MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 25 No 11 Tahun 2026

PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, KUALITAS PELAYANAN, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG PADA PT BANK SYARIAH INDONESIA (PERSERO) TBK (STUDI KASUS BANK SYARIAH INDONESIA KCP BEKASI HARAPAN INDAH)

Muhammad Khairil Ihsan[1], Kusnadi NW[2], Putu Tirta Sari Ningsih[3]
Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Mohammad Husni Thamrin
Jl. Salemba Tengah No. 5, Paseban, Kec. Senen, Kota Jakarta Pusat 10440
khairilihsan03@gmail.com, knawawinata@yahoo.com, putusaritirta@gmail.com

Abstract
This study analyzes the effect of Islamic financial literacy, service quality, and location on saving decisions at Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Bekasi Harapan Indah. A quantitative approach was applied using questionnaires distributed to 100 BSI customers selected by incidental sampling (Slovin formula, 10% margin of error). The data were analyzed using multiple linear regression in IBM SPSS Statistics 25. Islamic financial literacy has a positive and significant partial effect on saving decisions (t = 5.857; sig. = 0.000), whereas service quality (sig. = 0.681) and location (sig. = 0.292) do not. Simultaneously, the three variables significantly affect saving decisions (F = 12.426; sig. = 0.000), with R^2 = 28.0%. Islamic financial education therefore appears more decisive for saving decisions at BSI than service quality or physical location.
Keywords: Islamic Financial Literacy, Service Quality, Location, and Saving Decision

Abstrak
Penelitian ini menganalisis pengaruh literasi keuangan syariah, kualitas pelayanan, dan lokasi terhadap keputusan menabung pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Bekasi Harapan Indah. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan kuesioner kepada 100 nasabah BSI yang dipilih melalui incidental sampling (rumus Slovin, batas kesalahan 10%). Data dianalisis dengan regresi linear berganda menggunakan IBM SPSS Statistics 25. Literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan menabung (t = 5,857; sig. = 0,000), sedangkan kualitas pelayanan (sig. = 0,681) dan lokasi (sig. = 0,292) tidak berpengaruh signifikan. Secara simultan, ketiga variabel berpengaruh signifikan (F = 12,426; sig. = 0,000) dengan R^2 sebesar 28,0%. Edukasi keuangan syariah tampak lebih menentukan keputusan menabung di BSI daripada kualitas pelayanan maupun lokasi fisik kantor.
Kata Kunci: Literasi Keuangan Syariah, Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Keputusan Menabung

Article history
Received: Oktober 2026
Reviewed: Oktober 2026
Published: Oktober 2026

Plagirism checker no 80
Copyright : author
Publish by : musytari



This work is licensed under a creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license

1. Pendahuluan

Perbankan syariah di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Konsep perbankan syariah hadir sebagai alternatif sistem keuangan yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah, bebas dari riba, dan mendorong transaksi yang lebih adil . Tonggak penting perkembangan tersebut adalah penggabungan tiga bank syariah milik BUMN, yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah, menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI) pada 1 Februari 2021. Sejak itu BSI berperan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi melalui sistem perbankan yang berlandaskan prinsip syariah .

Meskipun demikian, pertumbuhan perbankan syariah, baik dari sisi aset maupun operasional, belum sebanding dengan perbankan konvensional. Data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat 14 Bank Umum Syariah, 19 bank umum konvensional yang memiliki Unit Usaha Syariah, dan 173 Bank Perkreditan Rakyat Syariah di Indonesia. Di sisi lain, total aset BSI mencapai Rp319,85 triliun hingga September 2023, dan laba bersihnya pada 2023 tercatat Rp5,7 triliun atau naik 33,8% dibandingkan tahun 2022. Survei Populix pada Maret 2023 terhadap 1.014 responden Muslim menunjukkan bahwa 51% responden memilih BSI sebagai bank pilihan, dan jumlah nasabah BSI mencapai 19,5 juta hingga Desember 2023. Kinerja tersebut turut diganjar penghargaan Prominent Award 2024.

Salah satu tantangan perbankan syariah adalah persepsi sebagian masyarakat bahwa layanannya hanya diperuntukkan bagi umat Muslim, padahal bank syariah bersifat inklusif dan terbuka bagi semua kalangan . Tantangan serupa muncul di tingkat lokal. Di wilayah Harapan Indah, Kota Bekasi, masyarakat cenderung konservatif dan pilihan layanan keuangannya masih didominasi bank konvensional, sehingga minat menabung pada bank syariah masih menjadi persoalan. Faktor-faktor yang diduga berkaitan dengan hal itu adalah literasi keuangan syariah, kualitas pelayanan, dan lokasi bank. Kualitas pelayanan berperan penting dalam menarik nasabah karena berkaitan dengan kenyamanan dan kepuasan. Literasi keuangan syariah yang efektif meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat tentang manfaat menabung pada bank syariah, sedangkan lokasi yang strategis dan mudah diakses memengaruhi keputusan masyarakat menggunakan layanan keuangan.

