Jurnal El Rayyan : Jurnal Perbankan Syariah
Volume 3, Nomor 2, Oktober 2024, 180-194
E-ISSN: 2829-2642
DOI: https://doi.org/10.59342/jer.v3i2.685
https://jurnal.insan.ac.id/?journal=jer

Pengaruh Fitur Layanan Ib Rencana Dan Costumer Relathionship Terhadap Keputusan Memilih Produk Tabungan Ib Rencana Di PT Bank Muamalat KCP Binjai

Khalifah Fiqia[1]; Raja Sakti Putra Harahap[2]; T. Citra Nisa Farza[3]

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yaitu antara fitur layanan Ib Rencana dan prosedur costumer relationship terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan Ib Rencana pada PT. Bank Muamalat KCP binjai. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Kuantitatif dengan pendekatan deskriftif. Tehnik pengambilan sampel ini menggunakan tehnik Random Sampling. Dari tehnik tersebut ada 39 Responden yang di jadikan sampel. Uji digunakan adalah uji kolmogorov-smirnov untuk menguji Normalitas data. Tehnik analisa data dalam penelitian ini menggunakan uji regresi linear berganda. Yang berdasarkan hasil perhitungan bahwa fitur layanan dan costumer relationship berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih produk tabungan Ib Rencana. Hal ini terlihat dari ANOVA yang diperoleh sig. < dari taraf alpha (5%). Yang artinya fitur layanan dan prosedur costumer relationship secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan Ib Rencana pada PT. Bank Muamalat KCP Binjai, dengan sig. 0.00 < 0.05 sehingga hipotesis teruji. Hal ini menunjukan adanya hubungan positif fitur layanan dan prosedur costumer relationship secara bersama-sama terhadap keputusan nasabah memilih produk Tabungan Ib Rencana. maka H_0 *ditolak dan* H_a *diterima, hasil uji signifikan (uji t) bahwa untuk (X1) nilai sig. 0.00<0.05, untuk (X2) nilai sig. 0.00< 0.05 maka keduanya berpengaruh signifikan, untuk hasil (uji F) berdasarkan tabel bahwa untuk nilai sig. 0.00<0.05 maka hipotesis secara bersama-sama berpengaruh signifikan* R^2 *(R Square) dari hasil ouput diperoleh* R^2 *sebesar 0.967 atau 96.7% Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin besar fitur layanan yang di berikan, semakin besar pula keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan Ib Rencana pada PT.Bank Muamalat KCP Binjai.*

Kata Kunci: *Fitur Layanan; Prosedur Costumer Relathionship; Keputusan Memilih Produk Ib Rencana*

[1]Institut Syekh Abdul Halim Hasan Binjai, Khalifahfiqi4@gmail.com
[2]Institut Syekh Abdul Halim Hasan Binjai, rajasaktiputraharahap@ishlahiyah.ac.id
[3]Institut Syekh Abdul Halim Hasan Binjai, t.citranisafarza@ishlahiyah.ac,id

Jurnal El Rayyan : Jurnal Perbankan Syariah
Volume 3, Nomor 2, Oktober 2024, 180-194
E-ISSN: 2829-2642
DOI: https://doi.org/10.59342/jer.v3i2.685
https://jurnal.insan.ac.id/?journal=jer

Abstract

This research aims to determine whether there is an influence between Ib Plan service features and customer relationship procedures on customers' decisions to choose Ib Plan savings products at PT. Bank Muamalat KCP Binjai. The method used in this research is a quantitative method with a descriptive approach. This sampling technique uses Random Sampling technique. From this technique, 39 respondents were used as samples. The test used is the Kolmogorov-Smirnov test to test the normality of the data. The data analysis technique in this research uses multiple linear regression tests. Based on the calculation results, service features and customer relationships have a significant influence on the decision to choose an Ib Plan savings product. This can be seen from the ANOVA obtained sig. < from alpha level (5%). This means that the service features and customer relationship procedures together have a significant influence on the customer's decision to choose the Ib Plan savings product at PT. Bank Muamalat KCP Binjai, with sig. 0.00 < 0.05 so the hypothesis is tested. This shows that there is a positive relationship between service features and customer relationship procedures together on the customer's decision to choose the Ib Plan Savings product. then H_(0) is rejected and H_a is accepted, the test results are significant (t test) that for (X1) the sig value. 0.00<0.05, for (X2) sig value. 0.00 < 0.05 then both have a significant effect, for the results (F test) based on the table that for the sig. 0.00<0.05, then the hypothesis together has a significant effect on R^2 (R Square) from the output results obtained by R^2 of 0.967 or 96.7%. So it can be concluded that the greater the service features provided, the greater the customer's decision in choosing a product. Ib Plan savings at PT. Bank Muamalat KCP Binjai.

