



Profit-Sharing Perception and Service Quality as Determinants of Customers' Decisions to Use Tadhaur Savings

Putri Izzah Septiani Cindito

putriizzah.22081@mhs.unesa.ac.id

Universitas Negeri Surabaya, Indonesia

Fira Nurafini

firanurafini@unesa.ac.id

Universitas Negeri Surabaya, Indonesia

Abstract: Customers desires and interests play a role in driving decision-making regarding the use of Islamic bank savings. Customer decisions regarding the use of Islamic bank savings can be influenced by several factors. Differences in customer perceptions of the profit-sharing system in Islamic bank savings occur due to differences in their level of understanding and knowledge regarding the profit-sharing system in Islamic bank savings. The quality of service provided by Islamic banks is also a factor in attracting and retaining Islamic bank customers. This study aims to analyze customer perceptions of the profit-sharing system in Islamic bank savings and the quality of service provided by the bank to customers in relation to customer decisions regarding the use of Islamic bank savings. The sample used in this study was 95 Tadhaur savings customers at BPRS Lantabur Tebuireng, Surabaya Branch. Data collection in this study used questionnaires as primary data which were analyzed using multiple linear regression analysis and processed using SPSS 26. The results of this study indicate that Profit Sharing Perception (X1) has a significant effect on Customer Decisions (Y) in using tadhaur savings at BPRS Lantabur Tebuireng Surabaya Branch and Service Quality (X2) has a significant effect on Customer Decisions (Y) in using tadhaur savings at BPRS Lantabur Tebuireng Surabaya Branch. The t-test results show a significance value for the profit sharing perception variable of 0.005 and the service quality variable of 0.000. This study can be a reference for policies or decisions and provide insight for related parties.

Keywords: Profit-Sharing Perception, Service Quality, Customer Decisions, BPRS Lantabur Tebuireng, Surabaya Branch

Abstrak: Keinginan dan ketertarikan pada nasabah berperan dalam mendorong terbentuknya pengambilan keputusan dalam menggunakan tabungan bank syariah. Keputusan nasabah dalam menggunakan tabungan bank syariah dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Perbedaan persepsi yang dimiliki setiap nasabah terhadap sistem bagi hasil pada tabungan bank syariah terjadi karena adanya perbedaan tingkat pemahaman dan pengetahuan nasabah mengenai sistem bagi hasil dalam tabungan bank syariah.

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank syariah juga menjadi salah satu faktor dalam menarik dan mempertahankan nasabah bank syariah. Penelitian ini bermaksud guna menganalisis persepsi nasabah pada sistem bagi hasil tabungan bank syariah dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak bank kepada nasabah terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan tabungan bank syariah. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 95 nasabah tabungan tadhabur pada BPRS Lantabur Tebuireng Cabang Surabaya. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai data primer yang dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda dan diolah menggunakan SPSS 26. Hasil penelitian ini menunjukkan Persepsi Bagi Hasil (X1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah (Y) dalam menggunakan tabungan tadhabur pada BPRS Lantabur Tebuireng Cabang Surabaya dan Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah (Y) dalam menggunakan tabungan tadhabur pada BPRS Lantabur Tebuireng Cabang Surabaya. Hasil uji t menunjukkan nilai signifikansi pada variabel persepsi bagi hasil sebesar 0,005 dan variabel kualitas pelayanan sebesar 0,000. Penelitian ini dapat menjadi referensi untuk kebijakan atau keputusan serta memberikan wawasan bagi pihak terkait.

Kata Kunci: Persepsi Bagi Hasil, Kualitas Pelayanan, Keputusan Nasabah, BPRS Lantabur Tebuireng Cabang Surabaya

Pendahuluan

Dalam perkembangan perekonomian saat ini, salah satu sektor yang berpengaruh yaitu jasa perbankan. Kemajuan suatu negara dapat diukur melalui kemajuan perbankan pada negara itu sendiri (Putri & Rachmawati, 2022). Indonesia termasuk salah satu negara yang mayoritas penduduknya adalah Muslim. Besarnya jumlah penduduk Muslim di Indonesia menjadikan masyarakat Indonesia memiliki kecenderungan tinggi untuk memilih dan menggunakan jasa perbankan syariah (Handayani et al., 2022). Perbankan syariah merupakan sistem perbankan yang beroperasi dengan berlandaskan prinsip-prinsip syariah atau hukum Islam, yang di dalamnya mencakup larangan terhadap praktik riba atau bunga (Syuro'ah & Nurafini, 2024). Perbankan syariah di Indonesia muncul berawal dari keinginan masyarakat Muslim yang menilai bunga bank sebagai praktik terlarang dan haram, sehingga masyarakat Muslim menginginkan seluruh kegiatan keuangan dijalankan sesuai dengan etika dan prinsip syariah, sehingga terhindar dari unsur riba, ketidakpastian (*gharar*), perjudian (*maysir*), praktik yang tidak sah (*bathil*), serta hanya akan mendukung pembiayaan pada usaha yang halal (Sodik et al., 2022).