Penelitian terdahulu tentang faktor yang memengaruhi keputusan atau minat menabung di bank syariah menunjukkan hasil yang beragam. Wijaya et al. menemukan bahwa kualitas pelayanan, promosi, dan lokasi memengaruhi minat masyarakat menabung di BSI, sedangkan Kurniawan dan Yogitriani melaporkan pengaruh signifikan lokasi dan promosi terhadap minat menabung di bank syariah. Diana dan Alrasyid melaporkan pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan dan promosi terhadap minat dan keputusan pengguna tabungan BSI, dan Widiawati et al. menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat menabung di BSI. Sebaliknya, Reshita menemukan bahwa lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah Bank BNI di Sidoarjo.

Dari telaah tersebut tampak tiga kesenjangan penelitian (*research gap*). Pertama, kesenjangan empiris: temuan mengenai pengaruh lokasi tidak konsisten, sebagian menyatakan signifikan dan sebagian lain tidak signifikan. Kedua, kesenjangan kontekstual: kajian terdahulu umumnya berfokus pada wilayah perkotaan secara umum, sehingga studi yang menelaah kawasan sub-urban penyangga dengan masyarakat konservatif seperti Harapan Indah, Kota Bekasi, masih terbatas. Ketiga, kesenjangan model: sebagian besar variasi keputusan menabung diduga masih dijelaskan oleh faktor di luar model yang lazim diuji, sehingga kombinasi variabel perlu diuji kembali pada konteks yang berbeda.

Kebaruan (*novelty*) penelitian ini terletak pada pengujian simultan tiga faktor, yaitu literasi keuangan syariah, kualitas pelayanan, dan lokasi, terhadap keputusan menabung (bukan sekadar minat) pada satu kantor cabang BSI di kawasan sub-urban Bekasi. Tujuan penelitian ini

adalah menganalisis pengaruh parsial dan simultan ketiga variabel tersebut terhadap keputusan menabung pada BSI KCP Bekasi Harapan Indah.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Bank Syariah dan Keputusan Menabung

Bank syariah adalah lembaga keuangan yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah, yaitu aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana, pembiayaan, atau kegiatan usaha lainnya. Prinsip tersebut antara lain melarang riba (bunga), maysir (perjudian), dan gharar (ketidakpastian yang berlebihan). Keputusan penggunaan adalah tindakan konsumen untuk memutuskan menggunakan atau tidak menggunakan suatu produk. Dalam konteks perbankan, menabung berarti menyisihkan sebagian pendapatan yang tidak dikonsumsi saat ini untuk dimanfaatkan pada masa mendatang atau untuk mengantisipasi ketidakpastian, sehingga keputusan menabung adalah proses mengalokasikan pendapatan antara konsumsi langsung dan simpanan. Mengacu pada Kotler dan Armstrong, keputusan penggunaan jasa diukur melalui tiga tahap, yaitu pencarian informasi, evaluasi produk, dan keputusan pembelian.

2.2 Literasi Keuangan Syariah

Literasi keuangan syariah adalah tingkat pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan individu mengenai lembaga, produk, dan jasa keuangan yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah, termasuk pemahaman tentang larangan riba, gharar, dan maisir serta sistem bagi hasil. Literasi ini tidak terbatas bagi umat Muslim, tetapi relevan bagi siapa pun yang ingin menggunakan sistem keuangan yang menjunjung keadilan, transparansi, dan pembagian risiko secara proporsional. Indikator literasi keuangan syariah mengacu pada OJK, yaitu pengetahuan (*knowledge*), keterampilan (*skill*), keyakinan (*confidence*), sikap (*attitude*), dan perilaku (*behavior*).

2.3 Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan berfokus pada pemenuhan kebutuhan dan harapan pelanggan secara tepat waktu, dipandang sebagai tindakan yang bertujuan memuaskan pelanggan, dan menjadi komponen penting pelayanan prima. Konsumen yang semakin kritis menuntut kualitas yang sesuai dengan harga yang dibayar serta pelayanan yang baik. Kualitas pelayanan dinilai dari perbandingan antara harapan dan kinerja layanan yang diterima: jika layanan sesuai harapan, kualitas dipersepsikan baik, dan jika melampaui harapan, kualitas dianggap ideal. Mengikuti Yulasmi dan Kumbara, indikator kualitas pelayanan adalah keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*).