Keywords: *Service Features; Customer Relationship Procedures; Decision to Choose Ib Plan Products*

A. PENDAHULUAN

Perbankan adalah lembaga yang mempunyai peran utama dalam membangun suatu negara. Peran ini terwujud dalam fungsi bank sebagai lembaga intermediasi keuangan (*financial intermediary institution*). Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat. Dalam Undang-undang No 10 Tahun 1998 berdasarkan prinsip operasional bank, bank dibedakan menjadi dua, yakni bank konvesional yang berdasarkan prinsip bunga dan bank syariah berdasarkan prinsip syariah atau kemudian lazim yang dikenal dengan bank syariah (Risma, 2021).

Menurut Undang-undang Republik Indonesia No 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahannya berdasarkan prinsip syariah. Prinsip syariah yang dimaksud seperti menjalankan

Jurnal El Rayyan : Jurnal Perbankan Syariah
Volume 3, Nomor 2, Oktober 2024, 180-194
E-ISSN: 2829-2642
DOI: https://doi.org/10.59342/jer.v3i2.685
https://jurnal.insan.ac.id/?journal=jer

kegiatannya tanpa adanya sistem bunga (*riba)*, dan menyalurkan pembiayaannya kepada masyarakat yang memiliki usaha yang tidak bertentangan dengan syariat agama Islam.

Konsep dasar perbankan syariah didasarkan pada AL-Qur'an dan Hadis. Semua produk dan jasa yang di tawarkan tidak boleh bertentangan dengan isi AL-Qur'an dan Hadis. Bank syariah memiliki tiga fungsi utama yaitu menerima simpanan uang, meminjamkan uang, dan memberikan jasa. Sementara itu perbankan syariah di indonesia pertama kali di plopori oleh pendirian PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk, di dirikan pada tahun 1991 dan memulai kegiatan operasinalnya pada bulan Mei tahun 1992. (Harahap, 2020)

Pendirian Bank Muamalat diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan pemerintah, serta di dukung dari Ikatan Cendekia Muslim (ICM) dan beberapa pengusaha muslim PT Bank Muamalat Indonesia (BMI), walaupun perkembangannya agak lambat dibandingkan dengan negara muslim lainnya, perbankan syariah yang akan terus berkembang. Sebagai suatu bank, BMI tetap melaksanakan operasionalnnya sama dengan bank-bank konvensional lainnya selama tidak bertentangan dengan syariah.

Saat ini bank digital masih dalam fase dimana pasar bank digital terus berkembang, dan pasar bank digital baru memanfaatkan sebagian dari layanan bank digital. Seiring dengan berkembangan teknologi dan kebutuhan nasabah, pasar bank digital akan lebih luas lagi. Jadi, dapat disimpulkan potensi pasar bank digital masih sangat besar dan akan terus tumbuh (Abdullah, 2022)

Tabungan Ib Rencana merupakan produk tabungan simpanan jangka panjang yang dirancang untuk mengwujudkan impian nasabah dimasa depan seperti perencanaan pendidikan, pernikahan, perjalanan ibadah/wisata, uang muka rumah / kendaraan, persiapan pensiun/hari tua, serta rencana lainnya.

Akad yang digunakan dalam produk Tabungan IB Rencana adalah akad *mudharabah muthlaqah*. *Mudrabah muthlaqah* adalah akad perjanjian antara dua pihak yaitu *shahibul maal* dan *mudhari*b, yang dimana *shahibul maal* menyerahkan seluruh atas dana yang diinvestasikannya kepada *mudharib* untuk dikelolah dananya sesuai dengan prinsip syariah.

Menurut Kotler dan Armstrong fitur merupakan suatu hal yang dapat dipertimbangkan pula oleh seseorang jika ingin menggunakan sesuatu produk. Seseorang akan selalu menyelaraskan fitur yang ada pada produk dengan taksiran yang ditawarkan. Fitur juga merupakan bagian penentu dari kepuasan nasabah saat menggunakan layanan suatu produk Tabungan Ib Rencana. Apabila nasabah merasa puas serta kebutuhannya merasa terpenuhi oleh fitur layanan yang ada dalam produk Tabungan IB Rencana maka akan mempengaruhi nasabah dalam pemilihan menggunakan Tabungan IB Rencana (Risma, 2021).

Kinerja bisnis perlu adanya suatu fitur atau jenis fasilitas yang baik bagi konsumen. Fitur adalah sebagai sarana yang kompetetif untuk membedakan produk perusahaan dengan produk pesaing. Fitur layanan adalah salah satu jenis penerapan konsep promosi untuk menarik minat konsumen terhadap penggunaan suatu produk. Maka apabila fitur layanan baik serta terjamin tentunya konsumen akan lebih pada penggunaan produk tersebut. (Risma, 2021)

Hasil observasi awal bahwa yang diperoleh oleh peneliti menemukan pengguna produk Tabungan IB Rencana memiliki jumlah nasabah paling sedikit hal ini menunjukan bahwa nasabah pengguna Tabungan IB Rencana masih tergolong rendah padahal Tabungan IB Rencana ini merupakan tabungan yang

Jurnal El Rayyan : Jurnal Perbankan Syariah
Volume 3, Nomor 2, Oktober 2024, 180-194
E-ISSN: 2829-2642
DOI: https://doi.org/10.59342/jer.v3i2.685
https://jurnal.insan.ac.id/?journal=jer

menguntungkan karena nasabah sudah dapat menikmati fasilitas seperti bebas biaya *admin*, mendapatkan sebuah keuntungan *(benefit*) dan mendapatkan perlindungan dari asuransi tanpa perlu *medical check up.*