Pada Desember tahun 2024, perbankan syariah di Indonesia menunjukkan kinerja yang positif dengan total aset tercatat mencapai Rp 980,30 triliun atau mengalami pertumbuhan sebesar 9,88 persen *year on year* (yoy) dan market share meningkat menjadi 7,72 persen (OJK, 2025). Seiring dengan meningkatnya pertumbuhan aset perbankan syariah secara nasional, perkembangan industri perbankan syariah juga tidak terlepas dari peran dan potensi wilayah tertentu. Salah satu wilayah yang memiliki kontribusi dan potensi dalam pengembangan perbankan syariah di Indonesia adalah Kota Surabaya. Kota Surabaya merupakan Ibu Kota Provinsi Jawa Timur yang menjadi wilayah sebagai pusat aktivitas ekonomi dan daerah dengan kontribusi ekonomi tertinggi di Jawa Timur. Dengan ketersediaan kantor perbankan yang memadai, sehingga memudahkan akses masyarakat terhadap layanan keuangan, termasuk layanan perbankan syariah.

Salah satu perbankan syariah yang beroperasi di Kota Surabaya adalah Bank Perekonomian Rakyat Syariah (BPRS) Lantabur Tebuireng Cabang Surabaya. BPRS Lantabur Tebuireng Cabang Surabaya beroperasi pada tahun 2020 dan merupakan bagian dari BPRS Lantabur Tebuireng. BPRS Lantabur didirikan pada tahun 2006 atas prakasa Pondok Pesantren Madrasatul Qur'an Tebuireng (PP MQ TBI). BPRS Lantabur Tebuireng memiliki berbagai produk tabungan, deposito, dan pembiayaan. Selain itu, BPRS Lantabur Tebuireng memiliki berbagai layanan lain seperti E-Santri, antar jemput tabungan, dan lantabur mobile, serta telah bekerja sama dengan PT Pos Indonesia. Salah satu program unggulan yang dimiliki BPRS Lantabur Tebuireng Cabang Surabaya adalah layanan jemput bola, yaitu layanan pengantaran dan pengambilan dana langsung ke rumah nasabah, sehingga nasabah tidak perlu datang langsung ke kantor bank. Pelayanan yang diberikan oleh BPRS Lantabur Tebuireng Cabang Surabaya ini telah memberikan keuntungan dan kemudahan nasabah dalam bertransaksi, sehingga dapat memberikan dampak positif terhadap peningkatan jumlah nasabah pengguna produk yang ditawarkan.

Berdasarkan data menunjukkan bahwa jumlah nasabah tabungan BPPS Lantabur Tebuireng Cabang Surabaya mengalami peningkatan selama 5 tahun kebelakang dan jenis tabungan tadhabur memiliki jumlah nasabah terbanyak dibandingkan jenis tabungan lainnya. Dikutip dari bprslantabur.id, tabungan tadhabur merupakan salah satu produk unggulan BPRS Lantabur Tebuireng yang menggunakan akad *mudharabah mutlaqah*. Akad *mudharabah mutlaqah* merupakan bentuk kerja sama di mana pihak bank (*mudharib*) diberikan kebebasan penuh untuk mengelola dana milik nasabah (*shahibul maal*) tanpa adanya batasan tertentu dengan tujuan memperoleh keuntungan, tanpa bertentangan dengan prinsip syariah (Al-Hasni, 2017). Pada tabungan tadhabur telah disalurkan bagi hasil setiap bulan dengan menetapkan besaran yang disesuaikan berdasarkan hasil keuntungan yang diperoleh bank, serta jumlah saldo yang dimiliki nasabah pada tabungan tersebut. Dapat disimpulkan bahwa jumlah nasabah yang memutuskan menggunakan tabungan tadhabur cukup tinggi dan mengalami peningkatan disetiap tahunnya serta memiliki penyebaran nasabah yang cukup strategis. Oleh karena itu, penelitian ini akan difokuskan pada nasabah tabungan tadhabur pada BPRS Lantabur Tebuireng Cabang Surabaya.

Keinginan dan ketertarikan pada nasabah berperan dalam mendorong terbentuknya pengambilan keputusan dalam menggunakan tabungan tersebut. Keputusan nasabah dalam menggunakan tabungan tadhabur dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Hasil survei yang dilakukan pada BPRS Lantabur Tebuireng Cabang Surabaya (2025) bagi hasil yang diperoleh bank setiap bulannya memiliki jumlah yang berbeda-beda, bagi hasil yang diperoleh tersebut akan disalurkan satu bulan sekali pada tabungan tadhabur. Nasabah yang memiliki tabungan tadhabur pada bank tersebut dapat melihat nominal bagi hasil yang diperoleh melalui rekening tabungannya. Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya, menunjukkan bahwa setiap peningkatan pada bagi hasil dapat berdampak pada meningkatnya minat nasabah untuk menabung di BRI Syariah Cabang Purwokerto, sehingga penelitian ini menunjukkan bahwa bagi

hasil memiliki pengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menabung di BRI Syariah Cabang Purwokerto (Faozan, 2022). Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa bagi hasil berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menabung di Bank Syariah Mandiri di Kota Medan (Faqih, 2020). Namun berbeda dengan penelitian yang menyimpulkan bahwa bagi hasil tidak berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah menjadi bank syariah (Andriani & Halmawati, 2019).

