

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI GENERASI MILENIAL DESA TENGGAYUN MENJADI NASABAH BANK RIAU KEPRI SYARIAH

Siti Nurfatihah¹, Nur Azlina²

*Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Bengkalis (Perbankan Syariah,
Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam)*

✉ Corresponding Author:

Nama Penulis: Siti Nurfatihah, Nur Azlina

E-mail: nurfatihahsiti3@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini di latarbelakangi oleh lokasi bank yang lumayan jauh namun karena tidak ada pilihan lain tetap harus menempuh jarak tersebut. Faktor religiusitas, karena Bank Riau Kepri Syariah yang masih baru konversi menjadi bank syariah yang masih awam bagi masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel independent seperti faktor lokasi, pelayanan, religiusitas terhadap variabel dependen yaitu, minat menabung generasi milenial di Bank Riau Kepri Syariah Sungai Pakning. Dalam penelitian ini, data yang digunakan adalah data primer. Berdasarkan hasil analisis dapat ditarik kesimpulan berdasarkan Uji T, variable lokasi (X1) t hitung sebesar 2,331 dan t tabel 1,986 dengan tingkat signifikan $0,022 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. Uji T variabel pelayanan (X2) t hitung sebesar (-1,557) dan t tabel (-1,986) dengan tingkat signifikan $0,023 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh secara negatif terhadap minat menabung. Uji T variabel religiusitas (X3) t hitung sebesar 2,404 dan t tabel 1,986 dengan tingkat signifikan $0,018 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. Berdasarkan Uji F disimpulkan bahwa variabel lokasi, pelayanan, dan religiusitas secara simultan berpengaruh terhadap minat menabung. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan dokumentasi.

Kata kunci: Lokasi; Pelayanan; Religiusitas

PENDAHULUAN

Perkembangan perbankan Syariah di Indonesia didukung oleh otoritas keagamaan dalam hal ini Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang secara aktif memberikan fatwa-fatwa hukum terkait aktivitas umat di bidang ini. Fatwa-fatwa hukum MUI ada kalanya bersumber dari Dewan Syariah Nasional yang memang bertugas secara khusus mendampingi industri perbankan Syariah maupun dari MUI sendiri secara langsung sebagai jawaban atas berbagai persoalan umat. (Yuli Andriansyah, 2019) Penduduk

Indonesia mayoritas beragama Islam, sehingga dalam setiap melakukan aktifitas yang khususnya dalam bidang ekonomi sudah seharusnya juga menggunakan transaksi yang sesuai dengan prinsip hukum Islam. Salah satunya adalah dengan cara memilih produk dari lembaga keuangan syariah yaitu Bank Riau Kepri Syariah.

Bank Riau Kepri Syariah atau BRK Syariah merupakan salah satu perbankan syariah daerah milik Pemerintah Provinsi Riau dan Kepulauan Riau yang berkantor pusat di Pekanbaru, Riau. Sebelumnya Bank ini bernama Bank Riau Kepri, dengan menjalankan dua unit usaha yaitu konvensional dan syariah. Pada tahun 2022, PT Bank Pembangunan Daerah Riau dan Kepulauan Riau berhasil melakukan konversi dari Bank Umum Syariah menjadi PT Bank Pembangunan Daerah Riau dan Kepulauan Riau Syariah (Persero) atau disingkat PT Bank Riau Kepri Syariah (BRK Syariah). Pada tanggal 25 Agustus 2022, Wakil Presiden Ma'ruf Amin meresmikan Bank Riau Kepri Syariah (BRK Syariah), yang menurutnya keberhasilan konversi Bank Riau Kepri dari Bank Konvensional menjadi syariah adalah capaian signifikan dalam pengembangan ekonomi dan keuangan syariah di Indonesia. (https://id.m.wikipedia.org/wiki/BRK_Syariah)

