

**PENGARUH CITRA MEREK, PENERAPAN AKAD MUDHARABAH DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENABUNG DENGAN RELIUGUISITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI (STUDI PADA BANK NTB SYARIAH CABANG GERUNG)**

kaela livitia suryani<sup>1\*</sup>, baiq dinda puspita ayu<sup>2</sup>, rina komala<sup>3</sup> defel septian<sup>4</sup>, R.Ayu Ida Aryani<sup>5</sup>

<sup>1</sup> Program Studi Akuntansi, Fakultas ekonomi dan Bisnis, Universitas Univeristas Bumigora

<sup>2</sup> Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bumigora

<sup>3</sup> Program Studi Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Bumigora

<sup>4</sup> Program Studi Akuntansi, Fakultas ekonomi dan Bisnis, Universitas Univeristas Bumigora

<sup>5</sup> Program Studi Akuntansi, Fakultas ekonomi dan Bisnis, Universitas Univeristas Bumigora

E-Mail:

[1kaelalivita08@gmail.com](mailto:kaelalivita08@gmail.com)

[2baiq.dinda@universitasbumigora.ac.id](mailto:baiq.dinda@universitasbumigora.ac.id)

[3rina.komala@universitasbumigora.ac.id](mailto:rina.komala@universitasbumigora.ac.id)

[4 defel@universitasbumigora.ac.id](mailto:defel@universitasbumigora.ac.id)

**ABSTRACT**

Fenomena konversi PT. Badan Pembiayaan Daerah NTB menjadi Bank NTB Syariah yang menyebabkan penurunan aset, dana pihak ketiga dan pembiayaan karena adaptasi nasabah dalam menerima produk dan jasa dengan skema syariah dan mempertimbangkan kembali dalam membuat keputusan menabung. Data primer yang diperoleh dari kuesioner yang disebar kepada nasabah Bank NTB Syariah Kantor Cabang Gerung dengan sampel sebanyak 400 responden. Hasil penelitian menunjukkan variabel citra merek, penerapan akad mudharabah dan kepercayaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung. Variabel religiusitas tidak dapat memperkuat pengaruh citra merek dan kepercayaan, sedangkan religiusitas dapat memperkuat pengaruh penerapan akad mudharabah terhadap keputusan menabung. Citra merek, penerapan akad mudharabah, kepercayaan dan religiusitas berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menabung.

**ARTICLE INFO**

**Keywords:**  
citra merek; penerapan akad mudharabah; kepercayaan; reliugiusitas; keputusan menabung

*Corresponding Author:*

Kaela Livitia Suryani, [kaelalivitia08@gmail.com](mailto:kaelalivitia08@gmail.com)

**INTRODUCTION**

Era globalisasi saat ini memberikan dampak yang luas terhadap pertumbuhan perbankan di Indonesia. Dengan maraknya produk-produk perbankan saat ini,

merupakan indikasi karena setiap bank berusaha memunculkan produk unggulannya yang diikuti dengan berbagai kemudahan fasilitas layanan. Hal ini ditandai dengan banyak berdirinya bank-bank syariah maupun bank konvensional. Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah. Bank Syariah dapat dikelompokkan menjadi Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Di Indonesia operasional Bank dapat dibedakan dalam dua bentuk yaitu bank konvensional dengan sistem bunga, dan bank syariah dengan sistem bagi hasil (Ruwaidah, 2020).

Pertumbuhan perbankan syariah yang berkembang pesat di Indonesia membuat semakin banyak Bank Syariah baru bermunculan. Dengan kondisi persaingan yang semakin ketat, pertumbuhan yang terjadi pada setiap bank akan menjadi penentu keberhasilan di industri perbankan. Pertumbuhan setiap bank dipengaruhi oleh kemampuannya dalam menghimpun dana masyarakat, selain itu dengan tingginya populasi muslim di Indonesia merupakan peluang yang sangat besar bagi bank syariah. untuk meraih dana masyarakat dalam simpanan (Dennis, 2018).