2.4 Lokasi

Teori lokasi mempelajari tata ruang (*spatial order*) kegiatan ekonomi serta alokasi geografis sumber daya potensial dan hubungannya dengan berbagai kegiatan usaha. Salah satu penentu daya tarik suatu lokasi adalah aksesibilitas, yaitu kemudahan mencapai lokasi yang dipengaruhi oleh jarak, kondisi infrastruktur transportasi, serta keamanan dan kenyamanan jalur yang dilalui. Harjanto menyebut aksesibilitas dan visibilitas sebagai indikator untuk menilai lokasi.

2.5 Penelitian Terdahulu dan Pengembangan Hipotesis

Tabel 1 merangkum penelitian terdahulu yang relevan dengan variabel penelitian ini.

Tabel 1. Ringkasan Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Variabel	Hasil utama
1	Widiawati et al.	Literasi keuangan; minat menabung di BSI	Literasi keuangan berpengaruh positif secara parsial terhadap minat menabung di BSI (31 partisipan).
2	Tania dan Aditi	Kualitas pelayanan, harga, lokasi; minat membeli ulang	Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan; harga dan lokasi berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat membeli ulang.
3	Yulasmi dan Kumbara	Lokasi, promosi, kualitas pelayanan; minat kunjung	Ketiganya berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dan minat kunjung.
4	Aryani	Kualitas pelayanan, promosi; minat beli	Berpengaruh signifikan secara simultan; kualitas pelayanan tidak signifikan secara parsial.
5	Reshita	Promosi, lokasi, kualitas pelayanan; minat menabung di Bank BNI Sidoarjo	Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan; lokasi tidak berpengaruh signifikan.
6	Widayat dan Purwanto	Kualitas pelayanan, harga, keberagaman produk, suasana toko, lokasi; minat beli	Kualitas pelayanan dan harga tidak signifikan; keberagaman produk, suasana toko, dan lokasi signifikan.

Sumber: diolah dari berbagai penelitian terdahulu.

Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu, hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut.

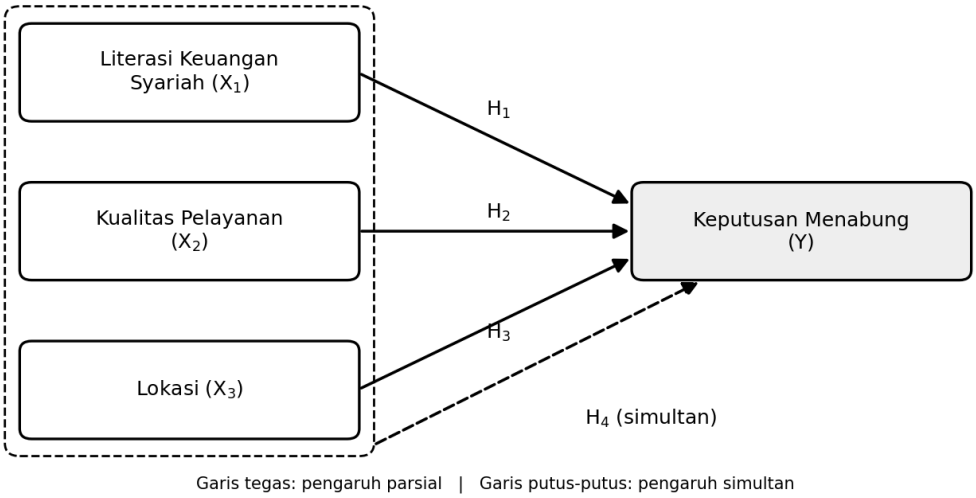
H_1: Literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap keputusan menabung pada BSI KCP Bekasi Harapan Indah.

H_2: Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan menabung pada BSI KCP Bekasi Harapan Indah.

H_3: Lokasi berpengaruh terhadap keputusan menabung pada BSI KCP Bekasi Harapan Indah.

H_4: Literasi keuangan syariah, kualitas pelayanan, dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan menabung pada BSI KCP Bekasi Harapan Indah.

Hubungan antarvariabel digambarkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

3. Metodologi Penelitian

3.1 Desain, Lokasi, dan Waktu Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menguji pengaruh literasi keuangan syariah (X_1), kualitas pelayanan (X_2), dan lokasi (X_3) terhadap keputusan menabung (Y). Penelitian dibatasi pada nasabah BSI KCP Bekasi Harapan Indah, Harapan Indah Boulevard Hijau Raya, Kelurahan Pejuang, Kecamatan Medan Satria, Kota Bekasi. Pengumpulan data dilaksanakan pada bulan Juli 2026.