Perbankan syariah untuk dapat bersaing dengan perusahaan yang sejenisnya atau Perusahaan konvensional, perusahaan tentu harus mempunyai keunggulan yang kompetitif untuk mempengaruhi minat nasabah. Faktor yang membuat nasabah berminat untuk bertransaksi pada Bank Riau Kepri Syariah ada banyak faktor yang mempengaruhinya, diantaranya yaitu faktor lokasi, pelayanan, dan religiusitas. Bank Riau Kepri Syariah harus menerapkan strategi yang tepat dan benar untuk menarik nasabah agar berminat pada produk dan jasa pada BRK Syariah tersebut. Menurut pendapat Yuswohady milenial adalah generasi yang lahir dalam rentang waktu awal 1980-2000. Mereka disebut sebagai generasi milenial karena generasi ini hidup dipergantian millennium dimana di era ini teknologi digital mulai masuk ke segala sendi kehidupan. (Hidayatullah, Waris, 2018)

Semakin banyaknya generasi milenial khususnya di Indonesia yang memasuki usia produktif semakin mendorong perkembangan teknologi dan juga dunia digital. Menurut Joint Venture Survey, generasi milenial adalah generasi yang paling terkoneksi secara sosial, yang mana internet sangat berpengaruh terhadap keadaan generasi ini. Generasi milenial disebut sangat fasih dan mudah beradaptasi dengan teknologi, bahkan sudah sangat berpengaruh terhadap teknologi. (Tirta Angela, Nurlaila Effendi, 2015)

Salah satu yang menjadi faktor nasabah atau seseorang tertarik untuk melakukan transaksi di Bank Riau Kepri Syariah adalah karena adanya minat.

Menurut Muhammad, minat dapat diartikan sebagai suatu kondisi yang terjadi apabila seseorang ketika melihat ciri-ciri atau arti sementara situasi yang dihubungkan dengan keinginan-keinginan atau kebutuhannya sendiri. Minat juga diartikan sebagai rasa lebih suka dan rasa adanya ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh. Oleh karenanya itu, minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan suatu diluar diri, semakin kuat hubungan tersebut maka semakin besar minat dan ketertarikannya.

Minat menabung didefinisikan sebagai keputusan pemakaian atau pembelian jasa-jasa dan produk tertentu. Keputusan pembelian adalah suatu proses pengambilan keputusan atas pembelian yang mencakup penentuan apa saja yang akan dibeli atau yang tidak akan melakukan pembelian. yang mana keputusan tersebut diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya, kebutuhan dan dana yang dimiliki. (Kotler dan Philip)

Lokasi bank merupakan keputusan yang dibuat perusahaan yang berkaitan dengan operasi dan stafnya yang akan ditempatkan. Dimana komponen yang menyangkut lokasi seperti pemilihan lokasi yang strategis atau mudah dijangkau, dekat dengan pemukiman penduduk, aman, nyaman bagi nasabah, adanya fasilitas yang mendukung seperti adanya lahan parkir. Penentuan lokasi bank ialah kebijakan yang harus diambil dengan hati-hati. Kantor bank harus dibangun ditempat yang strategis, dekat dengan nasabah, tinggal, mudah pencapaiannya, dekat dengan penyedia tenaga kerja, selain penentuan tempat kantor bank, penentuan tata letak kantor luar (*outdoor*) dan tata letak kantor dalam (*indoor*) menjadi bahasa penting perbankan.

Faktor pelayanan menurut Kotler Philip dan Keller didefinisikan sebagai aktivitas atau manfaat yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak ke pihak lain dengan tidak berwujud, tidak tersimpan, dan dapat diubah. Suatu pelayanan yang baik pasti akan mendorong seseorang untuk menggunakan jasa ataupun produk yang ditawarkan. Kualitas pelayanan merupakan segala sesuatu yang mampu dan bisa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan. Bagaimana keramahan pelayanan *customer officer* terhadap nasabah dan juga kualitas produk suatu Perusahaan yang ditawarkan. (Putri Rosalina Harahap, 2022)

Menurut Susanti, religiusitas adalah keadaan didalam diri individu atau seseorang yang mendorong orang tersebut untuk bertingkah laku sesuai dengan kadar ketaatannya terhadap agama yang dianutinya. Religiusitas ialah bentuk aspek religi yang telah dihayati oleh individu dalam hati. Makna religiusitas digambarkan dalam beberapa aspek yang harus dipenuhi srnagai petunjuk tentang bagaimana cara menjalankan hidup dengan benar dan tepat agar manusia bisa mencapai kebahagiaan, baik di dunia maupun di akhirat

kelak. (Putri Rosalina Harahap, 2022) Dengan banyaknya persaingan, perusahaan perbankan tentunya harus menerapkan strategi yang baik untuk menarik nasabah bertransaksi pada lembaga keuangan syariah. Dan Bank Riau Kepri Syariah Sungai Pakning, untuk menarik minat nasabah, dilakukan dengan menerapkan strategi diantaranya melalui faktor lokasi, pelayanan, religiusitas.