Persepsi bagi hasil pada nasabah sangatlah beragam. Persepsi bagi hasil merupakan pandangan masyarakat dalam menilai mekanisme sistem bagi hasil yang dinilai sesuai dengan prinsip syariah, adil, dan memberikan keuntungan bagi semua pihak (Rohana A, 2023). Bagi hasil merupakan keuntungan yang diterima oleh bank (*mudharib*) dan nasabah (*shahibul maal*) berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak. Besaran proporsi bagi hasil ditetapkan melalui kesepakatan kedua belah pihak yang didasari oleh kerelaan (*An-Tarodhin*) tanpa adanya unsur pemaksaan (Roni, 2019). Perbedaan persepsi dapat dipengaruhi oleh perbedaan pandangan setiap individu maupun kelompok. Terdapat sebagian nasabah yang bersedia menerima bagi hasil, sementara sebagian lainnya menolak bagi hasil. Selanjutnya penelitian lain yang dilakukan pada nasabah BNI Syariah Kantor Cabang Surabaya menunjukkan bahwa pemahaman terhadap bagi hasil memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menabung (Mahmuda & Anwar, 2019). Pemahaman akan mempengaruhi keputusan, apabila pemahaman yang dimiliki dapat diterima dengan baik, maka nasabah akan berpotensi mengambil keputusan (Yuliani et al., 2022). Tingkat pemahaman berperan dalam membentuk persepsi nasabah. Semakin tinggi tingkat pemahaman nasabah terhadap produk tabungan syariah, maka semakin besar kemungkinan memiliki persepsi positif terhadap produk tabungan syariah. Sehingga dapat menunjukkan bahwa proses pengambilan keputusan nasabah dalam menggunakan produk tabungan bank syariah berbasis sistem bagi hasil dapat dipengaruhi oleh adanya persepsi bagi hasil.

Selain persepsi bagi hasil, kualitas pelayanan juga menjadi faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan tabungan tadhabur. Melihat sebagian besar perbankan syariah di Indonesia menyediakan produk yang relatif serupa, maka kualitas pelayanan menjadi aspek kunci dalam memperkuat posisi pasar perbankan syariah. Keberhasilan pelayanan dapat dilihat dari tingkat kualitas pelayanan. Pelayanan yang diterima oleh nasabah dapat menjadi tolak ukur penilaian kinerja bank, sehingga kepuasan nasabah menjadi faktor utama yang harus diperhatikan (Rundengan et al., 2020). Tolak ukur kualitas pelayanan perbankan syariah dapat ditentukan oleh nasabah, jika nasabah memberikan penilaian yang baik, maka perbankan syariah dianggap berhasil dalam memberikan pelayanan, begitupun sebaliknya (Ayzar et al., 2024). Ketertarikan seseorang terhadap suatu pelayanan akan berpengaruh pada keputusannya dalam menggunakan transaksi yang diinginkan, keputusan tersebut akan terbentuk apabila kualitas pelayanan yang didapatkan sesuai dengan harapan (Putri et al., 2024). Menurut penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan di Bank Muamalat Kota Malang (Hariadi & Khusnudin, 2024). Namun, hasil tersebut berbeda dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan generasi milenial menjadi nasabah pada bank syariah di Surabaya, meskipun kualitas yang dimiliki oleh bank syariah tergolong baik maupun kurang baik, faktor tersebut tidak memberikan pengaruh (Warni & Indrarini, 2025).

Berdasarkan pemaparan di atas, terdapat perbedaan persepsi nasabah pada bagi hasil tabungan bank syariah, perbedaan hasil penelitian mengenai kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan tabungan bank syariah, serta masih belum banyak penelitian yang meneliti persepsi bagi hasil dan kualitas pelayanan secara bersamaan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan tabungan bank syariah. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan strategi pengembangan dan perbaikan

kinerja perbankan syariah, serta meningkatkan jumlah nasabah tabungan pada perbankan syariah, khususnya pada BPRS Lantabur Tebuireng Cabang Surabaya.

Metode

Jenis penelitian menggunakan kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kasual, yang bertujuan untuk menguji hubungan sebab dan akibat antara variabel bebas dengan variabel terikat (Musyaffa & Iqbal, 2022). Lokasi penelitian berada di BPRS Lantabur Tebuireng Cabang Surabaya yang berlokasi di Jl. Gayungsari Barat No. 89, Gayungan, Kec. Gayungan, Kota Surabaya, Jawa Timur.

Populasi dalam penelitian yakni nasabah BPRS Lantabur Tebuireng Cabang Surabaya yang memiliki dan menggunakan tabungan tadhabur. Berdasarkan data yang didapatkan, jumlah nasabah tabungan tadhabur per-Desember 2024 berjumlah 2.017 orang. Adapun rumus menentukan jumlah sampel pada penelitian yakni menggunakan rumus *slovin*.

$$n = \frac{N}{1+Ne^2} = \frac{2,017}{1+2,017 \times (0.1)^2} = \frac{2,017}{1+2,017 \times 0.01} = \frac{2,017}{1+20.17} = \frac{2,017}{21.17} = 95,27$$

Dari rumus *slovin* di atas, maka sampel yang dibutuhkan adalah sebesar 95 sampel atau responden. Teknik pengumpulan data dalam penelitian dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada para responden yakni nasabah yang memiliki dan menggunakan tabungan tadhabur pada BPRS Lantabur Tebuireng Cabang Surabaya. Untuk menganalisis data dalam penelitian ini digunakan aplikasi SPSS versi 26 dan pengujian hipotesis dilakukan menggunakan analisis regresi linear berganda.