Alasan peneliti melakukan penelitian ini dikarenakan berdasarkan hasil observasi bahwa ditemukan paling sedikit jumlah pengguna Tabungan Ib Rencana di antara pengguna tabungan unggul pada PT Bank Mumalamat KCP Binjai. Sementara itu, dalam prakteknya Tabungan Ib Rencana merupakan tabungan yang menguntungkan bagi nasabah sebagaimana sudah dipaparkan maka berdasarkan uraian latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini, untuk mengetahui seberapa besar **''Pengaruh Fitur Layanan IB Rencana Dan Prosedur Costumer Relationship Terhadap Keputusan Memilih Produk Tabungan IB Rencana Di Bank Muamalat KCP Binjai''**

B. KAJIAN TEORI

1. Fitur Layanan

Fitur layanan adalah salah satu faktor penting dalam membangun kepercayaan ketika konsumen memutuskan untuk bertransaksi secara *online*. Karena rekening tabungan Ib rencana terhubung dengan *m-banking*. Oleh karena itu, disini dimungkinkan untuk lebih dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat dengan menyempurnakan fungsi layanan yang terdapat dalam tabungan Ib rencana

2. Ib Rencana

Ib Rencana adalah tabungan masa depan dan merupakan solusi perencanaan keuangan yang tepat untuk mewujudkan rencana dan impian masa depan dengan lebih baik sesuai dengan prinsip syariah. Tabungan ib rencana juga merupakan tabungan syariah yang ditujukan sebagai pendanaan keperluan konsumsi masa depan. Tabungan ini menggunakan akad *mudhrabah mutlaqah*. Tabungan rencana juga merupakan produk simpanan berjangka untuk mewujudkan impian nasabah dimasa depan seperti, perencanaan pendidikan, pernikahan, perjalanan ibadah/wisata, uang muka rumah, persiapan pensiun hari tua, serta rencana-rencana lainnya dengan setoran rutin perbulan (Audya.s, 2021)

3. Prosedur Costumer Relationship

Customer Relathionship Management (CRM) menurut Buttle yaitu merupakan sebuah strategi inti dalam sebuah bisnis untuk menciptkan serta mewujudkan nilai bagi konsumen. Juga merupakan salah satu strategi yang dapat dilakukan untuk menjaga hubungan yang baik dengan konsumen sehingga dapat menguntungkan untuk perusahaan. (Thendywinaryo, 2020)

4. Keputusan Memilih Produk Ib Rencana

Menurut kotler, keputusan merupakan sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah, mencari informasi, beberapa penilaian alternatif, membuat keputusan membeli yang dilalui *costumer.* Suatu keputusan yang menyebabkan sebuah pilihan atau lebih alternatif pilihan tindakan. Dalam sebuah proses pengambilan keputusan penggunaan produk, *costumer* akan di hadapakan pada situasi pilihan memilih atau tidak suatu produk yang ditawarkan sesuai karateristiknya.

Jurnal El Rayyan : Jurnal Perbankan Syariah
Volume 3, Nomor 2, Oktober 2024, 180-194
E-ISSN: 2829-2642
DOI: https://doi.org/10.59342/jer.v3i2.685
https://jurnal.insan.ac.id/?journal=jer

C. METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut sugiyono (2018), metode penelitian kuantitatif merupakan suatu metode penelitian yang berlandaskan filsafat positivisme, yang digunakan peneliti untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, tehnik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random

2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif, dimana pendekatan deskriptif ini menjelaskan mengenai fenomena-fenomena yang apa adanya dengan tujuan untuk mendeskripsikan objek penelitian atau hasi penelitian.

3. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah PT Bank Muamalat KCP Binjai terkait dengan pengaruh fitur layanan dan prosedur costumer relationship tahun 2022, Adapun Populasi dalam penelitian ini adalah 39 nasabah yang menjadi sampel memilih produk tabungan ib rencana di PT Bank Muamalat KCP Binjai. Jadi jumlah nasabah yang memilih produk ib rencana dengan tingkat kesalahan 15% dan di ambil dengan rumus Slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+N\,e^2}$$

$$n = \frac{300}{1+300x\,(0{,}15)^2}$$

$$n = \frac{300}{1+300x\,(0{,}0225)}$$

$$n = \frac{300}{1+6{,}75}$$

$$n = \frac{300}{7{,}75}$$

$$n = 38{,}7 = 39$$

Keterangan :
n = Jumlah Sampel
N = Jumlah Populasi
e = Tingkat Kesalahan Sebesar (15%)
berdasarkan perhitungan hasil dengan rumus slovin, besar penelitian pada sampel penelitian ini adalah 39 nasabah

4. Metode Analisa Data

Tehnik analisa data yang digunakan adalah menggunakan uji statistik dan untuk menganalisa menggunakan data software SPSS. Berikut metode yang digunakan untuk menganalisa data

a. Uji Validitas
   Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukan kevalidan atau keabsahan suatu instrumen penelitian
b. Uji Reliabilitas
   Reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana pengukuran yang dilakukan tetap konsisten, dan skor-skor setelah melakukan pengukuran secara mengulang terhadap gejala yang sama.