Laporan keuangan Bank NTB pada akhir bulan Agustus 2018 sebelum konversi sampai laporan Bank NTB Syariah bulan Desember 2018 (3 bulan setelah konversi), terjadi penurunan asset sebesar Rp1,7 triliun, penurunan DPK sebesar Rp2 triliun, dan penurunan pembiayaan sebesar Rp227 miliar. Hal ini terjadi karena adaptasi nasabah dalam menerima produk dan jasa dengan skema syariah, serta tidak diperpanjangnya spesial rate yang diberikan kepada beberapa deposan. Laba bersih tahun 2018 hanya tercatat Rp 38 miliar karena Bank NTB Syariah tidak dapat mengakui pendapatan Bank NTB sebelum dikonversi. Total pendapatan Bank NTB Konven (Jan-Sep) dan Bank NTB Syariah (Sep-Des) di tahun 2018 adalah Rp151,9 miliar. Tahun 2019 Bank NTB Syariah berhasil, meningkatkan asetnya 23 persen menjadi Rp 8,6 triliun, DPK meningkat 39 persen menjadi Rp 6,8 triliun, pembiayaan meningkat 15 persen menjadi Rp 5,6 triliun serta mencatatkan laba bersih Rp 163 miliar. Indikator pertumbuhan industri perbankan syariah juga dapat dilihat dari jumlah nasabah yang menabung di Bank NTB Syariah ([www.bankntbsyariah.co.id](http://www.bankntbsyariah.co.id)).

Menurut Ajzen (1991:15) *theory of planned behavior*/teori perilaku terencana merupakan pengembangan dari teori perilaku beralasan (Theory of Reasoned Action) yang memaparkan bukti ilmiah bahwa niat untuk melaksanakan perbuatan tertentu disebabkan oleh dua alasan, yaitu norma subjektif dan sikap terhadap perilaku. Menyempurnakan teori perilaku beralasan dengan menambahkan faktor kontrol perilaku persepsi individu. Teori perilaku terencana menjelaskan sikap terhadap perilaku bisa memprediksi perbuatan seseorang walaupun diperlukan pertimbangan untuk menguji norma subjektif serta pengukuran kontrol perilaku dari orang tersebut. Bila hasil dari sikap positif dan mendapatkan dukungan dari orang sekitar serta adanya kemudahan karena tidak ada hambatan untuk berperilaku maka niat seseorang untuk berperilaku akan semakin baik dan tinggi (Triana et al., 2020).

Teori perilaku yang direncanakan merupakan suatu teori terkait hubungan antara keyakinan dan perilaku. Teori inilah yang menyatakan bahwa sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi pengendalian perilaku, bersama-sama membentuk niat perilaku individu. Faktor utama dalam teori perilaku terencana berasal dari niat individu untuk melakukan perilaku tertentu. Diasumsikan bahwa niat berfungsi untuk menangkap faktor motivasi yang mempengaruhi perilaku, semakin kuat niat yang dimiliki, semakin besar pula kinerja yang dihasilkan (Ajzen, 2005:17).

Kepercayaan adalah kesediaan perusahaan untuk bergantung kepada mitra bisnis, Kepercayaan melibatkan kesediaan seseorang untuk bertingkah laku karena keyakinan bahwa mitranya akan memberikan apa yang ia harapkan. Kepercayaan menabung pada lembaga keuangan syariah merupakan keyakinan nasabah untuk mempertahankan hubungan jangka panjang (Lestari, 2015). Kepercayaan dimaknai sebagai kemauan atau kesediaan antara individu (satu pihak dengan pihak lain) untuk saling mengandalkan

satu dengan yang lain. Selanjutnya disebut juga kepercayaan karena timbul sebagai hasil dari persepsi kredibilitas pihak yang dipercaya akan mampu untuk mewujudkan semua kewajiban dan janji yang telah dinyatakan. Oleh karena itu, jaminan kepercayaan yang diberikan oleh bank haruslah menjadi salah satu daya tarik bagi nasabah dalam memilih bank sebagai tempat yang benar-benar dapat dipercaya sebagai tempat untuk menabung.

Bank NTB Syariah merupakan suatu lembaga yang mengerahkan dana dalam bentuk simpanan dan menyalurkan dalam bentuk pembiayaan kepada masyarakat dan telah diberi izin oleh pemerintah, bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip syariah yang mengacu pada syariat Islam, dengan berpedoman utama kepada Alquran dan hadis (Siregar & Yanti, 2022). Bank Syariah memiliki tiga fungsi utama yaitu menghimpun dana dari masyarakat, menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan dana, dan juga memberikan pelayanan dalam bentuk jasa perbankan syariah.