Pembahasan dan Diskusi

Uji Validitas

Kriteria penentuan uji validitas yakni jika nilai signifikansi < 0,05 berarti pernyataan tersebut dikatakan valid dan sebaliknya. Dasar perhitungan r tabel pada uji validitas penelitian yaitu dengan jumlah sampel (n) sebesar 35 responden, sehingga perhitungan df (derajat kebebasan) adalah n-2, yaitu 35-2 =

33. Diketahui bahwa $\alpha = 0,05$ dengan df 33 pada r tabel adalah 0,3338. Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1: Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Sig.	r hitung	r tabel	Keterangan
Persepsi Bagi Hasil (X1)	X1.1	0,000	0,779	0,3338	Valid
	X1.2	0,000	0,591	0,3338	Valid
	X1.3	0,021	0,388	0,3338	Valid
	X1.4	0,001	0,553	0,3338	Valid
	X1.5	0,000	0,674	0,3338	Valid
	X1.6	0,000	0,675	0,3338	Valid
Kualitas Pelayanan (X2)	X2.1	0,000	0,818	0,3338	Valid
	X2.2	0,008	0,438	0,3338	Valid
	X2.3	0,000	0,713	0,3338	Valid
	X2.4	0,000	0,721	0,3338	Valid
	X2.5	0,000	0,759	0,3338	Valid
	X2.6	0,025	0,378	0,3338	Valid
	X2.7	0,007	0,448	0,3338	Valid
	X2.8	0,000	0,662	0,3338	Valid
	X2.9	0,001	0,542	0,3338	Valid
	X2.10	0,000	0,663	0,3338	Valid
	X2.11	0,000	0,780	0,3338	Valid
	X2.12	0,001	0,542	0,3338	Valid
Keputusan Nasabah (Y)	Y1	0,000	0,677	0,3338	Valid
	Y2	0,005	0,466	0,3338	Valid
	Y3	0,014	0,410	0,3338	Valid
	Y4	0,043	0,344	0,3338	Valid
	Y5	0,000	0,601	0,3338	Valid
	Y6	0,000	0,818	0,3338	Valid
	Y7	0,000	0,725	0,3338	Valid
	Y8	0,000	0,561	0,3338	Valid

Sumber: Output SPSS 26 dan Diolah Penulis (2026)

Hasil uji validitas pada tabel 2 menunjukkan secara keseluruhan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 dan nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel. Dengan demikian, seluruh indikator pernyataan yang digunakan untuk mengukur ketiga variabel penelitian dapat dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen pengumpulan data.

Uji Reliabilitas

Tabel 3 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Standar	Kesimpulan
Persepsi Bagi Hasil (X1)	0,621	0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	0,842	0,60	Reliabel
Keputusan Nasabah (Y)	0,660	0,60	Reliabel

Sumber: *Output SPSS 26 dan Diolah Penulis (2026)*

Hasil uji reliabilitas pada tabel 3 menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Dengan demikian, indikator yang digunakan pada ketiga variabel dapat diandalkan sebagai alat ukur penelitian ini.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.195	1.724		1.853	.067
	Persepsi Bagi Hasil (X1)	-.052	.070	-.091	-.744	.458
	Kualitas Pelayanan (X2)	-9.152E-5	.029	.000	-.003	.997

Sumber: *Output SPSS 26 dan Diolah Penulis (2026)*

Hasil uji heteroskedastisitas pada tabel 4 menunjukkan bahwa nilai signifikansi pada setiap variabel lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, tidak ditemukan masalah heteroskedastisitas dalam penelitian ini.

Uji Multikolinieritas

Tabel 5 Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Persepsi Bagi Hasil (X1)	.729	1.372
	Kualitas Pelayanan (X2)	.729	1.372

Sumber: *Output SPSS 26 dan Diolah Penulis (2026)*

Hasil uji multikolinieritas pada tabel 5 menunjukkan bahwa semua nilai VIF memiliki nilai < 10,00 dan *tolerance* > 0,1 yang berarti tidak ditemukan gejala multikolinieritas antara variabel persepsi bagi hasil (X1) dan kualitas pelayanan (X2). Sehingga disimpulkan bahwa tidak ditemukan gejala multikolinieritas dalam penelitian ini.

Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Uji hipotesis yang diterapkan dalam penelitian ini merupakan analisis regresi linear berganda yang dapat digunakan untuk menentukan nilai variabel dependen (Y) sebagai respon terhadap variasi variabel independen (X). Hasil dari analisis regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 6 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.469	2.802		2.309	.023
	Persepsi Bagi Hasil (X1)	.324	.113	.224	2.864	.005
	Kualitas Pelayanan (X2)	.376	.047	.626	7.981	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Sumber: *Output SPSS 26 dan Diolah Penulis (2026)*

Berdasarkan pada tabel 6 di atas, model persamaan regresi linear berganda yang dihasilkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 6.469 + 0.324 X_1 + 0.376 X_2 + e$$

Konstanta (a)

Nilai a (konstanta) sebesar 6,469 merupakan konstanta atau keadaan saat variabel Keputusan Nasabah (Y) belum dipengaruhi oleh variabel lainnya yaitu variabel Persepsi Bagi Hasil (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2). Jika variabel independen tidak ada, maka variabel Keputusan Nasabah (Y) tidak mengalami perubahan.

Koefisien Persepsi Bagi Hasil

Nilai koefisien Persepsi Bagi Hasil (X1) sebesar 0,324 menunjukkan bahwa variabel Persepsi Bagi Hasil (X1) mempunyai nilai positif sebesar 0,324. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel Persepsi Bagi Hasil (X1), maka akan mempengaruhi Keputusan Nasabah (Y) sebesar 0,324 dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

Koefisien Kualitas Pelayanan

Nilai koefisien Kualitas Pelayanan (X2) sebesar 0,376 menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X2) mempunyai nilai positif sebesar 0,376. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel Kualitas Pelayanan (X2), maka akan mempengaruhi Keputusan Nasabah (Y) sebesar 0,376 dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

Berdasarkan pada tabel 6 di atas, untuk menghitung nilai t tabel digunakan rumus $Df = (n-k-1)$, dimana n adalah jumlah sampel dan k merupakan jumlah variabel bebas (X). Dalam konteks ini, perhitungan menghasilkan $Df = (95-2-1) = 92$. Jadi, nilai t tabel yang diperoleh adalah sebesar 1,986. Berdasarkan perhitungan tersebut, hasil uji t dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

Pengaruh Persepsi Bagi Hasil (X1) terhadap Keputusan Nasabah (Y): Nilai signifikan $0,005 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,864 > t$ tabel 1,986. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Persepsi Bagi Hasil (X1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah (Y).

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Keputusan Nasabah (Y): Nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $7,981 > t$ tabel $1,986$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah (Y).

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 7 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.767 ^a	.588	.579	2.326

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Persepsi Bagi Hasil

b. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Sumber: *Output SPSS 26* dan Diolah Penulis (2026)

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada tabel 7 di atas, menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* mencapai 0.579 atau setara dengan 57,9%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Persepsi Bagi Hasil (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) mempengaruhi variabel Keputusan Nasabah (Y) sebesar 57,9%. Sedangkan 42,1% sisanya dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Pengaruh Persepsi Bagi Hasil Terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Tabungan Tadhabur pada BPRS Lantabur Tebuireng Cabang Surabaya

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat pengaruh dan signifikan pada variabel persepsi bagi hasil terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan tabungan tadhabur pada BPRS Lantabur Tebuireng Cabang Surabaya. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikan $0,005 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,864 > t$ tabel $1,986$. Artinya, pemahaman dan pengalaman nasabah mengenai bagi hasil yang diterima telah menunjukkan persepsi yang positif pada nasabah, dimana adanya transparansi nominal bagi hasil, mekanisme pembagian keuntungan yang jelas dan adil, serta adanya jaminan keamanan antara nasabah dan pihak bank sehingga mampu menciptakan kondisi saling

menguntungkan dalam keputusan menggunakan produk tabungan tadhabur. Mekanisme bagi hasil memberikan dampak positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah serta mendorong terciptanya situasi saling menguntungkan dalam pemilihan produk tabungan (Mandasari & Nasrulloh, 2023).

BPRS Lantabur Tebuireng Cabang Surabaya telah memberikan informasi jelas mengenai besaran (nominal) nisbah keuntungan bagi hasil yang diberikan setiap bulan kepada nasabah tabungan tadhabur. Selain itu, tingkat penerimaan nasabah terhadap besaran (nominal) nisbah keuntungan bagi hasil juga tergolong tinggi, nasabah telah menerima besaran (nominal) nisbah keuntungan bagi hasil tersebut secara nyata. Kejelasan informasi ini telah dirasakan langsung oleh nasabah melalui penerimaan bagi hasil setiap bulan dengan melihat nominal bagi hasil yang tertera pada rekening tabungan tadhabur. Penelitian yang dilakukan oleh Faqih (2020) menunjukkan besaran bagi hasil yang diberikan oleh bank syariah telah dirasakan secara langsung dan memberikan tingkat kepuasan kepada nasabah, sehingga menimbulkan minat nasabah untuk menabung serta menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan oleh pihak bank syariah. Sejalan dengan temuan tersebut, penelitian Faozan (2022) menemukan bahwa setiap peningkatan besaran bagi hasil yang diperoleh nasabah akan memengaruhi peningkatan minat menabung, karena nasabah merasakan manfaat ekonomi secara langsung dari sistem bagi hasil yang diterapkan. Dengan demikian, persepsi positif terhadap besaran dan mekanisme bagi hasil tidak hanya meningkatkan minat menabung, tetapi juga berlanjut pada keputusan nasabah dalam menggunakan produk tabungan syariah secara berkelanjutan.