Jurnal El Rayyan : Jurnal Perbankan Syariah
Volume 3, Nomor 2, Oktober 2024, 180-194
E-ISSN: 2829-2642
DOI: https://doi.org/10.59342/jer.v3i2.685
https://jurnal.insan.ac.id/?journal=jer

5. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui atau untuk menguji apakah data yang akan digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak sebagaimana diketahui bahwa uji t dan F mengasumsi bahwa nilai redisual mengikuti distribusi normal

6. Regresi Linear Berganda

Secara umum analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel bebas degan satu variabel atau lebih variabel terikat dengan tujuan menginteseminasikan atau rata-rata populasi.

7. Uji Hipotesis

a. Uji Statistik Parsial (t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen dan denpenden secara parsial.

b. Uji Statistik Simultan (F)

Uji F dilakukan untuk menguji seluruh variabel Independen, yaitu : pengaruh fitur layanan dan prosedur costumer relationship terhadap variabel dependen, yaitu : keputusan memlilih produk tabungan, Jadi dapat disimpulkan bahwa, jika nilai signifikan $<$ 0,05 maka Ha diterima dan Ho ditolak, ini berarti menyatakan bahwa semua variabel independen berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. jika nilai signifikan $>$ 0,05 maka Ha ditolak dan Ho diterima

8. Uji Koefisen Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dapat menjelaskan variasi variabel dependen. Pada pengujian hipotesis pertama dilihat dari besarnya nilai (adjusted R2) untuk mengetahui seberapa jauh variabel bebas pengaruh fitur layanan dan prosedur costumer relationship terhadap variabel denpenden, yaitu : keputusan memlilih produk tabungan. Nilai (Adjusted R2) mempunyai inteval 0 dan 1.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Data

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Nilai validitas masing-masing butir pertanyaan dapat dilihat pada nilai *Corrected Item-Total Correlation* masing-masing butir pertanyaan atau pernyataan Berdasarkan jendela Item-Total nilai *Corrected Item-Total Correlation* untuk masing-masing butir adalah:

Jurnal El Rayyan : Jurnal Perbankan Syariah
Volume 3, Nomor 2, Oktober 2024, 180-194
E-ISSN: 2829-2642
DOI: https://doi.org/10.59342/jer.v3i2.685
https://jurnal.insan.ac.id/?journal=jer

Tabel 1. Hasil Uji Validtas

Variabel	Item	Corected Item Total Correlation (r hitung)	r tabel	Keterangan
Fitur Layanan (X1)	q1	0.585	0.316	Valid
	q2	0.628	0.316	Valid
	q3	0.447	0.316	Valid
	q4	0.493	0.316	Valid
Prosedur Costumer Relathionship (X2)	q1	0.772	0.316	Valid
	q2	0.318	0.316	Valid
	q3	0.562	0.316	Valid
Keputusan Memilih Produk Tabungan Ib Rencana (Y)	q1	0.629	0.316	Valid
	q2	0.534	0.316	Valid
	q3	0.700	0.316	Valid
	q4	0.594	0.316	Valid
	q5	0.478	0.316	Valid

Sumber : data dikelola peneliti dari SPSS VERSI 26

Tabel 4.9 di atas menujukan bahwa nilai r hitung pada kolom *corrected item total correlation* untuk masing-masing item memiliki r hitung lebih besar dan positif dibanding r tabel untuk N = 39 dan alpha 0,05 dengan uji sisi r tabel sebesar 0.316 maka dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari dua variabel independen dan dependen valid

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas pada dasarnya dilakukan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukurandapat dipercaya. Jika pengukuran yang dilakukan berulang menghasilkan hasil yang relative sama, pengukuran tersebut dianggap memiliki tingkat relibilitas yang baik, perhitungan keandalan butir penelitian ini menggunkan fasilitas yang diberikan SPSS 26 for windows untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistic cronbach's alpha (a), yaitu suatu variabel dikatakan reliabel jika memberi nilai cronbach's alpha > 0.60.

Adapun hasil uji reliablitas pada variabel fitur layanan, *costumer relationship*, dan keputusan memilih produk tabungan Ib Rencana adalah sebagai berikut:

Jurnal El Rayyan : Jurnal Perbankan Syariah
Volume 3, Nomor 2, Oktober 2024, 180-194
E-ISSN: 2829-2642
DOI: https://doi.org/10.59342/jer.v3i2.685
https://jurnal.insan.ac.id/?journal=jer

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Reliability Coeficients	Alpha	Keterangan
X1	4	0.734	Reliabel
X2	3	0.663	Reliabel
Y	5	0.723	Reliabel