Penelitian Nahdiyin (2022) membahas tentang Pengaruh Pengetahuan, Pendidikan dan Pendapatan terhadap Minat Nasabah untuk Menabung pada Bank NTB Syariah Kantor Cabang Pembantu Aikmel. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan, pendidikan dan pendapatan terhadap minat nasabah untuk menabung pada Bank NTB Syariah kantor cabang pembantu Aikmel. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode menggunakan teknik survey terhadap responden melalui penyebaran kuisioner dengan menjadikan masyarakat kecamatan aikmel sebagai populasi infinite dengan menerapkan teori lemeshow dalam penentuan sampel. Hasil yang didapatkan dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah untuk menabung kemudian hasil pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah untuk menabung dan yang ketiga yakni pendapatan memberikan hasil yang negatif dan tidak memberikan pengaruh terhadap minat nasabah untuk menabung pada Bank NTB Syariah kantor cabang pembantu Aikmel Adapun secara simultan, ketiga variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap minat menabung.

#### **METHOD**

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Kuantitatif menurut Sugiyono (2019:17) merupakan jenis metode yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian. Jenis Kuantitatif adalah data yang didapat dari responden yang nantinya akan dianalisis sesuai dengan apa yang ingin diketahui.

#### **RESULT AND DISCUSSION**

Bank Pembangunan Daerah Nusa Tenggara Barat/Bank NTB Syariah adalah bank milik Pemerintah Propinsi Nusa Tenggara Barat bersama-sama dengan Pemerintah Kota/Kabupaten se-Nusa Tenggara Barat. Bank NTB Syariah didirikan dan mulai beroperasi pada tanggal 5 Juli 1964 berdasarkan: 1. Peraturan Daerah Propinsi Nusa Tenggara Barat No.06 Tahun 1963 tentang Pendirian. Bank Pembangunan Daerah Nusa Tenggara. Barat, beserta beberapa perubahannya; 2. Disempurnakan dengan Peraturan Daerah Propinsi Nusa Tenggara Barat No.08 Tahun 1984 tentang Bank Pembangunan Daerah Provinsi Nusa Tenggara Barat; 3. Kemudian dirubah kembali dengan Peraturan Daerah Provinsi Nusa Tenggara Barat No. 01 Tahun 1993 tentang Bank Pembangunan Daerah Nusa Tenggara Barat. 4. Perubahan Bentuk Hukum Bank Pembangunan Daerah Nusa Tenggara Barat dari Perusahaan Daerah menjadi Perseroan Terbatas (PT) Bank Pembangunan Daerah Nusa Tenggara Barat tanggal 19 Maret 1999.

Persiapan pendirian Bank NTB Syariah dilakukan oleh Bapak H. Muhammad Syareh, SH yang kemudian menjadi Direktur Utama pertama Bank NTB Syariah. Dan seiring dengan berjalannya waktu sesuai dengan periode masa jabatan hingga saat ini

tahun 2021 Bapak H. Kukuh Rahardjo sebagai Direktur Utama untuk periode tahun 2018-2022.

Bank NTB Syariah Didirikan dengan tujuan untuk dapat menjadi Bank Syariah yang amanah, terkemuka dan pilihan masyarakat, memberikan semangat lebih bagi Bank NTB Syariah untuk dapat terus menyediakan layanan perbankan syariah untuk membantu masyarakat dalam transaksi perbankan syariah serta meningkatkan perekonomian daerah di Nusa Tenggara Barat. Model bisnis yang telah disusun, merumuskan segmen bisnis utama Bank dan bagaimana Bank bisa mewujudkan visi, misi, dan sasaran bisnisnya. Sebagaimana tercermin dalam visi bank untuk menjadi Bank NTB Syariah yang amanah, terkemuka dan pilihan masyarakat. Visi ini akan diwujudkan oleh bank dengan memberikan solusi keuangan yang menyeluruh kepada nasabah sehingga bank dapat menjadi partner keuangan nasabah sepanjang masa, serta mencapai nilai tambah yang bermanfaat bagi seluruh stakeholder yaitu nasabah, investor, karyawan, komunitas, dan industri keuangan.

Hasil penelitian menurut jenis kelamin responden, berdasarkan 400 orang responden atau nasabah Bank NTB Syariah Kantor Cabang Gerung yang telah mengisi koesioner penelitian, responden yang telah mengisi koesioner dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin yaitu laki-laki dan perempuan. diketahui bahwa masyarakat berdasarkan jenis kelaminnya adalah sebanyak 160 orang atau 40% laki-laki, sedangkan jumlah perempuan sebanyak 240 orang atau 60%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa lebih banyaknya nasabah dalam penelitian ini adalah nasabah perempuan.