Selanjutnya pada faktor jaminan juga mempengaruhi persepsi pada nasabah. Pihak bank memberikan perlindungan dan kepastian kepada nasabah dalam pengelolaan dana yang akan dilakukan secara aman, terlindungi, dan sesuai dengan prinsip syariah. Hal ini menandakan bahwa kepercayaan nasabah kepada pihak bank telah muncul tanpa adanya kekhawatiran tindakan yang merugikan. Penelitian yang dilakukan oleh Mahmuda dan Anwar (2019) juga

menegaskan adanya pengaruh pemahaman bagi hasil terhadap keputusan nasabah menabung dapat dipengaruhi oleh pemahaman mengenai konsep sistem bagi hasil yang diterapkan. Pemahaman tersebut akan memberikan rasa kenyamanan, baik secara lahiriah maupun batiniah, sehingga mendorong nasabah untuk memilih produk tabungan. Dalam nilai Islam, mekanisme bagi hasil tersebut dapat mencerminkan prinsip dari kejujuran (*ash-shidq*), keadilan (*al-'adl*), dan amanah dalam pengelolaan harta. Hal ini sejalan dengan firman Allah SWT dalam Al-Qur'an surah An-Nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ
وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ۝

Artinya: "Wahai orang-orang yang beriman! janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu." (Qur'an Kemenag, 2022).

Sebagaimana dijelaskan dalam Tafsir Al-Wajiz karya Syaikh Prof. Dr. Wahbah az-Zuhaili, bahwa Allah SWT melarang umat Islam memakan harta sesama dengan cara yang batil, seperti riba, judi, penipuan, maupun praktik ekonomi lainnya yang bertentangan dengan syariat Islam. Sebaliknya, Allah SWT memperbolehkan perolehan harta berdasarkan kerelaan dan kebaikan hati antara dua belah pihak, serta berpegang teguh pada syariat. Sesuai dengan prinsip *At-Taradhi* yaitu tindakan jual beli atau transaksi dengan kejujuran, keadilan, dan tanpa adanya unsur tipuan maupun riba (Ziarahah & Anwar, 2023).

Konteks tersebut sejalan dengan hasil penelitian ini yang menunjukkan bahwa persepsi bagi hasil pada nasabah dapat tercermin pada prinsip *At-Taradhi*, dimana nasabah telah memperoleh informasi yang jelas mengenai nisbah keuntungan dan merasakan secara langsung hasil usaha bank melalui mekanisme bagi hasil yang diterima secara periodik. Nasabah merasakan

adanya keadilan dan keuntungan yang diperoleh melalui mekanisme bagi hasil yang transparan, jelas, dan disepakati bersama antara pihak bank dan nasabah. Persepsi positif yang terbentuk melalui transparansi informasi, keadilan mekanisme bagi hasil, serta adanya jaminan keamanan tersebut telah membangun sikap kepercayaan dan kenyamanan nasabah, yang pada akhirnya mendorong keputusan nasabah dalam menggunakan produk Tabungan Tadhabur pada BPRS Lantabur Tebuireng Cabang Surabaya.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Tabungan Tadhabur pada BPRS Lantabur Tebuireng Cabang Surabaya

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat pengaruh dan signifikan pada variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan tabungan tadhabur pada BPRS Lantabur Tebuireng Cabang Surabaya. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $7,981 > t$ tabel $1,986$. Artinya, pihak bank syariah telah menerapkan prinsip syariah dalam setiap kegiatan pelayanan, seperti kejujuran, amanah, keadilan, dan tolong-menolong, sehingga mampu menumbuhkan keyakinan dan rasa aman pada nasabah dalam bertransaksi serta mendorong keputusan untuk menggunakan tabungan tadhabur.

Kualitas pelayanan dapat diukur melalui perbandingan antara harapan nasabah terhadap pelayanan yang telah diterima secara nyata. Penelitian yang dilakukan oleh Hariadi & Khusnudin (2024) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan menjadi faktor yang memengaruhi keputusan nasabah, di mana nasabah cenderung menghargai pelayanan yang ramah, cepat, dan profesional, terutama dalam kerangka perbankan Islam yang menekankan prinsip-prinsip Islam. Sejalan dengan temuan tersebut, penelitian ini menunjukkan indikator *Responsiveness* (Daya Tanggap) mencerminkan bahwa nasabah merasakan pelayanan yang cepat tanpa menunggu waktu terlalu lama serta sikap tanggap karyawan bank dalam memberikan bantuan kepada nasabah. Selain itu, ditunjukkan pada indikator *Empathy* (empati) yang artinya pandangan nasabah

mengenai karyawan bank dalam memperlakukan nasabah dengan ramah dan sopan santun serta sikap perhatian telah menciptakan kenyamanan dan kepuasan nasabah dalam bertransaksi. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nurudin & Ulwiya, 2021) banyak nasabah yang memutuskan untuk menabung di bank syariah karena faktor empati yang dimiliki oleh pegawai bank, sehingga faktor tersebut sangat berpengaruh pada nasabah untuk menabung di bank syariah.