KAJIAN PUSTAKA

Minat

Minat pada dasarnya merupakan penerimaan akan sesuatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Minat berkaitan dengan perasaan suka atau senang dari seseorang terhadap sesuatu objek. (Rahmah Yulianti, 2015) Minat terbentuk setelah diperolehkannya suatu informasi tentang objek yang diperhatikan, yang disertai dengan adanya keterlibatan perasaan, terarah pada objek ataupun suatu kegiatan dan aktivitas tertentu, dan terbentuk oleh lingkungan. (Rosa Erlina, 2023)

Minat menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller adalah konsumen terangsang untuk mencari informasi mengenai inovasi terhadap barang dan jasa. (Philip Kotler & Kevin Lane Keller, 2008) Minat transaksi adalah kecenderungan seseorang untuk membeli produk. Minat transaksi juga dapat diasumsikan sebagai minat beli yang merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian. (Anwar Prabu Mangkunegara, 1998)

Ciri-ciri minat menabung antara lain, kemampuan untuk mencari informasi terhadap suatu produk atau jasa, kesediaan untuk membayar barang atau jasa, menceritakan hal yang positif, kecenderungan untuk merekomendasikan. (Roni Andespa, 2017)

Faktor-faktor yang mempengaruhi timbulnya minat

Menurut Crow, ada tiga faktor yang menjadi timbul adanya minat, yaitu: dorongan dari dalam diri individu, misalnya dorongan makan, rasa ingin tahu terhadap suatu objek. Motif sosial, dapat menjadi faktor yang menimbulkan atau membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas

tertentu. Misalnya minat studi untuk mendapatkan penghargaan dari keluarga. Faktor emosional, minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi. Misalnya kesuksesan seseorang terhadap suatu aktivitas disebabkan karena aktivitas tersebut menimbulkan perasaan suka dan puas.

Lokasi

Menurut Kasmir, lokasi bank adalah tempat dimana diperjualbelikan produk cabang bank dan pusat pengendalian perbankan. Dalam praktiknya ada beberapa macam lokasi kantor bank, yaitu lokasi kantor pusat, cabang utama, cabang pembantu, kantor kas, dan lokasi mesin-mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM). Komponen yang menyangkut faktor lokasi ialah pemilihan lokasi perusahaan yang strategis, dekat dengan tempat pemukiman penduduk, aman, nyaman bagi nasabah, fasilitas yang mendukung. Adapun indikator Lokasi pada penelitian ini adalah: Terjangkau, Visibilitas, Fasilitas area parkir, Dekat sarana umum. (Putri Rosalina Harahap, 2022)

Pelayanan

Menurut Darmawan dkk, kualitas pelayanan adalah segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan (*meeting the needs of customers*). Adapun yang termasuk dalam kategori pelayanan adalah bagaimana keramahan pelayanan *customer officer* dan juga kualitas produk yang ditawarkan. Jenis-jenis pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sangat tergantung kepada kebutuhan, keinginan, kemampuan kedua belah pihak, baik pemberi layanan maupun yang membutuhkan pelayanan. Artinya, pelayanan bank syariah yang dimaksud bukan hanya berkaitan dengan pelayanan karyawan kepada nasabah yang terjadi di kantor bank saja. Adapun indikator pelayanan pada penelitian ini adalah: Berwujud, kehandalan, jaminan dan kepastian, ketanggapan, empati.

