

JURNAL

AKUNTANSI & KEUANGAN

Volume 15, No. 1, Maret 2024

ISSN: 2087-2054

Analisis Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Efektivitas Penggunaan Informasi Akuntansi Pada UKM di Kaliwungu Selatan

Dewi Nabila, Parju, Caecilia Sri Haryanti, Agung Wibowo

Determinan Keputusan Menabung Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Liwa Lampung Barat

Agus Kurniwan, Gustika Nurmalia

Pengaruh Financial Distress Dan Fraud Hexagon Terhadap Fraudulent Financial Statement Dengan Komite Audit Sebagai Variabel Moderasi

Sinta Wati, Sugeng Hariadi

Pengaruh Pendapatan Asli Daerah Dan Dana Alokasi Khusus Terhadap Belanja Modal Pemerintah Kabupaten Di Provinsi Sumatera Selatan Tahun 2017-2021

Anis Feblin, Gitta Destalya Adrian Nova, Mardiah Kenamon, Miwarma Saputri

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Manajemen Laba Melalui Proporsi Komisaris Independen Pada (Perusahaan Transportasi Yang Listing Di BEI Tahun 2020 - 2022)

Dedi Putra, Tiara Alviola, Delli Maria

Analisis Financial Distress Menggunakan Model Altman Z-Score Pada Perusahaan Perbankan Yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2021

Novi Nurul Hidayah, Andre Kussuma Adiputra, Poly Endrayanto Eko Chrismawan, V. Wiratna Sujarweni

Menggali Dampak Kompetensi SDM dan Sistem Akuntansi Terhadap Kelangsungan Laporan Keuangan Balai Guru Penggerak di Provinsi Lampung

Raisha Makhlida Ramadhanty, Rita Oktaviani, Aminah

Pengaruh Financial Technology Terhadap Profitabilitas Perbankan Konvensional Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI)

Nurdiawansyah, Made Bintang Pratama, Syamsu Rizal

Perkembangan Sistem Informasi Akuntansi Dan Evaluasi Kinerja Pegawai: Dampaknya Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Dinas Pekerjaan Umum Dan Penataan Ruang Kabupaten Tulang Bawang

Miftahul Jannah, Aminah, Indrayenti, Farida Efriyanti

Determinan Persepsi Wajib Pajak Mengenai Etika Penggelapan Pajak

Wayan Santiasih, Nurdiawansyah, Maharani, Shania Tri Adelia Siregar

JURNAL

AKUNTANSI & KEUANGAN

Volume 15, No. 1, Maret 2024

ISSN: 2087-2054

Dewan Pembina

Prof. Dr. Ir. M. Yusuf S. Barusman, M.B.A
Prof. Dr. Iskandar Ali Alam S.E., M.M.

Editor in Chief

Dr. Aminah, S.E., M.S.Ak.CSRS.

Managing Editor

Luke Suciwati Amna, S.E., M.S.Ak.

Editor

Dr. Khairudin S.E., M.S.Ak.
Nurdiawansyah, S.E., M.S.Ak.

Penyuting Ahli (Mitra Bestari)

Dr. Tina Miniawati, S.E., M.B.A. (Universitas Trisakti)
Dr. Khomsiyah, S.E., M.M. (Universitas Trisakti)
Dr. Lindrianasari, S.E., M.Si.Akt., C.A. (Universitas Lampung)
Sujoko Efferin, Mcom (Hons), MA(Econ), Ph.D. (Universitas Surabaya)

Penerbit

Universitas Bandar Lampung
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Akuntansi
SENARAI-Jurnal Akuntansi & Keuangan Terbit 2 kali setahun pada bulan Maret &
September

Artikel yang dimuat berupa hasil riset Empiris dan telah teoritis konseptual yang kritis
dalam kajian bidang akuntansi, auditing, perpajakan, dan keuangan.

Alamat Redaksi

Gedung F- Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bandar Lampung
Kampus A Jalan Z.A Pagar Alam No. 26 Labuan Ratu Bandar Lampung 35142
Telp: (0721) 701979, Fax: (0721) 701467, Email: *Prodi.akuntansi@ubl.ac.id*

JURNAL

AKUNTANSI & KEUANGAN

Volume 15, No. 1, Maret 2024

ISSN: 2087-2054

Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Efektivitas Penggunaan Informasi Akuntansi Pada UKM di Kaliwungu Selatan

Dewi Nabila, Parju, Caecilia Sri Haryyanti, Agung Wibowo

Determinan Keputusan Menabung Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Liwa Lampung Barat

Agus Kurniwan, Gustika Nurmalia

Pengaruh Financial Distress Dan Fraud Hexagon Terhadap Fraudulent Financial Statement Dengan Komite Audit Sebagai Variabel Moderasi

Sinta Wati, Sugeng Hariadi

Pengaruh Pendapatan Asli Daerah Dan Dana Alokasi Khusus Terhadap Belanja Modal Pemerintah Kabupaten Di Provinsi Sumatera Selatan Tahun 2017-2021

Anis Feblin, Gitta Destalya Adrian Nova, Mardiah Kenamon, Miwarma Saputri

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Manajemen Laba Melalui Proporsi Komisaris Independen Pada (Perusahaan Transportasi Yang Listing Di BEI Tahun 2020 – 2022)

Dedi Putra, Tiara Alviola, Delli Maria

Analisis Financial Distress Menggunakan Model Altman Z-Score Pada Perusahaan Perbankan Yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2021

Novi Nurul Hidayah, Andre Kussuma Adiputra, Poly Endrayanto Eko Chrismawan, V. Wiratna Sujarweni

Menggali Dampak Kompetensi SDM dan Sistem Akuntansi Terhadap Kelangsungan Laporan Keuangan Balai Guru Penggerak di Provinsi Lampung

Raisha Makhliida Ramadhanty, Rita Oktaviani, Aminah

Pengaruh Financial Technology Terhadap Profitabilitas Perbankan Konvensional Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI)

Nurdiawansyah, Made Bintang Pratama, Syamsu Rizal

Perkembangan Sistem Informasi Akuntansi Dan Evaluasi Kinerja Pegawai: Dampaknya Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Dinas Pekerjaan Umum Dan Penataan Ruang Kabupaten Tulang Bawang