3.2 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi adalah keseluruhan subjek atau objek dengan jumlah dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Populasi penelitian berjumlah 137.256 yang diperoleh dari data BSI KCP Bekasi Harapan Indah. Sampel ditentukan dengan rumus Slovin, $n = N / (1 + Ne^2)$, dengan N adalah ukuran populasi dan e adalah batas kesalahan yang ditoleransi sebesar 10%. Perhitungannya adalah $n = 137.256 / (1 + 137.256 \times 0{,}1^2) = 137.256 / 1.373{,}56 = 99{,}93$, yang dibulatkan menjadi 100 responden. Teknik pengambilan sampel adalah *non-probability sampling* jenis *incidental sampling*, yaitu nasabah BSI KCP Bekasi Harapan Indah yang secara kebetulan ditemui peneliti dan dianggap sesuai sebagai sumber data.

3.3 Operasionalisasi Variabel

Tabel 2 menyajikan variabel penelitian, indikator, dan butir pernyataan kuesioner.

Tabel 2. Operasionalisasi Variabel

Variabel	Indikator	Butir
Literasi Keuangan Syariah (X_1)	Pengetahuan; keterampilan; keyakinan; sikap; perilaku	LKS1–LKS5
Kualitas Pelayanan (X_2)	Keandalan; daya tanggap; jaminan; empati; bukti fisik	KL1–KL5
Lokasi (X_3)	Aksesibilitas; visibilitas	L1–L5
Keputusan Menabung (Y)	Pencarian informasi; evaluasi produk; keputusan pembelian	KM1–KM5

Sumber: diolah peneliti (2026).

3.4 Teknik Pengumpulan Data dan Skala Pengukuran

Data primer dikumpulkan melalui kuesioner yang dibuat dengan Google Form dan disebarkan secara daring maupun luring kepada responden, sedangkan data sekunder diperoleh dari literatur, buku, jurnal, dan sumber internet. Setiap pernyataan diukur dengan skala Likert lima tingkat : sangat setuju (5), setuju (4), netral (3), tidak setuju (2), dan sangat tidak setuju (1).

3.5 Teknik Analisis Data

Analisis dilakukan dengan IBM SPSS Statistics 25 melalui tahapan berikut. (1) Uji validitas: butir dinyatakan valid jika r hitung lebih besar daripada r tabel sebesar 0,196 (taraf signifikansi 5%, df = 100 − 2 = 98). (2) Uji reliabilitas dengan Cronbach's Alpha: instrumen reliabel jika nilainya lebih besar dari 0,60. (3) Uji asumsi klasik: normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov (data normal jika sig. > 0,05), heteroskedastisitas dengan grafik *scatterplot*, dan multikolinearitas dengan nilai *tolerance* > 0,10 dan VIF < 10. (4) Analisis regresi linear berganda dengan model $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$. (5) Uji hipotesis: uji t untuk pengaruh parsial (t tabel 1,985 pada df = 96), uji F untuk pengaruh simultan (F tabel 3,09), dan koefisien determinasi (R^2), seluruhnya pada taraf signifikansi 5%.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

PT Bank Syariah Indonesia (BSI) berdiri pada 1 Februari 2021 melalui penggabungan Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah. Produk simpanan dan layanan BSI antara lain BSI Tabungan Easy Wadiah, BSI Tabungan Easy Mudharabah, BSI Tabungan Valas, BSI Tabungan Emas, BSI Tabungan Haji, BSI Tapenas, dan pembiayaan BSI KUR untuk UMKM. Beberapa di antaranya, seperti Tabungan Easy Wadiah dan Tabungan Emas, dapat diakses melalui pembukaan rekening daring atau aplikasi BSI Mobile.

4.2 Karakteristik Responden

Responden berjumlah 100 nasabah BSI KCP Bekasi Harapan Indah. Karakteristik responden disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Karakteristik Responden (N = 100)

Karakteristik	Kategori	Jumlah	Persentase
Jenis kelamin	Laki-laki	55	55%
	Perempuan	45	45%
Usia	< 25 tahun	26	26%
	26–35 tahun	33	33%
	> 35 tahun	41	41%
Lama menjadi nasabah	3 bulan–1 tahun	33	33%
	1–3 tahun	40	40%
	3–6 tahun	27	27%

Sumber: data primer yang diolah (2026).