Berdasarkan teori perilaku konsumen yang dikembangkan oleh Kotler & Keller (2016), keputusan nasabah dalam menggunakan produk tabungan dipengaruhi oleh persepsi dan pengalaman terhadap kualitas pelayanan yang diterima. Nasabah akan membandingkan harapan dengan pelayanan nyata sebelum mengambil keputusan, khususnya dalam perbankan syariah yang menekankan kesesuaian layanan dengan prinsip-prinsip Islam. Dalam penelitian ini, kualitas pelayanan diukur menggunakan dimensi CARTER (*Compliance, Assurance, Reliability, Tangibles, Empathy, dan Responsiveness*), yang mencerminkan kepatuhan terhadap prinsip syariah dalam setiap kegiatan pelayanan seperti jujur, amanah, adil dan tolong menolong, kemampuan dan keandalan karyawan bank, kelengkapan fasilitas bank, serta sikap empati dan daya tanggap dalam pelayanan. Kualitas pelayanan yang baik pada keenam dimensi tersebut telah dirasakan langsung oleh nasabah sehingga menumbuhkan keyakinan dan kepercayaan yang dapat mendorong keputusan penggunaan tabungan tadhabur.

Kualitas pelayanan tidak hanya dirasakan setelah nasabah mengambil keputusan untuk menggunakan tabungan tadhabur, melainkan juga dirasakan sejak sebelum keputusan tersebut diambil, seperti dari awal proses pencarian informasi, penjelasan produk oleh pihak bank, hingga sikap empati dan keramahan karyawan bank dalam melayani calon nasabah. Dengan demikian, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin meningkat kepercayaan dan keputusan nasabah dalam menggunakan produk tabungan bank syariah. Hal ini juga dapat dibuktikan dengan hasil penelitian yang

menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang berkualitas akan meningkatkan tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan oleh bank syariah (Asnawi et al., 2020).

Kesimpulan

Berdasarkan pada output pengujian data dan pembahasan di atas, maka kesimpulan yang dapat ditarik yaitu, Persepsi Bagi Hasil (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Nasabah (Y) dalam menggunakan tabungan tadhabur pada BPRS Lantabur Tebuireng Cabang Surabaya. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikan $0,005 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,864 > t$ tabel $1,986$. Pemahaman dan pengalaman nasabah mengenai bagi hasil yang diterima telah menunjukkan persepsi yang positif pada nasabah, dimana adanya transparansi nominal bagi hasil, mekanisme pembagian keuntungan yang jelas dan adil, serta adanya jaminan keamanan antara nasabah dan pihak bank sehingga mampu menciptakan kondisi saling menguntungkan dalam keputusan menggunakan produk tabungan tadhabur. Sedangkan Kualitas Pelayanan (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Nasabah (Y) dalam menggunakan tabungan tadhabur pada BPRS Lantabur Tebuireng Cabang Surabaya. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $7,981 > t$ tabel $1,986$.

Pihak bank syariah telah menerapkan prinsip syariah dalam setiap kegiatan pelayanan, seperti kejujuran, amanah, keadilan, dan tolong-menolong, sehingga mampu menumbuhkan keyakinan dan rasa aman pada nasabah dalam bertransaksi serta mendorong keputusan untuk menggunakan tabungan tadhabur. Selain itu, hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* mencapai 0.579 atau setara dengan 57,9%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Persepsi Bagi Hasil (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) mempengaruhi variabel Keputusan Nasabah (Y) sebesar 57,9%. Sedangkan 42,1% sisanya dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti pada penelitian ini.

References

- Al-Hasni, F. (2017). Akad Mudharabah Mutlaqah Dalam Praktik Perbankan Syariah. *Mu'amalat: Jurnal Kajian Hukum Ekonomi Syariah*, 9(2), 208–222. <https://doi.org/10.20414/mu.v9i2.2019>
- Andriani, & Halmawati. (2019). *Pengaruh Bagi Hasil, Kelompok Acuan, Kepercayaan Dan Budaya Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah*.
- Asnawi, N., Sukoco, B. M., & Fanani, M. A. (2020). The role of service quality within Indonesian customers satisfaction and loyalty and its impact on Islamic banks. *Journal of Islamic Marketing*, 11(1), 192–212. <https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2017-0033>
- Ayzar, M., Ameliah, T. O., & Azmi, M. N. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Bank Syariah Terhadap Kepuasan*. 4.
- BPRS Lantabur Tebuireng. Tabungan Mudharabah (TADHABUR). Website Resmi BPRS Lantabur Tebuireng. Diakses pada 17 September 2025, dari <https://bprslantabur.id/tabungan-mudharabah/>.
- Faozan, A. (2022). The Influence of Customer Perception About Profit Sharing, Promotion and Quality of Service on The Customer Interest in Saving at BRI Syari'ah Branch Purwokerto. *Ijtimā Iyya Journal of Muslim Society Research*, 7(2), 141–160. <https://doi.org/10.24090/ijtimaiyya.v7i2.8085>
- Faqih, F. Al. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada Tabungan Marhamah Pt Bank Sumut Kcp Syariah Karya. *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*, 11(1), 22. <https://doi.org/10.32507/ajei.v11i1.506>
- Handayani, S., Aziz, A., & Pratama, N. (2022). Pengaruh Produk, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Produk Tabungan Mudharabah Dengan Tingkat Religiusitas Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Al-Iqtishad*, 18(2), 1. <https://doi.org/10.24014/jiq.v18i2.18398>
- Hariadi, D. S. J., & Khusnudin, K. (2024). Customer Decision Factors in Choosing Savings Products: Product, Service Quality, and Religiosity: Study of