Pelayanan dapat juga diartikan dengan serangkaian aktivitas karyawan dengan konsumen untuk memenuhi kebutuhan, pelayanan dapat dilakukan secara langsung ataupun tidak langsung. Pelayanan tidak hanya melayani, namun juga paham dan merasakan keinginan para konsumen. Pelayanan yang baik seperti, Tersedia sarana dan prasarana yang baik, karyawan yang baik, bertanggung jawab atas konsumen sari awal hingga selesai, mampu melayani secara cepat dan tepat, mampu berkomunikasi, berusaha memenuhi kebutuhan konsumen. (Kasmir, 2005)

Religiusitas

Menurut Susanti, religiusitas merupakan keadaan dalam diri seseorang yang mendorong orang tersebut untuk bertingkah laku sesuai dengan kadar ketaatannya terhadap agama yang dianutnya. Agama merupakan landasan hukum atau norma yang mengikat kepada pemeluknya untuk menjalankan setiap perintah dan larangan-Nya. Seluruh aktivitas yang dilakukan oleh pemeluk suatu agama telah diatur sebaik-baiknya untuk mencapai kebahagiaan di unia dan di akhirat nanti. Konsep religiusitas terdapat lima dimensi keberagaman yang sesuai dengan syariat Islam yaitu: ideologi, praktik, pengalaman, pengetahuan, konsekuensi. Dimensi religiusitas menjadi tolak ukur religiusitas seseorang dalam mempengaruhi perilaku konsumen. (Rama Muhamad Pramudiya, 2022)

Generasi Milenial

Howe dan Strauss berpendapat generasi milenial sebagai generasi yang kaya, berpendidikan lebih baik, beragam etnis, dan fokus pada kerja tim, prestasi, kesederhanaan, dan perilaku yang baik. Milenial memiliki kemampuan bawaan menguasai teknologi, seperti kemampuan multitasking dalam penggunaan perangkat digital. Istilah generasi milenial pertama kali dicetuskan oleh William dan Neil. Menurutnya generasi milenial adalah orang yang lahir dari rasio tahun 1980-2000 dikenal juga sebagai generasi Y. Generasi milenial menjadi pasar potensial bagi perbankan syariah. Hal ini karena penduduk Indonesia didominasi oleh generasi milenial dan generasi Z. Dengan demikian, perbankan syariah sudah seharusnya hadir melayani kebutuhan generasi milenial.

Karakteristik Generasi Milenial

Ada beberapa karakteristik generasi milenial, sebagai berikut: (Dapid Supriyanto, 2021) *millenial* lebih percaya *User Generated Content* dari pada informasi searah, generasi Millenial lebih memilih ponsel dibanding TV, kaum millenial wajib punya media sosial, milenial kurang suka membaca, lebih tahu tentang teknologi, milenial cenderung tidak royal namun bekerja efektif.

HIPOTESIS

Hipotesis penelitian ialah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian atau jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian. (Sugiarto, 2017) Hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini dapat dijelaskan pada hubungan antar variabel, serta dalam penelitian ini tingkat keputusan nasabah dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu: faktor lokasi, pelayanan, dan religiusitas. Berikut ini merupakan hipotesis antar variabel:

Pengaruh faktor lokasi terhadap minat menabung generasi milenial di Bank Riau Kepri Syariah Sungai Pakning.

H0: Tidak terdapat pengaruh pada variabel lokasi terhadap minat menabung generasi milenial di Bank Riau Kepri Syariah Sungai Pakning

Ha1: Terdapat pengaruh variabel lokasi terhadap minat menabung generasi milenial di Bank Riau Kepri Syariah Sungai Pakning.

Pengaruh faktor pelayanan terhadap minat menabung generasi milenial di Bank Riau Kepri Syariah Sungai Pakning.

H0: Tidak terdapat pengaruh variabel pelayanan terhadap minat menabung generasi milenial di Bank Riau Kepri Syariah Sungai Pakning

Ha2: Terdapat pengaruh yang signifikan pada variabel pelayanan terhadap minat menabung generasi milenial di Bank Riau Kepri Syariah Sungai Pakning.

Pengaruh faktor religiusitas terhadap minat menabung generasi milenial di Bank Riau Kepri Syariah Sungai Pakning.

H0: Tidak terdapat pengaruh variabel religiusitas terhadap minat menabung generasi milenial di Bank Riau Kepri Syariah Sungai Pakning.

Ha3: Terdapat pengaruh yang signifikan pada variabel religiusitas terhadap minat menabung generasi milenial di Bank Riau Kepri Syariah Sungai Pakning.

Pengaruh faktor lokasi, pelayanan, religiusitas terhadap minat menabung generasi milenial di Bank Riau Kepri Syariah Sungai Pakning.