Sumber : data dikelola peneliti dari SPSS VERSI 26

Berdasarkan hasil uji reliablitas pada variabel fitur layanan, *costumer relationship*, dan keputusan memilih produk tabungan Ib Rencana kehandalan yang dapat dilihat pada tabel di atas, tampak bahwa nilai conbach's alpha masing-masing variabel menunjukan angka yang melebihi dari 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa korelasi tersebut reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah nilai redisual berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai redisual yang berdistribusi normal. Salah satu uji normalitas adalah dengan uji statistik *Kolmogorov-Smirnov*.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			39
Normal Parameters[a,b]		Mean	,0000000
		Std. Deviation	1,45371410
Most Extreme Differences		Absolute	,172
		Positive	,104
		Negative	-,172
Kolmogorov-Smirnov Z			1,072
Asymp. Sig. (2-tailed)			,201

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
Sumber : data dikelola peneliti dari SPSS VERSI 26

Dari tabel *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* diperoleh angka probabilitas atau *Asymp.Sig (2-tailed)*. Nilai dibanding 0,05 (menggunakan taraf signifikan a=5% dengan dasar pengambilan keputusannya : jika nilai Sig,> 0,05 maka nilai redisual terdistribusi normal. Dan apabila Sig, < 0,05 maka nilai redisual tidak terdistribusi normal.

Jadi dapat dilihat dari tabel di atas sig untu fitur layanan (X1), Prosedur costumer relationship dan untuk keputusan memilih produk tabungan Ib Rencana di lihat dari *Asymp.Sig (2-tailed*) 0,201 > 0,05 sehingga data berdistribusi normal.

Jurnal El Rayyan : Jurnal Perbankan Syariah
Volume 3, Nomor 2, Oktober 2024, 180-194
E-ISSN: 2829-2642
DOI: https://doi.org/10.59342/jer.v3i2.685
https://jurnal.insan.ac.id/?journal=jer

3. Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18,817	,647		29,098	,000
	Fitur Layanan	2,287	,080	2,612	28,495	,000
	Prosedur Costumer Relationship	2,573	,118	1,997	21,789	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Memilih Produk Tabungan Ib Rencana

Sumber : data dikelola peneliti dari SPSS VERSI 26

Uji model regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui tingkat adanya hubungan antara variabel (X1 **)** dan variabel (X2) dengan (Y). Berdasarkan pengujian SPSS Pada Tabel Diatas, maka berikut ini merupakan persamaan regresi linear berganda yang telah disesuaikan berdasarkan penelitian yaitu sebagai berikut.

$$Y = a + \beta 1\, X1 + \beta 2\, X2 + e$$

Keterangan:

Y = keputusan memilih produk tabungan Ib Rencana
a = konstanta
X1 = fitur layanan
X2 = Prosedur costumer relationship
$\beta 1 \beta 2$ = koefisien regresi masing-masing variabel
e = error term (variabel pengganggu) atau redisual

Berdasarkan tabel perhitungan SPSS di atas tentang untandarized coeffisients model regresi dapat di hasilkan sebagai berikut.

1) Nilai konstanta (Y') sebesar 18,817 artinya jika tidak ada perubahan variabel fitur layanan dan prosedur costumer relationship (nilai X1,X2 = 0) maka keputusan nasabah memilih tabungan Ib Rencana ada sebesar 18,817.
2) Koefisien regresi X1 sebesar 2,287 menyatakan bahwa, jika nilai variabel meningkat maka akan diikuti peningkatan keputusan nasabah memilih produk tabungan Ib Rencana sebesar 2,287 %
3) Koefisien regresi X2 sebesar 2,573 menyatakan bahwa, jika nilai variabel prosedur costumer relationship meningkat maka akan diikuti peningkatan keputusan nasabah memilih produk tabungan Ib Rencana sebesar 2,573 %
4) Tanda (+) menandakan arah hubungan yang searah, sedangkan tanda (-) menunjukan arah hubungan yang berbanding terbalik antara variabel indenpenden (X) dengan variabel (Y).

Jurnal El Rayyan : Jurnal Perbankan Syariah
Volume 3, Nomor 2, Oktober 2024, 180-194
E-ISSN: 2829-2642
DOI: https://doi.org/10.59342/jer.v3i2.685
https://jurnal.insan.ac.id/?journal=jer

4. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (uji t)

Tabel 5. Hasil uji signifikan parsial (Uji t)

Coefficients[a]

Modl		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18,817	,647		29,098	,000
	Fitur Layanan	2,287	,080	2,612	28,495	,000
	Prosedur Costumer Relationship	2,573	,118	1,997	21,789	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Memilih Produk Tabungan Ib Rencana

Sumber : data dikelola peneliti dari SPSS VERSI 26

Untuk melihat pengaruh secara parsial atau secara individu antara X1 terhadap Y dan X2 terhadap Y. Dasar pengambil keputusan (Hipotesis):

1. jika nilai sig.<0.05 terdapat pengaruh variabel X terhadap Y.
2. jika nilai sig.>0.05 tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap Y.