Miftahul Jannah, Aminah, Indrayenti, Farida Efriyanti

Determinan Persepsi Wajib Pajak Mengenai Etika Penggelapan Pajak

Wayan Santiasih, Nurdiawansyah, Maharani, Shania Tri Adelia Siregar

JURNAL

AKUNTANSI & KEUANGAN

Volume 15, No. 1, Maret 2024

ISSN: 2087-2054

Daftar Isi

	Halaman
Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Efektivitas Penggunaan Informasi Akuntansi Pada UKM di Kaliwungu Selatan Dewi Nabila, Parju, Caecilia Sri Haryanti, Agung Wibowo	1-13
Determinan Keputusan Menabung Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Liwa Lampung Barat Agus Kurniwan, Gustika Nurmalia	13-26
Pengaruh Financial Distress Dan Fraud Hexagon Terhadap Fraudulent Financial Statement Dengan Komite Audit Sebagai Variabel Moderasi Sinta Wati, Sugeng Hariadi	27-38
Pengaruh Pendapatan Asli Daerah Dan Dana Alokasi Khusus Terhadap Belanja Modal Pemerintah Kabupaten Di Provinsi Sumatera Selatan Tahun 2017-2021 Anis Feblin, Gitta Destalya Adrian Nova, Mardiah Kenamon, Miwarma Saputri	39-53
Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Manajemen Laba Melalui Proporsi Komisaris Independen Pada (Perusahaan Transportasi Yang Listing Di BEI Tahun 2020 – 2022) Dedi Putra, Tiara Alviola, Delli Maria	54-64
Analisis Financial Distress Menggunakan Model Altman Z-Score Pada Perusahaan Perbankan Yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2021 Novi Nurul Hidayah, Andre Kusuma Adiputra, Poly Endrayanto Eko Christmawan, V. Wiratna Sujarweni	65-79
Menggali Dampak Kompetensi SDM dan Sistem Akuntansi Terhadap Kelangsungan Laporan Keuangan Balai Guru Penggerak di Provinsi Lampung Raisha Makhliida Ramadhanty, Rita Oktaviani, Aminah	80-96
Pengaruh Financial Technology Terhadap Profitabilitas Perbankan Konvensional Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Nurdiawansyah, Made Bintang Pratama, Syamsu Rizal	97-108

JURNAL

AKUNTANSI & KEUANGAN

Volume 15, No. 1, Maret 2024

ISSN: 2087-2054

Daftar Isi

	Halaman
Perkembangan Sistem Informasi Akuntansi Dan Evaluasi Kinerja Pegawai: Dampaknya Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Dinas Pekerjaan Umum Dan Penataan Ruang Kabupaten Tulang Bawang Miftahul Jannah, Aminah, Indrayenti, Farida Efriyanti	109-127
Determinan Persepsi Wajib Pajak Mengenai Etika Penggelapan Pajak Wayan Santiasih, Nurdiawansyah, Maharani, Shania Tri Adelia	128-144

JURNAL

AKUNTANSI & KEUANGAN

Volume 15, No. 1, Maret 2024

ISSN: 2087-2054

Informasi Kebijakan dan Selingkung Berkala

I. Kebijakan editorial

JURNAL Akuntansi & Keuangan adalah sebuah berkala yang dipublikasikan oleh Universitas Bandar Lampung, yang bertujuan untuk menjadi wadah kreatifitas para akademisi, profesional, peneliti, dan mahasiswa di bidang Akuntansi dan Keuangan termasuk juga bidang Auditing, Sistem Informasi Akuntansi, Tata kelola Perusahaan, Perpajakan, Akuntansi Internasional, Akuntansi Manajemen, Akuntansi Keperilakuaan, Pasar Modal dan lain sebagainya. Topik yang semakin meluas di bidang kajian riset Akuntansi diakomodir publikasinya di dalam berkala ini.

Paper yang akan dipublikasikan di dalam berkala **JURNAL** Akuntansi & Keuangan harus ditulis di dalam bahasa Indonesia yang baik dan sesuai dengan EYD. Semua instrumen yang digunakan untuk memperoleh data penelitian harus dimasukkan di dalam lampiran paper penelitian, paling tidak, penulis bersedia memberikan klarifikasi atas instrumen yang digunakan saat ada permintaan dari peneliti lainnya.

Sekretariat Editor Berkala

Gedung F - Fakultas Ekonomi Universitas Bandar Lampung

Fakultas Ekonomi Program Studi Akuntansi

Kampus A Jalan Z.A. Pagar Alam No. 26 Labuhan Ratu Bandar Lampung 35142

Telp.: (0721) 701979, Fax.: (0721) 701467, Email:

II. Petunjuk penulisan

Artikel yang dikirim ke **JURNAL** Akuntansi & Keuangan harus mengikuti petunjuk seperti berikut:

1. Naskah merupakan naskah asli yang belum pernah diterbitkan atau sedang dilakukan penilaian pada berkala lain. Naskah ditulis dalam bahasa Indonesia dengan jarak 1 spasi, sepanjang 20-30 halaman kertas A4 dengan tipe huruf Times New Roman.. Naskah dikirim atau diserahkan ke sekretariat **JURNAL** Akuntansi & Keuangan rangkap satu disertai disket berikut dengan biodata penulis dan alamat lengkap (kantor dan rumah) pada lembaran yang terpisah dari halaman pertama artikel.
2. Judul naskah dapat ditulis dengan menggambarkan isi pokok tulisan, dan atau ditulis secara ringkas, jelas, dan menarik.
3. Nama Penulis disertai catatan kaki tentang profesi dan lembaga tempat penulis bekerja dalam naskah yang telah diterima untuk diterbitkan.
4. Abstrak ketik satu spasi, tidak lebih dari 250 kata dalam bahasa Inggris. Abstrak memuat tujuan penelitian, isu, permasalahan, sampel dan metode penelitian, serta hasil dan simpulan (jika memungkinkan).