Hasil penelitian menurut Usia responden, berdasarkan 400 orang responden atau nasabah Bank NTB Syariah Kantor Cabang Gerung yang telah mengisi koesioner penelitian, responden yang telah mengisi koesioner dikelompokkan empat kelompok berdasarkan usia. nasabah yang diambil sebagai responden yaitu dari berbagai usia. Berdasarkan table tersebut memberikan informasi bahwa responden yang berusia < 25 tahun sebanyak 119 orang atau 29,8%, responden yang berusia 25 – 30 tahun sebanyak 82 orang atau 20,5%, responden yang berusia 30 -35 tahun sebanyak 33 orang atau 6,3%, dan responden yang berusia > 35 tahun sebanyak 166 orang atau 41,5%. Sehingga dapat disimpulkan dari data diatas bahwa nasabah yang paling banyak yaitu berusia > 35 tahun dan nasabah yang paling sedikit yaitu berusia 31- 35 tahun.

Hasil penelitian menurut Agama responden, berdasarkan 400 orang responden atau nasabah Bank NTB Syariah Kantor Cabang Gerung yang telah mengisi koesioner penelitian, responden yang telah mengisi koesioner dikelompokkan berdasarkan agama dalam penelitian ini terbagi menjadi empat kelompok yaitu islam, hindu, kristen dan katolik, diketahui yang berdasarkan agama adalah sebanyak 362 orang atau 90,5% beragama Islam, sebanyak 25 orang atau 6,3% beragama hindu, sebanyak 6 orang atau 1,5% beragama kristen dan sebanyak 7 orang atau 1,8% beragama katolik. Sehingga dapat disimpulkan dari data tersebut bahwa banyaknya nasabah dalam penelitian ini beragama Islam.

Hasil penelitian menurut Pendidikan terakhir responden, berdasarkan 400 orang responden atau nasabah Bank NTB Syariah Kantor Cabang Gerung yang telah mengisi koesioner penelitian, responden yang telah mengisi koesioner dikelompokkan berdasarkan pendidikan terakhir dan terbagi menjadi enam kelompok yaitu SD/MI, SMP/MTS, SMA, Diploma, sarjana S1 dan S2 pendidikan terakhir nasabah Bank NTB Syariah Kantor Cabang Gerung yang dijadikan responden dalam penelitian ini yaitu lulusan SD/MI sebanyak 24 responden, SMP/MTS sebanyak 43 responden, SMA/SMK/MA sebanyak 90 responden, kemudian S1 sebanyak 128 responden, dan S2 sebanyak 65 responden. Sehingga dapat disimpulkan dari data tersebut bahwa responden Bank NTB Syariah Kantor Cabang Gerung yang telah mengisi koesioner pada

penelitian ini paling banyak yaitu berpendidikan terakhir Sarjana (S1) dan yang paling sedikit yaitu yang berpendidikan terakhir SD/MI.

Hasil penelitian menurut pekerjaan responden, berdasarkan 400 orang responden atau nasabah Bank NTB Syariah Kantor Cabang Gerung yang telah mengisi koesioner penelitian, responden yang telah mengisi koesioner dikelompokkan berdasarkan status pekerjaan, responden dalam penelitian ini terbagi menjadi lima kelompok yaitu wiraswasta, pegawai swasta, PNS/ASN, pelajar/mahasiswa dan lainnya, dalam penelitian ini terdiri dari Wiraswasta sebanyak 81 responden (20,3%), Pegawai Swasta sebanyak 67 responden (16,8%), PNS/ASN sebanyak 105 responden (26,3%), Pelajar/Mahasiswa sebanyak 84 responden (21%), selain itu sebagian nasabah memilih pekerjaan yang lainnya yang bekerja di luar yang disebutkan sebanyak 63 responden (15,8%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden yang nasabah yang paling banyak dalam penelitian ini adalah yang berstatus pekerjaan sebagai PNS/ASN dan nasabah yang paling sedikit yaitu yang tidak memilih pekerjaan yang disebutkan.