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa untuk (X1) nilai sig. 0.00< 0.05 maka hipotesis teruji yaitu fitur layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih produk tabungan Ib Rencana pada PT.Bank Muamalat KCP Binjai. Dan untuk (X2) nilai sig. 0.00 < 0.05 maka hipotesis teruji yaitu prosedur costumer *relationship* berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk Tabungan Ib Rencana pada PT Bank Muamalat KCP Binjai.

Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Penelitian Elsa Mawarni, (2020), Pengaruh Pelayanan Pembukaan Rekening Dan Perhitungan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Marhamah Pada PT Bank Sumut Syariah Capem Binjai. Hasil penelitian menujukan bebas terhadap variabel terikat memiliki determinan R2 memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah memilih tabungan marhamah. Hal ini menunjukan hubungan positif antara fitur layanan dengan keputusan memilih produk tabungan Ib Rencana Di PT Bank Muamalat KCP Binjai. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semangkin baik pelyanan yang diberikan dan fitur-fitur layanan yang di berikan maka akan semakin tinggi pula tingkat keputusan nasabah produk tabungan Ib Rencana Di PT Bank Muamalat KCP Binjai.

Jurnal El Rayyan : Jurnal Perbankan Syariah
Volume 3, Nomor 2, Oktober 2024, 180-194
E-ISSN: 2829-2642
DOI: https://doi.org/10.59342/jer.v3i2.685
https://jurnal.insan.ac.id/?journal=jer

b. Uji Simultan (Uji F)

Tabel 6. Hasil uji signifikan silmultan (uji F)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	82,898	2	41,449	524,425	,000[b]
	Residual	2,845	36	,079		
	Total	85,744	38			

a. Dependent Variable: Keputusan Memilih Produk Tabungan Ib Rencana
b. Predictors: (Constant), Prosedur Costumer Relationship, Fitur Layanan

Sumber : data dikelola peneliti dari SPSS VERSI 26

Untuk melihat pengaruh secara simultan atau bersama-sama X1 dan X2 terhadap Y. Dasar pengambil keputusan (hipotesis):
1. jika nilai sig.<0.05 terdapat pengaruh variabel X terhadap Y.
2. jika nilai sig.>0.05 tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap Y.

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa untuk nilai sig.0.00 < 0.05 maka hipotesis teruji yaitu fitur layanan dan prosedur costumer *relationship* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan Ib Rencana pada PT. Bank Muamalat KCP Binjai.

Hal ini juga sejalan dengan Penelitian Reni Sari, (2019). Pengaruh *Costumer Relatioship* Marketing, Nilai Nasabah Dan Keunggulan Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kcp Berandan. Hasil penelitian menunjukan *Costumer Relationship,* Nilai Nasabah Dan Keunggulan Produk Menghasilkan Nilai Positif Terhadap Loyalitas Nasabah Bank syariah Mandiri Kcp Berandan. Hal ini menunjukan adanya hubungan positif terlihat dari ANOVA yang diperoleh sig. Lebih kecil dari taraf a(5%). Yang artinya fitur layanan dan prosedur costumer *relationship* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan Ib Rencana pada PT. Bank Muamalat KCP Binjai, dengan sig. 0.00 < 0.05 sehingga hipotesis teruji. Hal ini menunjukan adanya hubungan positif fitur layanan dan prosedur costumer *relationship* secara bersama-sama terhadap keputusan nasabah memilih produk Tabungan Ib Rencana. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin besar fitur layanan yang di berikan, maka semakin besar pula keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan Ib Rencana pada PT.Bank Muamalat KCP Binjai.

5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,983[a]	,967	,965	,281

Jurnal El Rayyan : Jurnal Perbankan Syariah
Volume 3, Nomor 2, Oktober 2024, 180-194
E-ISSN: 2829-2642
DOI: https://doi.org/10.59342/jer.v3i2.685
https://jurnal.insan.ac.id/?journal=jer

a. Predictors: (Constant), Prosedur Costumer Relationship, Fitur Layanan
Sumber : data dikelola peneliti dari SPSS VERSI 26

Koefisien Determinasi (R^2) merupakan ukuran dipakai untuk melihat seberapa besar variasi nilai variabel terikat (Y) dan variabel (X). Dari hasil output diatas diperoleh nilai R^2 (R Square) sebesar 0.967. hal ini merupakan indeks determinan yang menunjukkan bahwa fitur layanan (X1) dan prosedur costumer *relationship* (X2) berpengaruh terhadap keputusan memilih produk tabungan Ib Rencana pada PT. Bank Muamalat KCP binjai (Y) sebesar 0.967 atau 96.7 % sedangkan sisanyanya 3.3 % dipengaruhi faktor lain.

Pembahasan

1. **Pengaruh Fitur Layanan Pembukaan Rekening terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Tabungan Ib Rencana**

   Fitur layanan adalah salah satu jenis penerapan konsep promosi untuk menarik minat konsumen terhadap penggunaan suatu produk. Maka apabila fitur layanan baik serta terjamin tentunya konsumen akan lebih tertarik pada penggunaan produk tersebut. Pelyanan juga merupakan upaya yang dilakukan seseorang melalui tindakan atau perbuatan yang di berikan kepada nasabah.