H0: Tidak terdapat pengaruh variabel lokasi, pelayanan, religiusitas terhadap minat menabung generasi milenial di Bank Riau Kepri Syariah Sungai Pakning.

Ha4: Terdapat pengaruh yang signifikan pada variabel lokasi, pelayanan, religiusitas terhadap minat menabung generasi milenial di Bank Riau Kepri Syariah Sungai Pakning.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan ialah penelitian lapangan (*field research*) yaitu sebuah penelitian yang dilaksanakan secara runtut dan data yang diperoleh dari lapangan. Bentuk penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Pendekatan kuantitatif ialah penelitian dengan pengujian teori-teori melalui pengukuran variable penelitian dengan menggunakan angka dan menganalisis data dengan statistika.

Sumber data yang digunakan adalah data primer, yang diperoleh secara langsung yang berupa angket. Skala data yang digunakan ialah skala likert. Populasi pada penelitian ini adalah populasi tidak diketahui. Teknik pengambilan sampel yang digunakan purposif sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan dokumentasi. Dan teknik pengumpulan data penelitian menggunakan SPSS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Adapun dalam menghitung nilai r tabel rumusnya adalah sebagai berikut:

$$R \text{ tabel} = N - 2$$

$$R \text{ tabel} = 96 - 3$$

$$= 0,1986$$

Tabel 1.1 Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	r hitung	r table	Keterangan
X1	P1	0.555	0.1986	Valid
	P2	0.523		Valid
	P3	0.583		Valid
	P4	0.690		Valid
	P5	0.261		Valid
	P6	0.201		Valid
	P7	0.371		Valid
X2	P1	0.448	0.1986	Valid
	P2	0.501		Valid
	P3	0.469		Valid
	P4	0.620		Valid
	P5	0.532		Valid
	P6	0.550		Valid
	P7	0.288		Valid
X3	P1	0.453	0.1986	Valid
	P2	0.450		Valid
	P3	0.439		Valid
	P4	0.428		Valid

	P5	0.300		Valid
	P6	0.628		Valid
	P7	0.530		Valid
	P8	0.453		Valid
Y	P1	0.520	0.1986	Valid
	P2	0.788		Valid
	P3	0.391		Valid

Sumber: data diolah di SPSS 26

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa dari semua hasil variabel independen dan dependen valid terhadap nilai R tabel.

Uji Reliabilitas

Tabel 1.1 Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Cronbac'h Alpha	Keterangan
1	Lokasi	0.731	Reliabel
2	Pelayanan	0.613	Reliabel
3	Religiusitas	0.944	Reliabel
3	Minat Menabung	0.659	Reliabel

Sumber: data diolah di SPSS 26

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa variabel independen dan variabel dependen adalah reliabel terhadap Cronbac'h Alpha.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 1.3 Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.91258744
Most Extreme Differences	Absolute	.066
	Positive	.066
	Negative	-.047
Test Statistic		.066
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: data diolah di spss 26

Berdasarkan tabel diatas tampak bahwa nilai signifikansi sebesar 0.200, jika dibandingkan dengan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$ maka hasilnya $0,200 > 0,05$ jadi H_1 diterima dan H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan nilai variabel lokasi,

pelayanan, religiusitas berdistribusi normal atau diambil dari populasi yang normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 1.4 uji multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	6.270	2.444		2.565	.012		
Lokasi	.153	.066	.261	2.331	.022	.749	1.335
Pelayanan	-.120	.077	-.194	-1.557	.123	.601	1.664
Religiusitas	.176	.073	.290	2.404	.018	.645	1.550

a. Dependent Variable: Minat Menabung

Sumber: data diolah di spss 26

Dari table diatas dapat disimpulkan bahwa nilai torelance lokasi 0,749 > 0,10 sehingga tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi yang diajukan. Nilai pelayanan 0,601 > 0,10 sehingga tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi yang diajukan. Nilai religiusitas 0,645 > 0,10 sehingga tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi yang diajukan.

Nilai VIF dari variabel Lokasi 1,335 < 10 sehingga tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi yang diajukan. Nilai Pelayanan 1,664 < 10 sehingga tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi yang diajukan. Nilai Religiusitas 1,550 < 10 sehingga tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi yang diajukan.