5. Pendahuluan berisikan uraian tentang latar belakang masalah, ruang lingkup penelitian, dan telaah pustaka yang terkait dengan permasalahan yang dikaji, serta rumusan hipotesis (jika ada). Uraian pendahuluan maksimum 10% total halaman.
6. Untuk penelitian kuantitatif,
 - a. Telaah Literatur dan Pengembangan Hipotesis memuat paling tidak satu buah teori yang menjadi dasar pemikiran penelitian. Hipotesis dikembangkan menggunakan asumsi dasar teori dan hasil penelitian sebelumnya. Telah literatur maksimum 40 % total halaman.
 - b. Metodologi Penelitian meliputi uraian yang rinci tentang bahan yang digunakan, metoda yang dipilih, teknik, dan cakupan penelitian. Uraian bahan dan metoda maksimum 20 % total halaman.
7. Untuk penelitian kualitatif menyesuaikan dengan metodologi kualitatif.
8. Hasil dan Pembahasan merupakan uraian obyektif dari-hasil penelitian dan pembahasan dilakukan untuk memperkaya makna hasil penelitian. Uraian hasil dan pembahasan minimum 25 % total halaman.
9. Simpulan yang merupakan rumusan dari hasil-hasil penelitian. Harus ada sajian dalam satu kalimat inti yang menjadi simpulan utama. Simpulan maksimum 10% dari keseluruhan lembar artikel.
10. Referensi (Daftar Pustaka) ditulis berurutan berdasarkan alphabetical, disusun menggunakan suku kata terakhir dari nama penulisnya, atau institusi jika dikeluarkan oleh organisasi.
 - a. Buku: nama penulis, tahun penerbitan, judul lengkap buku, penyunting (jika ada), nama penerbit, dan kota penerbitan.
 - b. Artikel dalam buku: nama penulis, tahun penerbitan, judul artikel/tulisan, judul buku, nama penyunting, kota penerbitan, nama penerbit, dan halaman.
 - c. Terbitan berkala: nama penulis, tahun penerbitan, judul tulisan, judul terbitan (bila disingkat, sebaiknya menggunakan singkatan yang baku), volume, nomor, dan halaman.
 - d. Artikel dalam internet: nama penulis, judul, dan situsnya.
 - e. Tabel diberi nomor dan judul dilengkapi dengan sumber data yang ditulis dibawah badan tabel, diikuti tempat dan waktu pengambilan data.
 - f. Ilustrasi dapat berupa gambar, grafik, diagram, peta, dan foto diberi nomor dan judul.
11. Setiap referensi yang digunakan di dalam naskah artikel menggunakan petunjuk yang dirujuk pada The Indonesian Journal of Accounting Research, sebagai berikut:
 - A. Kutipan dalam tubuh naskah paper harus disesuaikan dengan contoh berikut:
 - I. Satu sumber kutipan dengan satu penulis (Brownell, 1981).
 - II. Satu sumber kutipan dengan dua penulis (Frucot dan Shearon, 1991).
 - III. Satu sumber kutipan dengan lebih dari satu penulis (Hotstede et al., 1990).
 - IV. Dua sumber kutipan dengan penulis yang berbeda (Dunk, 1990; Mia, 1988).
 - V. Dua sumber kutipan dengan satu penulis (Brownell, 1981, 1983).
 - VI. Dua sumber kutipan dengan satu penulis diterbitkan pada tahun yang sama (Brownell, 1982a, 1982b).
 - VII. Sumber kutipan dari lembaga harus dinyatakan dengan menggunakan akronim institusi (FASB, 1994)
 - B. Setiap artikel harus menulis referensi menggunakan panduan berikut:
 - I. Referensi harus tercantum dalam urutan abjad dari nama belakang penulis atau nama lembaga.

- II. Referensi harus dinyatakan dengan urutan sebagai berikut: penulis (s) nama, tahun publikasi, judul kertas atau buku teks, nama jurnal atau penerbit dan nomor halaman. Contoh:
- a) Amerika Akuntansi Association, Komite Konsep dan Standar Laporan Keuangan Eksternal. 1977. Pernyataan tentang Teori Akuntansi dan Teori Penerimaan. Sarasota, FL: AAA.
 - b) Demski, J. S., dan D. E. M. Sappington. 1989. Struktur hirarkis dan akuntansi pertanggungjawaban, *Jurnal Akuntansi Penelitian* 27 (Spring): 40-58.
 - c) Dye, R. B., dan R. Magee. 1989. Biaya Kontijensi untuk perusahaan audit. Kertas kerja, Northwestern University, Evanston, IL.
 - d) Indriantoro, N. 1993. Pengaruh Penganggaran Partisipatif Terhadap Prestasi Kerja dan Kepuasan Kerja dengan Locus of Control dan Dimensi Budaya sebagai Moderating Variabel. Ph.D. Disertasi. University of Kentucky, Lexington.
 - e) Naim, A. 1997. Analisis Penggunaan Akuntansi Biaya Produk Dalam Keputusan Harga oligopolistik. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia* 12 (3): 43-50.
 - f) Porcano, T. M. 1984a. Keadilan distributif dan Kebijakan Pajak. *Akuntansi Ulasan* 59 (4): 619-636.
 - g) ----- . 1984b. Pengaruh Persepsi Kebijakan Pajak Niat Investasi Perusahaan. *The Journal of American Association Perpajakan* 6 (Fall): 7-19.
 - h) Pyndyk, R. S. dan D. L. Rubinfeld. 1987. Model ekonometrik & Forecasts Ekonomi, 3rd ed. NY: McGraw-Hill Publishing, Inc.
12. Author(s) harus melampirkan CV, alamat email, alamat korespondensi dan pernyataan yang menyatakan pasal tersebut tidak sedang disampaikan kepada atau diterbitkan oleh jurnal lain dalam email tersebut dan /atau pos.

Determinan Keputusan Menabung Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Liwa Lampung Barat

Agus Kurniawan¹,
Gustika Nurmalia²

^{1,2}Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

E-Mail:

aguskurniawan@radenintan.ac.id
gustikanurmalia@radenintan.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan Bank Syariah yang didasarkan pada prinsip-prinsip ekonomi syariah telah mengalami pertumbuhan yang signifikan. Namun, kurangnya ketersediaan sumber daya manusia yang kompeten dan profesional dalam bidang tersebut belum dapat diatasi dengan segera. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh reputasi dan inovasi produk tabungan terhadap keputusan menabung pada Bank Syariah di Liwa Lampung Barat. Metode penelitian yang digunakan adalah metode secara kuantitatif. Dilihat dari sifatnya penelitian ini bersifat asosiatif. Sumber data menggunakan data primer. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Populasi yang dimaksud adalah jumlah nasabah Bank Syariah di Liwa Lampung Barat yang berjumlah 1.243 orang. Jumlah sampel untuk nasabah Bank Syariah di Liwa Lampung Barat adalah 96 responden. Analisis data menggunakan Regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel reputasi mempunyai nilai koefisien sebesar 0,641 dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa reputasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung pada Bank Syariah di Liwa Lampung Barat. Variabel kemudahan mempunyai nilai koefisien sebesar 0,734 dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung pada Bank Syariah di Liwa Lampung Barat. Variabel inovasi produk mempunyai nilai koefisien sebesar 0,838 dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung pada Bank Syariah di Liwa Lampung Barat. Hasil uji F di atas, diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa ada pengaruh reputasi dan inovasi produk tabungan terhadap keputusan menabung pada Bank Syariah di Liwa Lampung Barat.

