rata-rata preferensi nasabah Tabungan *Mudharabah* sebesar 83,23. Dengan demikian, tingkat preferensi nasabah Tabungan *Mudharabah* lebih tinggi dibandingkan nasabah Tabungan *Wadi'ah*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun kedua kelompok responden sama-sama merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia, terdapat perbedaan dalam cara mereka menilai dan memilih produk tabungan yang digunakan. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa setiap nasabah memiliki kebutuhan, tujuan, serta pertimbangan yang berbeda dalam menentukan produk tabungan yang dianggap paling sesuai bagi mereka.

Menurut Kotler (2000), preferensi merupakan kecenderungan seseorang untuk memilih suatu produk dibandingkan produk lainnya berdasarkan manfaat dan nilai yang dirasakan. Dalam konteks penelitian ini, perbedaan preferensi yang ditemukan menunjukkan bahwa nasabah memiliki penilaian yang berbeda terhadap

produk tabungan yang mereka gunakan. Penilaian tersebut dapat berkaitan dengan manfaat yang diperoleh, kenyamanan penggunaan, keamanan dana, kemudahan transaksi, maupun harapan yang ingin dicapai melalui produk tabungan tersebut.

Berdasarkan fenomena yang ditemukan di lapangan selama proses penyebaran kuesioner, sebagian responden menyatakan bahwa produk tabungan yang mereka pilih telah sesuai dengan kebutuhan dan tujuan keuangan masing-masing. Nasabah yang menggunakan Tabungan *Wadi'ah* umumnya merasa produk tersebut sesuai untuk kebutuhan transaksi dan penyimpanan dana sehari-hari. Sementara itu, nasabah Tabungan *Mudharabah* cenderung menilai bahwa produk yang mereka gunakan memberikan manfaat yang lebih sesuai dengan tujuan keuangan yang ingin dicapai. Perbedaan persepsi tersebut pada akhirnya menimbulkan perbedaan tingkat preferensi antara kedua kelompok nasabah.

Menurut penulis, perbedaan preferensi yang ditemukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan tidak hanya didasarkan pada keberadaan produk itu sendiri, tetapi juga pada kesesuaian produk dengan kebutuhan dan harapan masing-masing nasabah. Setiap nasabah memiliki pertimbangan yang berbeda dalam menentukan produk yang dianggap mampu memberikan manfaat paling optimal bagi dirinya. Oleh karena itu, meskipun kedua produk sama-sama berada dalam lingkungan perbankan syariah, tingkat preferensi yang ditunjukkan oleh nasabah dapat berbeda.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Cindy Grasela (2019) yang menemukan bahwa nasabah memiliki kecenderungan memilih produk tabungan yang dianggap paling sesuai dengan kebutuhan dan manfaat yang diharapkan.

Penelitian Elma Fitriana (2021) juga menunjukkan adanya perbedaan pandangan dan pertimbangan nasabah dalam memilih produk tabungan syariah. Selain itu, penelitian Khatimah dan Inayah (2024) menjelaskan bahwa perbedaan karakteristik produk tabungan dapat menyebabkan perbedaan minat dan preferensi nasabah dalam menggunakan layanan perbankan syariah.

Dalam perspektif Islam, perbedaan preferensi tersebut merupakan sesuatu yang wajar karena setiap individu diberikan kebebasan untuk memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan dan kemaslahatan masing-masing. Selama produk yang digunakan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dan tidak mengandung unsur yang dilarang, maka pilihan setiap nasabah merupakan bentuk ikhtiar dalam mengelola keuangan secara baik dan bertanggung jawab. Sebagaimana dijelaskan oleh Mardani (2012), muamalah dalam Islam memberikan ruang bagi masyarakat untuk memilih bentuk transaksi yang memberikan manfaat serta kemudahan sesuai kebutuhan mereka.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa terdapat perbedaan preferensi yang signifikan antara nasabah Tabungan *Wadi'ah* dan nasabah Tabungan *Mudharabah* di Bank Syariah Indonesia KCP Banjarbaru Landasan Ulin. Perbedaan tersebut terlihat dari nilai rata-rata preferensi nasabah Tabungan *Mudharabah* yang lebih tinggi dibandingkan nasabah Tabungan *Wadi'ah*. Temuan ini menunjukkan bahwa setiap kelompok nasabah memiliki pertimbangan dan penilaian yang berbeda dalam memilih produk tabungan, sehingga menghasilkan tingkat preferensi yang berbeda pula.