Uji Hereroskedatisitas

Tabel 1.4 uji heteroskedatisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.927	1.329		-.697	.487
Lokasi	.054	.036	.177	1.501	.137
Pelayanan	.023	.042	.071	.539	.591
Religiusitas	.019	.040	-.061	-.480	.632

a. Dependent Variable: ABS

Sumber: data diolah di spss 26

Berdasarkan table diatas dapat disimpulkan nilai signifikansi lokasi 0,137 > 0,05 sehingga tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Nilai signifikansi pelayanan 0,591 > 0,05 sehingga tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Nilai

signifikansi religiusitas $0,632 > 0,05$ sehingga tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Uji Parsial (T)

Tabel 1.5 uji parsial (T)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.270	2.444		2.565	.012
Lokasi	.153	.066	.261	2.331	.022
Pelayanan	-.120	.077	-.194	-1.557	.023
Religiusitas	.176	.073	.290	2.404	.018

a. Dependent Variable: Minat Menabung

Sumber: data diolah di spss 26

Rumus T tabel = $t (\alpha/2; n - k - 1)$

T tabel = $t (0,050; 96 - 3 - 1)$

T tabel = 1,986

Pada tabel diatas berdasarkan uji t pada tabel dan dengan rumus T tabel maka dapat diketahui sebagai berikut: variabel lokasi memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2.331 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,022 jika dibandingkan dengan t_{tabel} (1,986) maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai signifikansi $0,022 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rosa Erlina 2022, hasilnya menunjukkan bahwa variabel faktor lokasi memiliki pengaruh signifikan terhadap minat nasabah produk tabungan haji pada PT. Bank Riau Kepri Capem syariah.

Pada penelitian ini menyatakan bahwa lokasi berpengaruh terhadap minat menabung. Apabila lokasi bank strategis maka perbakan syariah dan kemampuan nasabah dalam menabung cukup maka akan meningkatkan minat menabung nasabah. Semakin mudah lokasi ditemukan semakin tinggi minat nasabah untuk menabung di brk syariah. Hal ini dikarenakan kunci sukses bisnis adalah lokasi, bisa dikatakan bahwa lokasi memegang peran penting bagi usaha.

Variabel pelayanan memperoleh nilai t_{hitung} sebesar (-1.557) dengan tingkat signifikansi sebesar 0,023 jika dibandingkan dengan t_{tabel} (-1,986) maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi $0,023 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel pelayanan tidak berpengaruh secara negatif terhadap minat menabung.

Hasil dari penyebaran kuesioner terhadap generasi milenial dapat disimpulkan bahwasannya kualitas pelayanan bank riau kepri syariah tidak

menjadi tolak ukur bagi nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa generasi milenial tidak melihat dan juga mempertimbangkan kualitas pelayanan yang ada di bank riau kepri syariah dalam mengambil keputusan dalam menabung. Bagaimanapun pelayanan yang diterima oleh nasabah tidak mempengaruhi terhadap minat mereka dalam menggunakan bank riau kepri syariah karena mereka menyadari bahwa yang terpenting ialah tujuan dan keinginan mereka bisa terpenuhi. Hal ini menunjukkan bahwa generasi milenial tidak mempertimbangkan mutu dari pelayanan yang diberikan sebelum memilih bertransaksi pada suatu bank.

Berdasarkan hasil di atas penelitian ini tidak selaras dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rama Muhamad Pramudya 2022, yang menyatakan kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat generasi milenial menggunakan asuransi syariah. Dalam penelitian tersebut menunjukkan semakin baik tingkat kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin tinggi juga tingkat minat generasi milenial menggunakan asuransi syariah.

Variabel religiusitas memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,404 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,018 jika dibandingkan dengan t_{tabel} (1,986), maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan signifikansi $0,018 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Parastika dengan judul pengaruh religiusitas dan pengetahuan terhadap keputusan menabung di bank syariah dengan minat sebagai variabel intervening. Hasil analisis menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menabung di bank syariah.

Religiusitas menunjukkan sejauh mana keterkaitan atau komitmen seseorang terhadap agamanya, sehingga hal tersebut akan mempengaruhi perilaku dalam aktivitas kesehariannya. Agama Islam mencakup tiga aspek, yaitu keyakinan atau aqidah, syariat dan juga perilaku yang mana ketiganya memiliki hubungan sebab akibat. Sehingga dalam hal pemilihan produk dan layanan perbankan generasi milenial muslim memiliki komitmen terhadap agamanya dan mempertimbangkan aspek agama dalam pengambilan keputusan.