Responden laki-laki (55%) sedikit lebih banyak daripada perempuan (45%). Responden terbanyak berusia di atas 35 tahun (41%) dan telah menjadi nasabah selama 1–3 tahun (40%). Komposisi ini dipengaruhi oleh teknik *incidental sampling* sehingga tidak mencerminkan komposisi seluruh nasabah BSI.

4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas

Seluruh 20 butir pernyataan memiliki r hitung di atas r tabel (0,196) sehingga dinyatakan valid, dan nilai Cronbach's Alpha setiap variabel melebihi 0,60 sehingga instrumen dinyatakan reliabel (Tabel 4).

Tabel 4. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

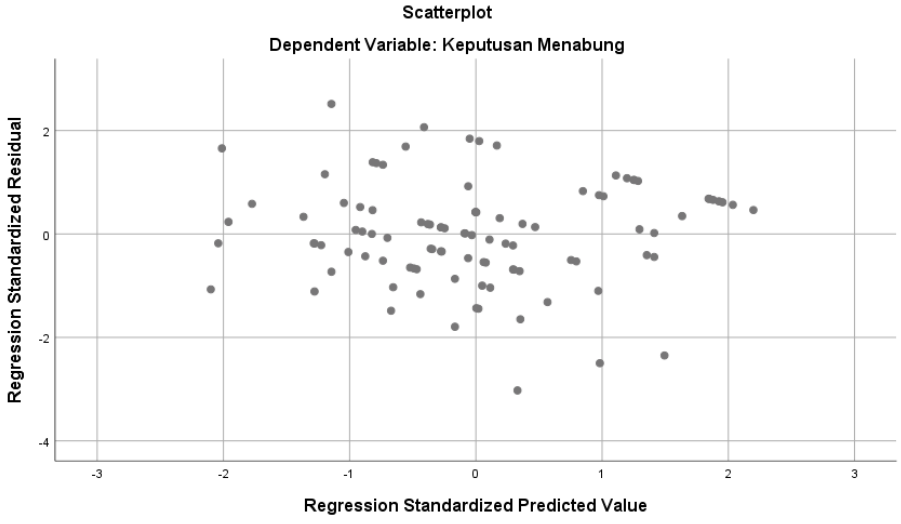
Variabel	Butir	Rentang r hitung	r tabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Literasi Keuangan Syariah (X_1)	5	0,459–0,764	0,196	0,620	Valid; reliabel
Kualitas Pelayanan (X_2)	5	0,458–0,771	0,196	0,604	Valid; reliabel
Lokasi (X_3)	5	0,441–0,771	0,196	0,696	Valid; reliabel
Keputusan Menabung (Y)	5	0,571–0,712	0,196	0,679	Valid; reliabel

Sumber: data primer yang diolah (2026).

Nilai Cronbach's Alpha untuk kualitas pelayanan (0,604) dan literasi keuangan syariah (0,620) hanya sedikit di atas batas 0,60, sehingga konsistensi internal kedua instrumen tersebut tergolong minimal memenuhi syarat.

4.4 Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas Kolmogorov-Smirnov terhadap residual menghasilkan statistik uji 0,059 dengan signifikansi asimptotik 0,200 (> 0,05), sehingga residual berdistribusi normal. Pada uji heteroskedastisitas, titik-titik pada grafik *scatterplot* (Gambar 2) menyebar secara acak di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y tanpa pola tertentu, sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas.



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas (Scatterplot)

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 25 No 11 Tahun 2026

Nilai *tolerance* seluruh variabel di atas 0,10 dan VIF di bawah 10 (Tabel 5), sehingga tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Literasi Keuangan Syariah (X_1)	0,980	1,020	Bebas multikolinearitas
Kualitas Pelayanan (X_2)	0,979	1,022	Bebas multikolinearitas
Lokasi (X_3)	0,997	1,003	Bebas multikolinearitas

Sumber: data primer yang diolah (2026).

4.5 Hasil Analisis Regresi dan Uji Hipotesis

Hasil analisis regresi linear berganda dan uji t disajikan pada Tabel 6, dengan variabel dependen keputusan menabung.

Tabel 6. Hasil Regresi Linear Berganda dan Uji t

Variabel	B	Std. Error	Beta	t hitung	Sig.	Hipotesis
(Konstanta)	11,137	2,992	-	3,722	0,000	-
Literasi Keuangan Syariah (X_1)	0,540	0,092	0,513	5,857	0,000	H_1 diterima
Kualitas Pelayanan (X_2)	0,039	0,094	0,036	0,413	0,681	H_2 ditolak
Lokasi (X_3)	−0,108	0,102	−0,092	−1,060	0,292	H_3 ditolak

Sumber: data primer yang diolah (2026). t tabel = 1,985.