Kata Kunci: Reputasi, kemudahan, Inovasi produk, Tabungan dan Keputusan Menabung.

PENDAHULUAN

Bank Muamalat Indonesia, bank syariah pertama di Indonesia, didirikan sebelum ada undang-undang yang secara khusus mengizinkan pendirian bank yang sepenuhnya mengikuti prinsip syariah. Pada tahun 1991, Bank Muamalat Indonesia berdiri sebelum disahkannya Undang-Undang Nomor 7 tahun 1992 tentang perbankan.

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tersebut memungkinkan bank untuk menjalankan aktivitasnya dengan prinsip bagi hasil, bukan dengan sistem bunga. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 mengalami perubahan menjadi Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998, secara jelas mengizinkan pendirian bank berdasarkan prinsip syariah dan memungkinkan bank konvensional untuk membuka Islamic windows dengan mendirikan unit usaha syariah. Sejak saat itu, Indonesia menerapkan sistem perbankan dual, terdiri dari sistem perbankan konvensional dan sistem perbankan syariah. Langkah ini mengikuti Malaysia, yang telah menerapkan sistem perbankan dual sejak 1973 dengan berlakunya Islamic Banking Act yang mulai berlaku pada 1 April 1973. (Sutan RS, 2014)

Setelah diberlakukannya Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998, yang memberikan landasan hukum yang lebih kuat bagi keberadaan sistem perbankan syariah, industri perbankan syariah di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan. Antara tahun 1998 hingga 2001, jumlah aset dalam sistem perbankan syariah tumbuh lebih dari 74% setiap tahunnya. Setelah Undang-Undang Nomor 7 tahun 1992 tentang perbankan direvisi menjadi Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998, diterbitkan undang-undang khusus yang mengatur perbankan syariah, yang sebelumnya tunduk pada undang-undang perbankan tersebut. Undang-Undang perbankan syariah yang dimaksud adalah Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah, yang dikeluarkan pada tanggal 16 Juli 2008. Dengan diterbitkannya undang-undang tersebut, perkembangan industri perbankan syariah di Indonesia semakin didukung oleh landasan hukum yang lebih kuat, yang diharapkan dapat mempercepat pertumbuhannya secara signifikan. (Sutan RS, 2014)

Setelah berlakunya Undang-Undang Perbankan No. 20 tahun 2008 tentang perbankan syariah, terjadi perkembangan yang signifikan dalam industri perbankan. Pada tahun 2011, terdapat 11 bank umum syariah yang beroperasi di Indonesia, bersama dengan 23 unit usaha syariah dan 150 bank pembiayaan rakyat syariah. Pertumbuhan lembaga perbankan syariah menunjukkan tanggapan positif dari para pelaku industri dan mendapat dukungan dari pemerintah, yang telah membantu mempercepat pertumbuhan lembaga perbankan tersebut. Hingga tahun 2015, catatan mencatat adanya 12 bank umum syariah, 22 unit usaha syariah, dan 165 bank pembiayaan rakyat syariah yang beroperasi di Indonesia, menunjukkan peningkatan yang stabil setiap tahunnya.

Pertumbuhan perbankan syariah di Provinsi Lampung menunjukkan peningkatan yang cukup signifikan. Pada Agustus 2012, aset perbankan syariah di provinsi ini tumbuh sebesar 45,5%, mencapai angka Rp2,2 triliun. Ini merupakan peningkatan dari tahun sebelumnya yang hanya sekitar 42%, dengan pangsa pasar aset mencapai 4,8% dari total nasional. Dari segi dana pihak ketiga (DPK), perbankan syariah di Provinsi Lampung juga mengalami pertumbuhan yang signifikan pada tahun 2012, yaitu sebesar 40%, mencapai nilai Rp1,1 triliun. Sementara pada tahun sebelumnya, pertumbuhan DPK hanya sekitar 30%. Pembiayaan juga mengalami pertumbuhan sebesar 34% pada tahun 2012, mencapai posisi Rp1,3 triliun pada bulan Agustus. Dari seluruh sektor pembiayaan, sektor lain-lain menjadi penyumbang porsi terbesar dengan nilai Rp767 miliar, diikuti oleh sektor jasa umum sebesar Rp582 miliar, dan sektor konstruksi sebesar Rp192 miliar. (syariahmandiri.co.id, 2022)

Perkembangan yang pesat bank syariah dan bank konvensional, menimbulkan persaingan antara produk-produk keduanya yang semakin sengit. Oleh karena itu, Bank Syariah perlu terus melakukan inovasi dalam produk tabungan dan mengeksplorasi berbagai skema keuangan yang beragam untuk memperlihatkan perbedaan dengan bank konvensional. Penelitian oleh Adi Setia Putra mengenai "Pengaruh Atribut Produk dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Pewangi Stella di Wilayah Sumbersari Kabupaten Jember" menunjukkan bahwa inovasi produk memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan pembelian ulang. Temuan ini menegaskan pentingnya inovasi produk dalam mempertahankan dan menarik pelanggan di tengah persaingan yang ketat. Studi oleh Agus Rahayu dan Gita Anggraini tentang "Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Audio Sony" menunjukkan bahwa inovasi produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Ini menunjukkan bahwa konsumen cenderung memilih produk yang menawarkan inovasi yang menarik saat mereka memutuskan untuk membeli produk audio Sony.

Selain memperhatikan aspek produk, bank syariah juga harus memperhatikan risiko yang mungkin terjadi. Menurut PBI No. 13/25/PBI/2011 tentang penerapan manajemen risiko bagi Bank Umum Syariah (BUS) dan Unit Usaha Syariah (UUS), risiko adalah potensi kerugian akibat terjadinya suatu peristiwa tertentu. Salah satu risiko yang penting untuk dikelola dengan baik oleh bank adalah risiko reputasi (Bambang Rianto Rustam, 2013). Aker dan Keller menjelaskan bahwa reputasi perusahaan (corporate reputation) adalah persepsi pelanggan tentang kualitas yang terkait dengan nama perusahaan. Ini berarti nama perusahaan atau bank memiliki pengaruh positif pada respons nasabah terhadap produk dan layanan yang diberikan oleh bank. Oleh karena itu, bank syariah perlu menjaga reputasinya dengan baik agar dapat mempertahankan kepercayaan nasabah dan meminimalkan risiko yang terkait dengan reputasi (Rofifah Mau'idzah Hasanah , 2015).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Roy Marthin Tarigan tentang "Pengaruh Citra Merek dan Reputasi Perusahaan terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara", hasilnya menunjukkan bahwa reputasi perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Ini menegaskan bahwa persepsi mahasiswa terhadap reputasi perusahaan Samsung memiliki dampak yang signifikan dalam mempengaruhi keputusan mereka untuk membeli smartphone merek tersebut.