Uji Simultan (F)

Tabel 1.6 uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	12.716	3	4.239	4.929	.003 ^b
	Residual	79.118	92	.860		

Total	91.833	95		
-------	--------	----	--	--

a. Dependent Variable: Minat Menabung

b. Predictors: (Constant), Religiusitas, Lokasi, Pelayanan

Sumber : data diolah di spss 26

Rumus F tabel = F (k ; n-k) = F (3 ; 96-3)

F tabel = F (3;93)

F tabel = 2,703

Berdasarkan uji F diperoleh nilai F hitung sebesar 4.929 dan nilai signifikansi F 0,003. Nilai Sig. F < dari α (0,05), diketahui bahwa nilai signifikansi dari ketiga variabel independen sebesar $0,003 < 0,05$ dan diperoleh $F_{hitung} > F_{Tabel}$ yaitu $4.929 > 2,703$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi, pelayanan, religiusitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung dan H_1 diterima.

Uji Koefisien Determinan (R2)

Tabel 1.7 uji R2

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.372 ^a	.138	.110	.927

a. Predictors: (Constant), Religiusitas, Lokasi, Pelayanan

b. Dependent Variable: Minat Menabung

Sumber: data diolah di spss 26

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai R sebesar 0,372 yang mana berarti pengaruh lokasi, pelayanan, religiusitas secara bersamaan terhadap minat menabung sebesar 37,2%. Dalam hal ini 37,2% berarti bahwa minat menabung akan dijelaskan oleh variasi lokasi, pelayanan, religiusitas. Sedangkan sisanya yaitu 62,8% dapat dijelaskan oleh faktor lain didalam indikator minat menabung lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 1.8 uji regresi linear berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	6.270	2.444			2.565	.012
Lokasi	.153	.066	.261		2.331	.022
Pelayanan	-.120	.077	-.194		-1.557	.023
Religiusitas	.176	.073	.290		2.404	.018

a. Dependent Variable: Minat Menabung

Sumber: data diolah di spss 26

Dari table diatas dapat disimpulkan konstanta (a) bernilai 6.270 menunjukkan bahwa jika variabel independen lainnya bernilai 0 maka variable minat menabung akan mengalami peningkatan sebesar 6.270. Nilai koefisien regresi pada lokasi sebesar 0.153 bernilai positif artinya setiap peningkatan pada lokasi sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan minat menabung nasabah. Nilai koefisien regresi pada pelayanan sebesar (-0.120) bernilai negatif yang artinya setiap peningkatan pada pelayanan sebesar 1% maka akan menurunkan minat menabung. Nilai koefisien regresi pada religiusitas sebesar 0.176 artinya setiap peningkatan religiusitas sebesar 1% maka akan meningkatkan minat menabung.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Generasi Milenial Desa Tenggayun Kecamatan Bandar Laksamana Menjadi Nasabah di Bank Riau Kepri Syariah Sungai Pakning dapat ditarik Kesimpulan sebagai berikut:

Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel lokasi terhadap minat menabung nasabah di Bank Riau Kepri Syariah Sungai Pakning. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 1 diterima dan H_1 1 ditolak, yang artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. Apabila lokasi bank strategis maka perbakan syariah dan kemampuan nasabah dalam menabung cukup maka akan meningkatkan minat menabung nasabah. Semakin mudah lokasi ditemukan semakin tinggi minat nasabah untuk menabung di brk syariah. Hal ini dikarenakan kunci sukses bisnis adalah lokasi, bisa dikatakan bahwa lokasi memegang peran penting bagi usaha.