   Berdasarkan hasil pengujian di atas diketahui dari tabel *coefficients* bahwa untuk fitur layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk Tabungan Ib Rencana pada PT Bank Muamalat KCP Binjai, dengan nilai Sig. 0.00 < 0.05 sehingga hipotesis teruji.

2. **Pengaruh Prosedur Costumer *Relationship* terhadap Keputusan Memilih Produk Tabungan Ib Rencana.**

   Costumer relathionship adalah alat strategis perusahaan untuk dapat sukses di pasar yang kompetetif seperti saat ini, sebab *costumer relathionship* dapat memberikan dampak positif pada kinerja bisnis. Cara kerja *Costumer Relathionship* yaitu dengan menyelaraskan orang, proses, dan teknologi dari perusahaan untuk keperluan strategis dalam mempertahankan dan meningkatkan hubungan perusahaan dan pelanggan yang dilayaninnya.

   Berdasarkan hasil pengujian diatas diketahui dari tabel *coefficients* bahwa untuk prosedur costumer *relationship* berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk Tabungan Ib Rencana pada PT Bank Muamalat KCP Binjai, dengan nilai Sig. 0.00 < 0.05 sehingga hipotesis teruji.

3. **Pengaruh Fitur Layanan dan Prosedur Costumer Relationship terhadap Keputusan Memilih Produk Tabungan Ib Rencana**

   Kedua variabel yaitu fitur layanan dan costumer *relationship* berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih produk tabungan Ib Rencana. Hal ini terlihat dari ANOVA yang diperoleh sig. Lebih kecil dari taraf a(5%). Yang artinya fitur layanan dan prosedur costumer *relationship* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan Ib Rencana pada PT. Bank Muamalat KCP Binjai, dengan sig. 0.00 < 0.05 sehingga hipotesis teruji. Hal ini menunjukan adanya hubungan positif fitur layanan dan prosedur costumer *relationship* secara

Jurnal El Rayyan : Jurnal Perbankan Syariah
Volume 3, Nomor 2, Oktober 2024, 180-194
E-ISSN: 2829-2642
DOI: https://doi.org/10.59342/jer.v3i2.685
https://jurnal.insan.ac.id/?journal=jer

bersama-sama terhadap keputusan nasabah memilih produk Tabungan Ib Rencana. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin besar fitur layanan yang di berikan, maka semakin besar pula keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan Ib Rencana pada PT.Bank Muamalat KCP Binjai.

E. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian yang telah dilakukan terkait dengan Pengaruh Fitur Layanan IB Rencana Dan Prosedur Costumer Relationship Terhadap Keputusan Memilih Produk Tabungan Ib Rencana Di PT Bank Muamalat KCP Binjai, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Fitur Layanan Ib Rencana berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan Ib Rencana di PT Bank Muamalat KCP Binjai. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa Fitur Layanan dan keputusan nasabah memilih produk tabungan Ib Rencana memiliki hubungan yang positif, artinya semakin tinggi atau semakin baik pelayanan yang diberikan maka akan semakin tinggi pula tingkat keputusan nasabah memilih produk tabungan Ib Rencana di PT Bank Muamalat KCP Binjai. Maka hasil dari penelitian ini, Ho_1 ditolak dan Ha_1 diterima yang dapat diartikan bahwa variabel fitur layanan Ib Rencana memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan nasabah memilih produk tabungan Ib Rencana di PT Bank Muamalat KCP Binjai.
2. Prosedur Costumer *Relationship* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Memilih Produk Tabungan Ib Rencana Di PT Bank Muamalat KCP Binjai. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa Prosedur Costumer *Relationship* dan keputusan nasabah memilih produk tabungan Ib Rencana memiliki hubungan yang positif, artinya semakin tinggi atau semakin baik hubungannya dengan nasabah dan pelayanan yang diberikan maka akan semakin tinggi pula tingkat keputusan nasabah memilih produk tabungan Ib Rencana di PT Bank Muamalat KCP Binjai. Maka hasil dari penelitian ini, Ho_2 ditolak dan Ha_2 diterima yang dapat diartikan bahwa variabel Prosedur Costumer *Relationship* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan nasabah memilih produk tabungan Ib Rencana di PT Bank Muamalat KCP Binjai.
3. Jika dilakukan pengujian secara bersama-sama pada kedua variabel indenpenden yaitu fitur layanan Ib Rencana dan prosedur costumer *relationship* terhadap variabel dependen yaitu keputusan nasabah memilih produk tabungan Ib Rencana pada PT. Bank Muamalat KCP binjai, maka hasilnya menunjukan bahwa kedua variabel secara serentak memberi pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan Ib Rencana di PT Bank Muamalat KCP Binjai. Maka hasil dari penelitian ini, Ho_3 ditolak dan Ha_3 diterima yang dapat diartikan bahwa fitur layanan Ib Rencana dan prosedur costumer *relationship* secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan Ib Rencana pada PT. Bank Muamalat KCP Binjai.