Perkembangan Bank Syariah yang didasarkan pada prinsip-prinsip ekonomi syariah telah mengalami pertumbuhan yang pesat. Namun, salah satu tantangannya adalah kurangnya ketersediaan sumber daya manusia (SDM) yang handal dan profesional di bidang ini. Karena itu, permintaan akan tenaga ahli dan profesional dalam perbankan syariah semakin meningkat seiring berjalannya waktu. Selain lapangan kerja yang luas yang ditawarkan oleh industri perbankan syariah, keuntungan lain dari belajar di jurusan perbankan syariah adalah banyaknya perusahaan, baik skala kecil maupun besar, yang mulai menerapkan prinsip ekonomi syariah dalam operasional bisnis mereka. (googleweblight.com, 2022)

Tingginya minat masyarakat terhadap jurusan Perbankan Syariah sejalan dengan perkembangan perbankan di Indonesia saat ini. Pertumbuhan bank syariah yang signifikan juga menciptakan kebutuhan yang besar akan sumber daya manusia di bidang ini.

Melihat minat yang tinggi terhadap jurusan Perbankan Syariah, peneliti tertarik untuk mengetahui apakah peningkatan minat ini akan berdampak pada keputusan masyarakat untuk menabung di bank syariah. Hal ini mengingat bahwa minat yang tinggi terhadap jurusan tersebut mungkin mencerminkan kepercayaan dan pemahaman yang lebih baik tentang prinsip-prinsip ekonomi syariah, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi pilihan mereka dalam memilih institusi keuangan yang sesuai dengan nilai-nilai mereka.

Salah satu Bank Syariah yang beroperasi di Liwa, Lampung Barat adalah Bank Syariah Indonesia (BSI). Meskipun telah berjalan selama lebih dari dua puluh tahun, bank syariah belum menjadi pilihan utama masyarakat dalam mengelola keuangannya di daerah tersebut. Untuk mencapai keberhasilan dalam persaingan, bank perlu memenuhi kebutuhan pelanggan, dengan berbagai upaya untuk mempertahankan atau memperluas basis pelanggan. Mempertahankan pelanggan berarti bank harus memiliki strategi untuk memenuhi apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh klien, bahkan melebihi apa yang ditawarkan oleh pesaing. Sementara untuk memperluas basis pelanggan, bank harus mampu memanfaatkan setiap peluang yang ada. Ini dapat dilakukan dengan menyediakan layanan yang inovatif, memperluas jaringan distribusi, meningkatkan kualitas layanan, dan memperkuat citra mereknya di mata masyarakat. Dengan demikian, bank syariah dapat menjadi pilihan yang lebih menarik bagi masyarakat dalam mengelola keuangan mereka. (Taktik Suryani, 2012)

Jumlah nasabah yang memilih untuk menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Liwa Lampung Barat dari tahun 2020 hingga 2022 adalah sebagai berikut:

Tabel 1 Jumlah Nasabah yang Menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Liwa Lampung Barat

Tahun	2020	2021	2022	Total
Jumlah Nasabah yang menabung	1.087	1.210	2.134	4.431

Sumber: Customer Service Bank Syariah Indonesia (BSI) Liwa Lampung Barat

Menurut informasi dari Tabel 1.1, jumlah nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Liwa Lampung Barat terus meningkat setiap tahunnya dari 2020 hingga 2022. Pada tahun 2022, terjadi lonjakan signifikan dengan mencapai 2.134 nasabah, sehingga total keseluruhan nasabah selama periode tersebut mencapai 4.431. Walaupun demikian, jika dibandingkan dengan populasi mayoritas Islam di Kabupaten Lampung Barat, masih terdapat peluang besar untuk meningkatkan jumlah nasabah yang menggunakan layanan dari BSI Liwa. Oleh karena itu, diperlukan upaya yang lebih baik dalam memuaskan pelanggan guna meningkatkan jumlah nasabah tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mempertahankan nasabah lebih sulit daripada menarik nasabah baru. Untuk mencapai hal ini, memahami kebutuhan, keinginan, dan perilaku konsumen menjadi krusial. Dengan pemahaman ini, perusahaan dapat merancang strategi dan program yang tepat untuk memastikan kepuasan nasabah. Hal ini pada gilirannya akan membantu perusahaan memanfaatkan peluang yang ada secara maksimal.

Permasalahan yang dihadapi oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) Liwa Lampung Barat adalah rendahnya partisipasi masyarakat Lampung Barat dalam menggunakan produk dan layanan yang ditawarkan. Dalam hasil observasi awal, beberapa nasabah yang diwawancarai menjelaskan alasan di balik keputusan mereka untuk menabung di BSI Liwa. Salah satunya adalah Nur Anisa, yang menyatakan bahwa dia memilih menabung di

BSI Liwa karena instansi tempatnya bekerja menggunakan rekening BSI Liwa untuk pembayaran gaji karyawannya. Hal ini menunjukkan bahwa kolaborasi dengan perusahaan dan institusi di daerah tersebut dapat menjadi strategi potensial bagi BSI Liwa untuk meningkatkan penetrasi pasar dan kehadiran mereka di komunitas tersebut. (Wawancara Nur Anisa, 2023)

Pada dasarnya masyarakat akan cenderung memilih bank yang memberikan kemudahan dan manfaat yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Oleh karena itu, penting bagi bank untuk terus memperhatikan perkembangan keinginan dan kebutuhan masyarakat dari waktu ke waktu. Dengan reputasi bank yang baik dan produk yang sesuai dengan harapan serta kebutuhan masyarakat, ini dapat menjadi motivasi bagi mereka untuk memilih menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Liwa Lampung Barat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Secara sederhana, penelitian kuantitatif bertujuan untuk menetapkan hukum atau prinsip umum yang berlaku secara universal, dengan mengasumsikan bahwa objek penelitian berada di luar kendali individu atau subjektif. Metode kuantitatif dipilih karena penelitian ini melibatkan analisis matematis seperti SPSS dan metode serupa yang memerlukan perhitungan. Data yang diperoleh biasanya berasal dari pengukuran lapangan seperti angket dan kuesioner. Pendekatan kuantitatif cenderung berfokus pada aspek behavioristik dan empiris yang bersumber dari fenomena lapangan atau perilaku yang diukur untuk diteliti. (Cisneros Ortega Sara Patricia, 2021)