Persamaan regresi yang diperoleh adalah $Y = 11{,}137 + 0{,}540X_1 + 0{,}039X_2 - 0{,}108X_3 + e$. Konstanta 11,137 berarti bahwa bila ketiga variabel bebas bernilai nol, keputusan menabung bernilai 11,137. Koefisien literasi keuangan syariah (0,540) menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu poin literasi diikuti kenaikan keputusan menabung sebesar 0,540 satuan, dengan variabel lain tetap. Koefisien kualitas pelayanan (0,039) bertanda positif, sedangkan koefisien lokasi (−0,108) bertanda negatif.

Uji t menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung ($t = 5{,}857 > 1{,}985$; sig. 0,000 < 0,05), sehingga H_1 diterima. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan ($t = 0{,}413 < 1{,}985$; sig. 0,681 > 0,05), sehingga H_2 ditolak. Lokasi juga tidak berpengaruh signifikan ($t = -1{,}060$; $|t| < 1{,}985$; sig. 0,292 > 0,05), sehingga H_3 ditolak; tanda negatif pada koefisien lokasi tidak dapat ditafsirkan sebagai pengaruh yang nyata karena tidak signifikan secara statistik.

Hasil uji F pada Tabel 7 menunjukkan F hitung 12,426 > F tabel 3,09 dengan sig. 0,000 < 0,05, sehingga H_4 diterima: ketiga variabel secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung.

Tabel 7. Hasil Uji Simultan (Uji F)

Sumber variasi	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	173,467	3	57,822	12,426	0,000
Residual	446,723	96	4,653		
Total	620,190	99			

Sumber: data primer yang diolah (2026). Prediktor: konstanta, lokasi, literasi keuangan syariah, kualitas pelayanan.

Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,280 (Tabel 8) berarti bahwa ketiga variabel bebas menjelaskan 28,0% variasi keputusan menabung, sedangkan 72,0% dijelaskan oleh faktor lain di luar model.

Tabel 8. Ringkasan Model (Koefisien Determinasi)

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0,529	0,280	0,257	2,157

Sumber: data primer yang diolah (2026).

4.6 Pembahasan

Pengaruh literasi keuangan syariah. Literasi keuangan syariah terbukti berpengaruh positif dan signifikan, dan memiliki bobot terbesar dalam model (Beta = 0,513). Temuan ini sejalan dengan Widiawati et al. yang melaporkan pengaruh positif literasi keuangan terhadap minat menabung di BSI, dan mendukung argumen bahwa pemahaman masyarakat tentang produk, manfaat, dan prinsip bank syariah meningkatkan kesadaran untuk menabung. Nasabah yang lebih paham keuntungan dan risiko menabung di BSI, memiliki keyakinan terhadap keamanan bank syariah, dan terbiasa menyisihkan uang cenderung lebih mantap memutuskan menabung.

Pengaruh kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung. Hasil ini sejalan dengan temuan Aryani bahwa kualitas pelayanan tidak signifikan secara parsial dan Widayat dan Purwanto , tetapi berbeda dengan penelitian lain yang menemukan pengaruh signifikan. Penjelasan yang masuk akal, meskipun belum diuji dalam penelitian ini, adalah bahwa responden merupakan nasabah yang sudah menggunakan layanan BSI sehingga pengalaman pelayanan relatif seragam dan dipandang sebagai standar minimum, bukan pembeda dalam keputusan menabung. Kualitas pelayanan tetap perlu dipertahankan untuk menjaga kenyamanan dan kepercayaan nasabah.

Pengaruh lokasi. Lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung, dan koefisiennya yang bertanda negatif tidak signifikan secara statistik. Temuan ini sejalan dengan Reshita yang menemukan lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah bank, serta dengan Tania dan Aditi yang menemukan lokasi tidak signifikan terhadap minat membeli ulang. Hasil ini berbeda dengan Kurniawan dan Yogitriani serta Wijaya et al. Ketersediaan layanan digital, seperti pembukaan rekening daring dan aplikasi BSI Mobile, dapat mengurangi peran lokasi fisik kantor, meskipun dugaan ini juga perlu diuji lebih lanjut.

Pengaruh simultan. Ketiga variabel secara bersama-sama berpengaruh signifikan (F = 12,426; sig. 0,000), tetapi signifikansi simultan ini terutama ditopang oleh literasi keuangan syariah karena dua variabel lain tidak signifikan secara parsial. Nilai R^2 sebesar 28,0% menunjukkan bahwa model memiliki daya jelaskan yang moderat dan 72,0% variasi keputusan menabung ditentukan oleh faktor lain, seperti kepercayaan terhadap bank, persepsi terhadap produk, promosi, religiositas, kemudahan transaksi digital, pendapatan, kebutuhan keuangan, dan faktor sosial.