F. SARAN

Berdasarkan kesimpulan penelitian diatas, maka penulis memberikan saran untuk dijadikan bahan pertimbangan sebagai berikut :

1. Dari hasil penelitian dapat dilihat bahwa dengan adanya fitur layanan Ib Rencana memiliki pengaruh yang tinggi atau signifikan dengan keputusan

Jurnal El Rayyan : Jurnal Perbankan Syariah
Volume 3, Nomor 2, Oktober 2024, 180-194
E-ISSN: 2829-2642
DOI: https://doi.org/10.59342/jer.v3i2.685
https://jurnal.insan.ac.id/?journal=jer

nasabah memilih produk tabungan Ib Rencana. Oleh karena itu diharapkan kepada karyawan PT. Bank Muamalat KCP Binjai terkhususnya Customer Service dapat lebih meningkatkan kinerjanya dalam memberikan pelayanan dan menyelaraskan fitur layanan yang ada pada produk Ib Rencana dan keunggulan yang ada pada produk Ib Rencana, agar nasabah lebih termotivasi untuk mengunakan produk-produk yang ada pada PT. Bank Muamalat KCP binjai terkhususnya pada produk Ib Rencana.

2. Prosedur Costumer *Relationship* memiliki pengaruh yang tinggi atau signifikan dengan keputusan nasabah memilih produk tabungan Ib Rencana. Oleh karena itu diharapkan kepada karyawan PT. Bank Muamalat KCP Binjai untuk lebih meningkatkan lagi dalam membangun dan mengelola, komunikasi, hubungan jangka panjang yang baik, memahami status dan kondisi serta kebutuhan mereka. Agar nasabah merasa nyaman dengan manfaat yang diberikan sehingga membuat mereka lebih termotivasi untuk lebih meningkatkan jumlah tabungan mereka terkhususnya pada pengunaan produk tabungan Ib Rencana.
3. Bagi peneliti selanjutnya, jika skripsi ini di gunakan sebagai referensi, maka hendaknya di uji ulang, karena penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna.

G. DAFTAR PUSTAKA

Anshari. R, (2019). *Pengaruh customer relationship management (crm) terhadap kinerja perusahaan pada industri perbankan Indonesia The effect of customer relationship management (crm) on firm performance on Indonesian banking industry*. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan 16*(1), 122–127.

Audya.s, D. (2021). Strategi Pemasaran Produk Tabungan Ib Rencana Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Bank Muamalat KCP Palopo. *Skripsi*.

Harahap, R. S. P. (2020). Pengaruh Fidelity Customer Terhadap Tabungan Deposito Fullinvest IB Muamalat Priode 2015-2018 (Studi Kasus PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Binjai). *Seminar Nasional Teknologi Komputer & Sains …*, 504–509. http://seminar-id.com/prosiding/index.php/sainteks/article/view/487%0Ahttps://seminar-id.com/prosiding/index.php/sainteks/article/download/487/483

Harahap, R. S. P.. (2020). *Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Masyarakat Membeli Produk Makanan Dan Minuman (Studi Kasus Lingkungan VI Kelurahan Nangka Binjai Utara)*. Jurnal.*V*(2), 354–376.

Gozhali I. (2010). *prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.

Marzuki, I. (2019). *Menggunakan Tabungan Mudharabah (Studi Kasus Bank Muamalat Cabang Balaikota Medan). Skripsi. Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam*.

Vhisnu p. (2023). *kualitas produk,kepuasan pelanggang,dan niat beli ulang: konsep dan aplikasi pada studi kasus*. Binangun : MPI.

Jurnal El Rayyan : Jurnal Perbankan Syariah
Volume 3, Nomor 2, Oktober 2024, 180-194
E-ISSN: 2829-2642
DOI: https://doi.org/10.59342/jer.v3i2.685
https://jurnal.insan.ac.id/?journal=jer

Aseandi, R, a, Munthe, S, b, A. F. D. (2023). *Penerapan Nilai-Nilai Syariah Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat KCP Stabat*.Jurnal. *6*, 30–41.

Risma. (2021). Pengaruh Fitur Layanan dan Kemudahan terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi pada Masyarakat Desa Rantau Rasau Kecamatan Berbak). *Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negerii*, *1*(1), 1–13.

Munthe, S. (2020). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Pada Tabungan Mudharabah Di Bank Muamalat Cabang Balai Kota Medan*. Jurnal. *9*, 1.

Sari, R. (2019). Pengaruh Customer Relationship Marketing, Nilai Nasabah Dan Keunggulan Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pangkalan Brandan. *Skripsi*.

Sugiono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D. Bandung: CV Alfabeta*.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (mixed methods)*.

Thendywinaryo, C., Sidik, A., & Goenawan, F. (2020). Analisis Strategi Customer Relationship Management Untuk Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Umkm Retail Non- Makanan Di Indonesia Timur (Studi Kasus Pada New Em Collection) Pendahuluan. *E-Komunikasi*, *9*, 12.

Trott, T. &. (2021). analisis strategi customer relationship management untuk mempertahankan loyalitas pelanggan non- makanan di indonesia timur (studi kasus pada new collection). *Jurnal E-Komunikasi*, *9*, hal.3.