Tidak terdapat pengaruh secara negatif variabel pelayanan terhadap minat menabung nasabah di Bank Riau Kepri Syariah Sungai Pakning. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 2 diterima dan H_1 2 ditolak, yang artinya tidak terdapat pengaruh terhadap minat menabung. Hasil dari penyebaran kuesioner terhadap generasi milenial dapat disimpulkan bahwasannya kualitas pelayanan Bank Riau Kepri Syariah tidak menjadi tolak ukur bagi nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa generasi milenial tidak melihat dan juga mempertimbangkan kualitas pelayanan yang ada di Bank Riau Kepri Syariah dalam mengambil keputusan dalam menabung. Bagaimanapun pelayanan yang diterima oleh nasabah tidak mempengaruhi terhadap minat mereka dalam menggunakan Bank Riau Kepri Syariah karena mereka menyadari bahwa yang terpenting ialah tujuan dan keinginan mereka bisa terpenuhi. Hal ini menunjukkan bahwa generasi milenial tidak

mempertimbangkan mutu dari pelayanan yang diberikan sebelum memilih bertransaksi pada suatu bank.

Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel religiusitas terhadap minat menabung nasabah di Bank Riau Kepri Syariah Sungai Pakning. Hal ini menunjukkan bahwa H₃ diterima dan H₀₃ ditolak, yang artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. Religiusitas menunjukkan sejauh mana keterkaitan atau komitmen seseorang terhadap agamanya, sehingga hal tersebut akan mempengaruhi perilaku dalam aktivitas kesehariannya. Agama Islam mencakup tiga aspek, yaitu keyakinan atau aqidah, syariat dan juga perilaku yang mana ketiganya memiliki hubungan sebab akibat. Sehingga dalam hal pemilihan produk dan layanan perbankan generasi milenial muslim memiliki komitmen terhadap agamanya dan mempertimbangkan aspek agama dalam pengambilan keputusan.

Terdapat pengaruh positif yang ditimbulkan dari variabel lokasi, pelayanan, religiusitas secara simultan terhadap minat menabung nasabah bertransaksi di Bank Riau Kepri Syariah Sungai Pakning. maka dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi, pelayanan, religiusitas secara simultan berpengaruh terhadap minat menabung.

DAFTAR PUSTAKA

Yuli Andriansya. (2019). *Kinerja Keuangan Perbankan Syariah Di Indonesia dan Kontribusinya Bagi Pembangunan Nasional*. Jurnal La-Ribra Ekonomi Islam.

https://id.m.wikipedia.org/wiki/BRK_Syariah

Hidayatullah. Waris. (2018). *Perilaku Generasi Milenial Dalam Menggunakan Aplikasi Go-Food*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Vol 6, No. 2.

Tirta Angela. Nurlaila Effendi. (2015) *Faktor-faktor Brand Loyalty Smartphone Pada Generasi Y*. Jurnal Experientia, Vol. 3 No. 1. Hal 81

Putri Rosalina Harahap. (2022). *Analisi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Pekanbaru City*, Pekbis Jurnal, vol. 14, No. 2.

Rosa Erlina. (2022). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Memilih Produk Tabungan Haji Di Bank Riau Kepri Syariah Cabang Kementerian Agama Kabupaten Kuantan Singingi*. Juhanperak

- Anwar Prabu Mangkunegara. (1998). *Perilaku Manusia*. Jakarta: EGC. h. 56.
- Roni Andespa. (2017). *Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Minat Menabung Nasabah Di Bank Syariah*. Madqis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam. Vol 2, No 2, hal 180.
- Kasmir. (2005). *Pemasaran Bank*. Kencana. Hal. 207
- Rama Muhamad Pramudiya, Mira Rahmi. (2022). *Pengaruh Literasi Asuransi, Religiusitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah*. JIEFeS, Vol. 3, No. 1.
- Dapid Supriyanto. (2021). *Analisis Perilaku Milenial Dalam Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah di Era Revolusi 4.0 Pada Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah STEBIS IGM Palembang, IGM Indo Global Mandiri*, Vol.1, No. 2.
- Antonio, M. S. (2013). *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik* (Cetakan 1). Gema Insani.
- Iskandar, A., Possumah, B. T., & Aqbar, K. (2020). Peran Ekonomi dan Keuangan Sosial Islam saat Pandemi Covid-19. *SALAM: Jurnal Sosial Dan Budaya Syar-I*, 7(7). <https://doi.org/10.15408/sjsbs.v7i7.15544>
- Rachman, M. A., & Salam, A. N. (2018). The Reinforcement of Zakat Management through Financial Technology Systems. *International Journal of Zakat*, 3(1), 57–69. <https://doi.org/10.37706/iconz.2018.122>