- Bank Muamalat Customers, Malang City. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 18(2), 544–556. <https://doi.org/10.55208/xnyddg52>
- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Mahmuda, R., & Anwar, M. K. (2019). Pengaruh Pemahaman tentang Riba dan Bagi Hasil terhadap Keputusan Menabung di BNI Syariah Surabaya. *Jurnal Ekonomi Islam*, 2(3), 54–63.
- Mandasari, V. A., & Nasrulloh, N. (2023). The Influence of Administrative Costs, Profit Sharing and Pick Up Services on Customer Decisions to Choose Tadhaur Saving Products (Study at BPRS Lantabur Tebuireng, Lamongan Branch). *Jurnal Ilmu Ekonomi Terapan*, 8(1), 129–143. <https://doi.org/10.20473/jiet.v8i1.43884>
- Musyaffa, H., & Iqbal, M. (2022). Pengaruh Religiusitas, Kualitas Layanan, dan Promosi Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Perbanas Journal of Islamic Economics and Business*, 2(2), 167. <https://doi.org/10.56174/pjieb.v2i2.61>
- Nurudin, & Ulwiya, H. A. M. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI DAN PERSEPSI RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT MASYARAKAT MENABUNG DI BANK SYARIAH INDONESIA (STUDI KASUS DI BANK SYARIAH INDONESIA CABANG SEMARANG). *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 3(2). <https://doi.org/10.1504/IJKMS.2020.105073>
- Othman, A., & Owen, L. The multidimensionality of CARTER model to measure customer service quality (SQ) in Islamic banking industry: A study in Kuwait Finance House. *International Journal of Islamic Financial Services*, 3(4), 1–12.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2024). Siaran Pers: Kinerja Positif Perbankan Syariah 2024. Website Resmi Otoritas Jasa Keuangan. Diakses pada 16 September 2025, dari <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/Kinerja-Positif-Perbankan-Syariah-2024.aspx>.

- Putri, B. H., Majid, M. N., & Nengsih, T. A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Pembiayaan Murabahah dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderating (Studi pada BMT Bina Insan Sejahtera Kota Jambi). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 8(1), 702. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v8i1.1657>
- Putri, & Rachmawati, L. (2022). Analisis Tingkat Pertumbuhan Bank Syariah di Indonesia. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 5(1), 1-12. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jei>
- Qur'an Kemenag (Surah Al-Baqarah: 278-279, Surah An-Nisa: 29, Surah Ali 'Imran: 159). Diakses dari <https://qur'an.kemenag.go.id/> (diakses 05 Januari 2026).
- Rohana A. (2023). Pengaruh Persepsi Bagi Hasil Dan Persepsi Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah. *Srikandi: Journal of Islamic Economics and Banking*, 1(2), 25-34.
- Roni, A. (2019). Pengaruh Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah Pada Tabungan BSM di Bank Syariah Mandiri Muara Bungo. *NUR EL-ISLAM: Jurnal Pendidikan Dan Sosial Keagamaan*, 6(2), 14-36. <https://doi.org/10.51311/nuris.v6i2.125>
- Rundengan, E., Tampi, J. R. E., & Walangitan, O. (2020). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Tomohon Selatan. *Productivity*, 1(2), 107-114. ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/28981
- Sodik, F., M. Akrom Hidayat, Rikhadatun Abir Al Farda, & Raida Nadia Syahita. (2022). Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah. *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 4(2), 123-143. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v4i2.132.123-143>
- Syuro'ah, N. M., & Nurafini, F. (2024). Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan, Dan Pendapatan Terhadap Minat Mahasiswa Muslim Dalam Menabung

Pada Bank Syariah. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* , 7(3), 36–47.

Warni, F. S., & Indrarini, R. (2025). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PEMASARAN SYARIAH DAN ETIKA BISNIS SYARIAH TERHADAP KEPUTUSAN GENERASI MILENIAL MENJADI NASABAH PADA BANK SYARIAH DI SURABAYA. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 8, 53–69.

Yuliani, E., Pradiani, T., & Alamsyah, A. R. (2022). Pengaruh Pengetahuan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Melalui Pemediasi Minat Dan Kesadaran. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 1–12. <https://doi.org/10.32815/jubis.v2i2.904>

Ziarahah, L. I., & Anwar, R. (2023). AKAD MUDHARABAH DAN RELEVANSINYA DENGAN TAFSIR QUR'AN SURAH AN-NISA AYAT 29 TENTANG LARANGAN MENCARI HARTA DENGAN CARA YANG BATHIL. 1(1). <https://doi.org/10.15575/ejil.v1i1.480>