Populasi dalam konteks ini merujuk pada wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah jumlah nasabah Bank Syariah di Liwa Lampung Barat, yang berjumlah 1.243 orang. Jumlah sampel yang diambil untuk nasabah Bank Syariah di Liwa Lampung Barat adalah sebanyak 96 responden. Dalam teknik pengambilan sampel menggunakan simple random sampling, setiap anggota dari populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel. Ini berarti pengambilan sampel dilakukan secara acak dari seluruh jumlah populasi yang ada. Dalam penelitian ini penulis menggunakan analisis regresi linier berganda. Untuk mengetahui hubungan antar variabelnya maka dapat dilihat dari nilai *coefficient*, jika nilainya negatif maka pengaruhnya tidak linier, jika sebaliknya nilainya positif maka tandanya searah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL PENELITIAN

Analisis Regresi Berganda

Dalam penelitian ini penulis menggunakan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui hubungan variabel bebas yaitu variabel independen reputasi (X_1), kemudahan (X_2) dan inovasi produk tabungan (X_3) terhadap variabel terikat yaitu keputusan menabung pada Bank Syariah.

Untuk mengetahui hubungan antar variabelnya maka dapat dilihat dari nilai *coefficient*, jika nilainya negatif maka pengaruhnya tidak linier, jika sebaliknya nilainya positif maka tandanya searah. Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data maka diperoleh data analisis regresi linier berganda sebagai berikut:

Tabel 2 Hasil Analisis Regresi Berganda

Variabel	Coefficients	Sig.	Hipotesis
(Constant)	9,362	0,001	
Reputasi	0,641	0,000	Diterima
Kemudahan	0,734	0,001	Diterima
Inovasi_Produk	0,838	0,000	Diterima

Sumber: hasil output spss, data diolah pada tahun 2023

Berdasarkan Tabel 2 di atas, kemudian dimasukkan dalam persamaan:

$$Y = 9,362 + 0,641 X_1 + 0,734 X_2 + 0,838 X_3 + e$$

Hasil persamaan tersebut menunjukkan bahwa reputasi dan inovasi produk tabungan berpengaruh secara positif dan searah terhadap keputusan menabung pada Bank Syariah

- 1) Konstanta sebesar 9,362 yang berarti bahwa keputusan menabung pada Bank Syariah mempunyai nilai sebesar 9,362 sebelum dipengaruhi oleh reputasi, kemudahan dan inovasi produk tabungan.
- 2) Setiap terjadi peningkatan nilai pada variabel reputasi sebesar satu satuan maka keputusan menabung pada Bank Syariah akan meningkat 0,641 satuan.
- 3) Setiap terjadi peningkatan nilai pada variabel kemudahan sebesar satu satuan, maka keputusan menabung pada Bank Syariah akan meningkat 0,734 satuan.
- 4) Setiap terjadi peningkatan nilai pada variabel inovasi produk tabungan sebesar satu satuan, maka keputusan menabung pada Bank Syariah akan meningkat 0,838 satuan.

Berdasarkan keterangan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai koefisien regresi inovasi produk tabungan lebih besar dari reputasi terhadap keputusan menabung pada Bank Syariah di Liwa Lampung Barat.

Uji t

Uji t digunakan untuk menunjukkan apakah suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen. Berdasarkan Tabel 2 diketahui bahwa:

- 1) Variabel reputasi mempunyai nilai koefisien sebesar 0,641 dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa reputasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung pada Bank Syariah di Liwa Lampung Barat.
- 2) Variabel kemudahan mempunyai nilai koefisien sebesar 0,734 dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung pada Bank Syariah di Liwa Lampung Barat.
- 3) Variabel inovasi produk mempunyai nilai koefisien sebesar 0,838 dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung pada Bank Syariah di Liwa Lampung Barat.

Uji F

Uji F bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan ke dalam model secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 3 Uji F

F	130,349
Sig.	0,000

Sumber: hasil output spss, data diolah pada tahun 2023

Berdasarkan hasil uji F di atas, diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa ada pengaruh reputasi, kemudahan dan inovasi produk tabungan terhadap keputusan menabung pada Bank Syariah di Liwa Lampung Barat.

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah $0 < R^2 < 1$. Koefisien determinasi yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Penggunaan *R square* adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan variabel independen ke dalam model, maka *R square* pasti meningkat tidak peduli apakah variabel independen tersebut berpengaruh secara signifikan atau tidak. Tidak seperti *R square*, nilai *adjusted R square* dapat naik atau turun apabila terdapat tambahan variabel independen ke dalam model (Sugiyono, 2011).

Tabel 4 Koefisien Determinasi

Adjusted R Square	0,723
-------------------	-------

Sumber: hasil output spss, data diolah pada tahun 2023

Berdasarkan Tabel 4 diketahui bahwa nilai $Adjusted R^2 = 0,723 \times 100\% = 72,3\%$ yang artinya besarnya pengaruh reputasi dan inovasi produk tabungan terhadap keputusan menabung pada Bank Syariah di Liwa Lampung Barat adalah sebesar 72,3% sedangkan selebihnya yaitu sebesar 27,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Pengaruh Reputasi Terhadap Keputusan menabung pada Bank Syariah

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel reputasi mempunyai nilai koefisien sebesar 0,641 dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa reputasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung pada Bank Syariah di Liwa Lampung Barat, maka hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh muhlis (2023) dan H1 di terima.

Reputasi perusahaan mencerminkan penghargaan terhadap keunggulan yang dimilikinya, termasuk kemampuan untuk terus berkembang dan menciptakan inovasi-inovasi yang memenuhi kebutuhan konsumen. Selain itu, reputasi juga mencakup tingkat integritas yang tinggi dalam memberikan pelayanan kepada konsumen, yang memungkinkan perusahaan untuk memberikan layanan terbaik. Kemampuan perusahaan untuk menjalin hubungan yang erat dengan konsumen juga merupakan elemen penting dari reputasi tersebut, sehingga perusahaan dapat memberikan layanan yang sesuai dengan beragam kebutuhan konsumen.