Implikasi dan keterbatasan. Secara praktis, strategi peningkatan keputusan menabung di BSI KCP Bekasi Harapan Indah sebaiknya menempatkan edukasi keuangan syariah sebagai prioritas. Secara teoretis, hasil penelitian menambah bukti empiris bahwa pengaruh lokasi dan kualitas

pelayanan bersifat kontekstual. Interpretasi hasil perlu mempertimbangkan beberapa keterbatasan: sampel diambil dengan *incidental sampling* (non-probabilitas) pada satu kantor cabang sehingga generalisasi terbatas, data bersumber dari persepsi responden melalui kuesioner, dan reliabilitas instrumen kualitas pelayanan serta literasi keuangan syariah hanya sedikit di atas batas minimum.

5. Kesimpulan

Berdasarkan analisis terhadap 100 nasabah BSI KCP Bekasi Harapan Indah, penelitian ini menyimpulkan bahwa: (1) literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung (t = 5,857; sig. 0,000; B = 0,540); (2) kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan (t = 0,413; sig. 0,681); (3) lokasi tidak berpengaruh signifikan (t = −1,060; sig. 0,292); (4) ketiga variabel secara simultan berpengaruh signifikan (F = 12,426; sig. 0,000); dan (5) koefisien determinasi sebesar 0,280 menunjukkan bahwa 28,0% variasi keputusan menabung dijelaskan oleh model, sedangkan 72,0% dijelaskan oleh faktor lain. Temuan ini berkontribusi pada literatur perilaku menabung di perbankan syariah dengan menunjukkan bahwa, pada konteks sub-urban Bekasi, pemahaman keuangan syariah lebih menentukan daripada kualitas pelayanan dan lokasi.

Saran. Bagi BSI KCP Bekasi Harapan Indah, program edukasi dan sosialisasi literasi keuangan syariah perlu ditingkatkan, misalnya melalui seminar, kegiatan komunitas, dan media sosial yang menjelaskan akad, produk, manfaat, biaya, dan prinsip perbankan syariah. Kualitas pelayanan tetap perlu dipertahankan, dan strategi tidak sebaiknya bergantung pada lokasi fisik semata, tetapi dilengkapi layanan digital dan kemudahan transaksi jarak jauh. Bagi masyarakat atau calon nasabah, peningkatan pemahaman tentang prinsip syariah dan karakteristik produk membantu pengambilan keputusan keuangan yang lebih tepat. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan menambahkan variabel seperti kepercayaan, promosi, persepsi produk, religiositas, kemudahan transaksi digital, pendapatan, atau faktor sosial, serta memperluas jumlah responden, wilayah, dan kantor cabang BSI yang diteliti dengan teknik pengambilan sampel probabilitas.

DAFTAR PUSTAKA

[1] R. Nelly and S. Siregar, “Analisis Manajemen Risiko pada Bank Syariah: Tinjauan Literatur,” *RESLAJ: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, vol. 4, p. 918, 2022, doi: 10.47476/reslaj.v4i4.1008.

[2] S. Bella, M. Faizal, and Fadilla, “Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Palembang Demang,” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah STEBIS Global Mandiri*, vol. 3, no. 1, 2023.

[3] N. Diana and H. Alrasyid, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Minat dan Keputusan Pengguna Tabungan Lembaga Keuangan Syariah (Studi pada Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah UNISMA Pengguna BSI),” *Islamic Economic and Finance Journal*, vol. 3, no. 2, 2022.

[4] O. Ekasari and D. Hartomo, “Pengawasan Syariah, Tata Kelola, dan Kinerja Bank Syariah,” *Jurnal Bisnis & Manajemen*, 2019.

[5] Otoritas Jasa Keuangan, *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia 2021–2025*, 2021.

[6] Info Bank News, "Ini Dia Daftar 10 Bank Syariah dan UUS dengan Aset Terbesar di RI," 2024. [Online]. Available: https://infobanknews.com/ini-dia-daftar-10-bank-syariah-dan-uus-dengan-aset-terbesar-di-ri/

[7] Databoks, "BSI, Bank Syariah yang Paling Banyak Digunakan Masyarakat Indonesia," 2023. [Online]. Available: https://databoks.katadata.co.id/index.php/datapublish/2023/05/03/bsi-banksyariah-yang-paling-banyak-digunakan-masyarakat-indonesia

[8] Bank Syariah Indonesia, "Torehkan Kinerja Impresif Sepanjang 2023, BSI Raih Penghargaan Prominent Award 2024," 2024. [Online]. Available: https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/torehkan-kinerja-impresif-sepanjang-2023-bsi-raih-penghargaan-prominent-award-2024

[9] S. Al Idrus, *Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian: Konsep dan Teori*. Media Nusa Creative (MNC Publishing), 2021.