Reputasi perusahaan didasarkan pada beberapa faktor, termasuk kemampuan untuk mengelola persepsi secara langsung, membangun hubungan yang kuat dengan berbagai pihak (seperti konsumen, karyawan, investor, dan masyarakat), serta isu-isu yang tercermin melalui perhatian dari pihak-pihak terkait seperti analis dan media. Reputasi berbeda dengan citra perusahaan karena reputasi melekat pada perusahaan di mana pun dan dievaluasi dalam rentang penilaian dari buruk hingga baik, tergantung pada sikap dan kebijakan yang diadopsi oleh manajemen. Di sisi lain, citra perusahaan dapat terbentuk secara otomatis melalui operasi perusahaan, namun juga dapat dipengaruhi secara sengaja dalam tingkat tertentu, terutama bergantung pada strategi perusahaan. Setiap interaksi antara perusahaan dan konsumen memiliki potensi untuk memperkuat atau melemahkan reputasi perusahaan secara keseluruhan. Reputasi perusahaan, serupa dengan reputasi individu, mencerminkan citra dari berbagai aspek dan berkembang secara bertahap dalam persepsi konsumen.

Reputasi yang positif akan terbentuk ketika konsumen merasa puas dengan produk atau layanan yang diberikan oleh perusahaan. Pentingnya memperhatikan bahwa produk atau layanan yang ditawarkan harus memiliki keunggulan yang unik dan memberikan banyak manfaat. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan memudahkan mereka untuk mengingat produk tersebut.

Pengaruh Kemudahan Terhadap Keputusan menabung pada Bank Syariah

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel kemudahan mempunyai nilai koefisien sebesar 0,734 dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung pada Bank Syariah di Liwa Lampung Barat, maka hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ilyas et al (2023) dan H2 di terima.

Pentingnya memberikan kemudahan kepada nasabah atau konsumen dalam bertransaksi atau menggunakan layanan merupakan salah satu faktor utama untuk menjamin kepuasan mereka, baik dalam memilih produk perbankan maupun produk dari suatu perusahaan. Dengan memberikan kemudahan tersebut, baik bank kepada nasabah maupun perusahaan kepada konsumen, akan memberikan dampak positif dalam memengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan atau membeli produk, seperti tabungan wadiah. Oleh karena itu, setiap perusahaan harus memprioritaskan pengalaman nasabah atau konsumen dengan menyediakan kemudahan yang dapat menghilangkan kecemasan dan keraguan, serta menciptakan kenyamanan bagi mereka.

Penelitian ini sejalan dengan temuan dari penelitian yang dilakukan oleh Saputri (2017), yang menunjukkan bahwa kemudahan memiliki dampak terhadap individu dalam proses pengambilan keputusan terhadap suatu hal. Kemudahan dalam berbagai aspek dapat menjadi pertimbangan penting dalam pengambilan keputusan. Namun, hasil penelitian ini tidak konsisten dengan temuan yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan oleh Pratama & Wardhana (2022), yang menunjukkan bahwa kemudahan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Inovasi produk tabungan Terhadap Keputusan menabung pada Bank Syariah

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel inovasi produk mempunyai nilai koefisien sebesar 0,838 dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung pada Bank Syariah di Liwa Lampung Barat, maka hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ayun Sekar Widowati (2018) dan H3 di terima.

Produk adalah entitas yang kompleks yang hadir di pasar dengan maksud untuk menarik perhatian konsumen dan memenuhi kebutuhan atau keinginan mereka. Ini mendorong pelaku usaha untuk membuat keputusan yang tepat terkait dengan beragam produk yang mereka tawarkan. Ketersediaan beragam produk ini memungkinkan konsumen untuk memilih sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka, sehingga memberikan kemudahan dalam proses pembelian.

Pernyataan ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Arum Agustina Kusnaningtyas pada tahun 2019, yang menunjukkan bahwa variabel produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menabung di BRI Syariah KCP Ponorogo. Selain itu, hasil penelitian ini juga mendukung temuan yang dilakukan oleh Budi Gautama Siregar, di mana penelitiannya menunjukkan bahwa produk memiliki pengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah tabungan Marhamah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan. (Budi Gautama Siregar, 2018)

Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel produk memiliki pengaruh terhadap keputusan menabung di Bank Syariah di Liwa Lampung Barat, sebagaimana yang terungkap dalam hasil angket yang disebar kepada nasabah Bank Syariah di Liwa Lampung Barat. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan aplikasi SPSS, yang menegaskan bahwa variabel produk secara signifikan memengaruhi nasabah Bank Syariah di Liwa Lampung Barat. Temuan ini juga sejalan dengan keputusan yang diambil oleh nasabah itu sendiri. Oleh karena itu, hasil ini konsisten dengan teori yang diuji oleh peneliti.

Dari analisis tersebut, dapat disimpulkan bahwa di Liwa, Lampung Barat, nasabah memilih Bank Syariah berdasarkan ketersediaan produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Saat bank mampu menyediakan produk yang memenuhi harapan nasabah, kemungkinan nasabah memilih bank tersebut meningkat. Nasabah biasanya memilih produk yang dianggap memiliki kualitas baik untuk mencapai kepuasan dalam pembelian. Sebelum menggunakan layanan perbankan, nasabah memiliki harapan tentang bagaimana seharusnya produk tersebut berfungsi.

Produk memiliki peran krusial bagi sebuah perusahaan karena tanpanya, perusahaan tidak dapat menjalankan kegiatan usahanya. Kualitas produk dapat mempengaruhi persepsi dan kepuasan nasabah melalui berbagai faktor, seperti kecepatan pelayanan, variasi produk yang tersedia, kebenaran janji promosi terkait keselamatan dan keamanan produk, ketersediaan fasilitas pelayanan, kemudahan penggunaan, termasuk biaya administrasi dan pemeliharaan, serta kemampuan untuk terus meningkatkan layanan tanpa batas yang jelas. Pada dasarnya, nasabah terlibat dalam transaksi pertukaran dengan menggunakan produk untuk memperoleh manfaat akhir berupa kenyamanan, kemudahan, dan keunggulan.

Nasabah memilih Bank Syariah di Liwa, Lampung Barat, karena dianggap mampu menawarkan manfaat yang lebih superior dibandingkan dengan pesaingnya. Produk menjadi fokus utama dalam kegiatan pemasaran karena merupakan hasil dari suatu perusahaan yang dapat disajikan kepada pasar untuk dikonsumsi, dan juga menjadi alat untuk mencapai tujuan perusahaan. Sebuah produk harus memiliki keunggulan dibandingkan dengan produk lainnya, baik dari segi kualitas, desain, bentuk, ukuran, kemasan, pelayanan, garansi, maupun citra, agar dapat menarik minat nasabah untuk mencobanya atau memilikinya.