[10] A. Budiono, "Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, Lokasi, Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Bebek Kaleo Tebet Jakarta Selatan di Masa Pandemi Covid-19," *Segmen Jurnal Manajemen dan Bisnis*, vol. 17, no. 2, 2021.

[11] A. Mujib, "Manajemen Strategi Promosi Produk Pembiayaan Perbankan Syariah," *Jurnal Perbankan Syariah*, 2016.

[12] H. Wijayanti and C. M. Handayani, "Pengaruh Lokasi, Harga, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Rumah Surodinawan Grandsite pada PT. Dwi Mulya Jaya Mojokerto," *Jurnal Majalah Ekonomi*, vol. 20, no. 1, 2015.

[13] D. Kumala and M. Edityawati, "Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Konsumen di Toko Alfamart Cileungsi," *Jurnal Tadbir Peradaban*, vol. 3, no. 1, 2023.

[14] F. Wijaya, A. Addiarrahman, and M. T. Ridho, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Lokasi terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) (Studi pada Masyarakat Kecamatan Merlung)," *Al Itmamiy: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, vol. 5, no. 1, 2023.

[15] B. Kurniawan and R. Yogitriani, "Pengaruh Lokasi dan Promosi terhadap Minat Menabung di Bank Syariah pada Masyarakat Kelurahan Cempaka Putih Kota Jambi," *Margin: Journal of Islamic Banking*, vol. 3, no. 2, 2023.

[16] L. Widiawati, I. H. Hajidah, H. Saraswati, and W. Hidayat, "Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (BSI)," *Student Research Journal*, vol. 1, no. 3, pp. 64–84, 2023.

[17] R. Reshita, "Pengaruh Promosi, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank BNI di Sidoarjo," 2015.

[18] S. Jamarnis and F. Susanti, "Pengaruh Harga dan Periklanan melalui Internet terhadap Keputusan Pembelian Produk Sabun Merek Lux pada Mahasiswa STIE 'KBP' Padang," *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, vol. 2, no. 1, pp. 1–10, 2019.

[19] Kotler and Armstrong, *Principles of Marketing*, 16th ed., Global ed. Pearson Education Limited, 2016.

[20] A.-M. F. Alwi and J. Mulyono, "Pengaruh Harga, Lokasi, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan 'Menantea Café' Teluk Jambe Karawang," *Jurnal Mirai Management*, vol. 8, no. 1, pp. 227–243, 2023.

[21] M. Yazid, M. Elly, and D. Hermawan, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Citra Perusahaan terhadap Keputusan Pembelian pada Kantor BMT NU Cabang Bantaran," *Journal Management, Accounting, and Digital Business*, vol. 1, no. 4, pp. 551–560, 2023.

[22] M. Aryani, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen Mixue Kota Mataram," *Jurnal Visionary: Penelitian dan Pengembangan di Bidang Administrasi Pendidikan*, vol. 12, no. 1, 2024.

[23] Kasinem, "Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Bukit Serelo Lahat," *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, vol. 17, no. 3, pp. 329–339, 2020.

[24] Yulasmi and V. Kumbara, "Determinasi Lokasi, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Kunjung melalui Kepuasan Konsumen pada Daerah Wisata Harau," *Jurnal Sains Informatika Terapan (JSIT)*, vol. 1, no. 1, 2022.

[25] M. T. R. Ali, "Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Lokasi, dan Fasilitas terhadap Keputusan Pembelian Rumah," *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, vol. 6, no. 9, 2017.

[26] D. Harjanto, "Pengaruh Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Rumah pada CV. Interhouse Design," *Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, vol. 1, no. 3, 2016.

[27] C. Tania and B. Aditi, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Minat Membeli Ulang, dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Konsumen di Cafe N2 Foodcourt Tanjung Morawa)," vol. 2, no. 1, 2022.

[28] W. Widayat and H. Purwanto, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Keberagaman Produk, Suasana Toko dan Lokasi terhadap Minat Beli Konsumen," *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 2020.

[29] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV Alfabeta, 2017.

[30] Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*, 8th ed. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016.

[31] G. Sumodiningrat, *Ekonometrika Pengantar*. PFE Yogyakarta, 2007.