Pengaruh Reputasi dan Inovasi produk tabungan Terhadap Keputusan menabung pada Bank Syariah

Berdasarkan hasil penelitian, didapati bahwa nilai signifikansi uji F adalah $0,000 < 0,05$, menunjukkan bahwa reputasi, kemudahan, dan inovasi produk tabungan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan menabung di Bank Syariah di Liwa, Lampung Barat. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa reputasi yang baik, kemudahan transaksi, serta inovasi dalam produk tabungan dapat menjadi faktor utama yang memengaruhi seseorang dalam memilih untuk menabung atau menggunakan produk/jasa dari Bank Syariah di Liwa, Lampung Barat.

Temuan tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Vista Donna Citrawati pada tahun 2021. Hasil penelitian tersebut menyimpulkan bahwa variabel pengetahuan, promosi, produk, dan reputasi memiliki pengaruh secara simultan terhadap minat menabung di tabungan Tamansari BPR Bank Bantul. Reputasi dan produk memengaruhi minat menabung karena keduanya saling terkait, di mana reputasi sebuah bank dapat dipengaruhi oleh inovasi produk tabungan yang ditawarkannya. Kedua aspek ini menjadi pertimbangan penting bagi nasabah dalam mengambil keputusan terkait menabung.

Reputasi merupakan persepsi luas atau penilaian tentang sejauh mana suatu perusahaan dihargai dan dihormati. Khususnya bagi perusahaan yang produk utamanya adalah jasa, memiliki reputasi yang baik sangatlah penting. Reputasi perusahaan pada dasarnya adalah bentuk penghargaan yang diperoleh karena keunggulan dalam pengembangan diri, terutama dalam menciptakan produk baru untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Selain itu, kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan terbaik juga sangat berperan dalam memperkuat hubungan antara perusahaan dan konsumen.

Reputasi bank terbentuk dari beberapa faktor, seperti produk yang menarik, beragam, memberikan manfaat, dan mudah digunakan bagi nasabah, pelayanan yang baik, fasilitas yang memadai, serta lokasi bank yang mudah dijangkau. Jika semua faktor ini tidak memuaskan, reputasi bank dalam pandangan masyarakat juga akan terpengaruh negatif. Namun, jika semua aspek tersebut baik, reputasi yang positif akan terbentuk, yang kemudian akan memengaruhi keputusan masyarakat dalam memilih untuk menabung di Bank Syariah di Liwa, Lampung Barat.

Pengambilan keputusan adalah proses individu yang terlibat langsung dalam memperoleh dan menggunakan barang yang ditawarkan. Keputusan ini juga harus merespon pertanyaan tentang tindakan apa yang harus diambil dan dibicarakan dalam konteks perencanaan. Proses pengambilan keputusan konsumen sering kali melibatkan berbagai masalah kompleks yang melibatkan faktor-faktor penentu keputusan yang beragam.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data diperoleh kesimpulan bahwa reputasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung pada Bank Syariah di Liwa Lampung Barat, artinya semakin baik reputasi BSI akan semakin banyak nasabah memutuskan untuk menabung. Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung pada Bank Syariah di Liwa Lampung Barat, artinya semakin mudah transaksi yang di berikan oleh BSI akan semakin banyak nasabah memutuskan untuk menabung. Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung pada Bank Syariah di Liwa Lampung Barat, artinya semakin banyaknya inovasi produk yang di tawarkan BSI sesuai dengan kebutuhan masyarakat akan semakin banyak nasabah memutuskan untuk menabung. Pengaruh reputasi dan inovasi produk tabungan terhadap keputusan menabung pada Bank Syariah di Liwa Lampung Barat. Reputasi dan produk memengaruhi minat menabung karena keduanya saling terkait, di mana reputasi sebuah bank dapat dipengaruhi oleh inovasi produk tabungan yang ditawarkannya. Kedua aspek ini menjadi pertimbangan penting bagi nasabah dalam mengambil keputusan terkait menabung.

DAFTAR PUSTAKA

- Afnil Guza, SS, *Undang-Undang Perbankan Syariah UU RI No.21 Tahun 2008*, (Jakarta: Asa Mandiri, 2008), h 5.
- Ahmad Ifham Sholihin, *Pedoman Umum Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: PT Gramedia, 2010), h.2-3
- Albert Kurniawan, *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 158
- Ayun Sekar Widowati, "Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, Dan Persepsi Nasabah Mengenai Suku Bunga Simpanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah" *Jurnal Nominal/Volume Vii Nomor 2 / Tahun 2018*
- Bambang Rianto Rustam, *Manajemen Risiko Perbankan Syariah di Indonesia*, (Jakarta: Salemba Empat, 2013).
- Cholid Narbuko, Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian* (cet XIII) (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013), h. 70.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan* (Jakarta: CV J-Art, 2004), h. 45
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia, Pusat Bahasa Edisi Keempat*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2011, h. 58
- <http://googleweblight.com/detail-berita-artikel/kenapa-kuliah-perbankan-syariah> diakses 15 Desember 2022 Pukul 11.30 WIB.
- <https://www.syariahmandiri.co.id/2012/bank-syariah-tumbuh-pesat-dilampung/> diakses 15 Desember 2022 Pukul 11.30 WIB.
- Kasmir, *Manajemen Perbankan Edisi Revisi 9*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), h. 1372.
- Moh. Prabundu Tika, *Metodelogi Riset Bisnis*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), h. 10.
- Muhammad Arief Firmansyah Syarifuddin, "Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar", *Skripsi*, Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar, 2020.
- Novian Ekawaty, "Dampak Inovasi Produk dan Reputasi Merek Terhadap Keputusan Menabung (Survei pada Nasabah Bank Muamalat Karawang)", *Jurnal Manajemen Bisnis* Vol. 7, No. 1 (2020) Maret, h. 11.
- Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen perspektif kontemporer pada motif, tujuan, dan keinginan konsumen Edisi Revisi cetakan ke 5*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), h. 322

Philip kotler, A.B.Susanto, *Manajemen pemasaran di Indonesia*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001, h.560.

Rofifah Mau'idzah Hasanah, "Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Loyalitas Pengguna Internet Banking", *Skripsi*, (Jakarta: 2015, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2015), h. 24.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2016), h. 8.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 225.

Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Syariah produk-produk dan Aspek hukumnya*, (Jakarta: Kencana, 2014), h. 97.

V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian-Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta:Pustaka Baru Press,2015), h. 10.