Hasil penelitian menurut, besponden berdasarkan lama menjadi nasabah. Responden yang terpilih dikelompokkan berdasarkan lama menjadi nasabah di Bank NTB Syariah Kantor Cabang Gerung dalam penelitian ini terbagi menjadi empat kelompok, dapat diketahui bahwa nasabah Bank NTB Syariah Kantor Cabang Gerung yang dijadikan responden berdasarkan lama menjadi nasabah Bank NTB Syariah dalam penelitian ini yang yaitu 1 – 5 bulan 58 responden (14,5%), 6 – 11 bulan sebanyak 71 responden (17,8%), 1 - 3 tahun sebanyak 146 responden (36,5%), kemudian > 3 tahun sebanyak 125 responden (31,3%). Sehingga dapat disimpulkan dari data tersebut bahwa nasabah yang paling banyak berdasarkan lama menjadi nasabah dalam penelitian ini yaitu 1- 3 tahun dan yang paling sedikit memilih yaitu 1 – 5 bulan sebanyak 58 responden.

Hasil penelitian menurut Produk tabungan yang digunakan responden, berdasarkan 400 orang responden atau nasabah Bank NTB Syariah Kantor Cabang Gerung yang telah mengisi koesioner penelitian. Responden yang terpilih dikelompokkan berdasarkan jenis produk tabungan yang digunakan, dalam penelitian ini terbagi menjadi sepuluh kelompok yaitu Tambora Reguler IB Amanah, Tambora Reguler IB Amanah, Tambora Reguler IB Amanah, Tambora Reguler IB Amanah, Tambora Rencana IB Amanah. Tambora Bisnis IB Amanah, Tambora Prestise IB Amanah, Tambora Purnabakti IB Amanah, Taharah IB Amanah, Simpeda IB Amanah, Simpel IB Amanah dan Tabunganku IB Amanah. dapat diketahui bahwa nasabah Bank NTB Syariah Kantor Cabang Gerung yang dijadikan responden berdasarkan jenis produk tabungan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Tambora Reguler IB Amanah sebanyak 85 responden (21,3%), Tambora Rencana IB Amanah sebanyak 39 responden (9,8%), Tambora Bisnis IB Amanah sebanyak 45 responden (11,3%), Tambora Prestise IB Amanah sebanyak 26 responden (6,5%), Tambora Purnabakti IB Amanah sebanyak 24 responden (6%), Tambora Junior IB Amanah sebanyak 21 responden (6,3%), Taharah IB Amanah sebanyak 30 responden (7,5%), Simpeda IB Amanah sebanyak 53 responden (13,3%), Simpel IB Amanah sebanyak 27 responden (6,8%), dan Tabunganku IB Amanah sebanyak 50 responden (12,5%). Sehingga dapat disimpulkan dari data tersebut bahwa banyaknya nasabah berdasarkan jenis produk tabungan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Tabungan Tambora Reguler IB Amanah sebanyak 85 responden dan yang paling sedikit dipilih yaitu tabungan Tambora Junior IB Amanah sebanyak 21 responden.

Hipotesis pertama pada penelitian ini yaitu citra merek berpengaruh terhadap keputusan menabung. Setelah dilakukan penyajian ditemukan bahwa hipotesis pertama pada penelitian ini diterima. Citra merek merupakan keyakinan yang terbentuk dalam benak konsumen tentang obyek produk yang telah dirasakan. Citra merek yang baik tentunya dapat meningkatkan minat nasabah menabung di bank syariah begitu juga sebaliknya jika bank memiliki citra merek yang buruk tentunya dapat menurunkan minat

nasabah menabung di bank syariah.

Hipotesis kedua pada penelitian ini yaitu penerapan akad mudharabah berpengaruh terhadap keputusan menabung. Setelah dilakukan penyajian ditemukan bahwa hipotesis kedua pada penelitian ini diterima. Penerapan akad mudharabah merupakan akad perjanjian bisnis dalam ekonomi syariah yang mengandalkan kerja sama antara pihak modal dan pihak pengelola dan pembagian keuntungan disepakati sesuai dengan nisbah pada akad perjanjian.

Hipotesis ketiga pada penelitian ini yaitu kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan menabung. Setelah dilakukan penyajian ditemukan bahwa hipotesis ketiga pada penelitian ini diterima. Kepercayaan adalah kepercayaan (*trust*), baik dalam penghimpun dana maupun penyaluran dana. Kepercayaan perbankan adalah asas yang menyatakan perusahaan dilandasi oleh hubungan kepercayaan antara perusahaan sebagai penyedia layanan dan nasabah. Apabila kepercayaan nasabah berkurang atau bahkan hilang, tidak terturup kemungkinan nasabah secara bersama-sama (*rush*) akan menarik dana yang mereka simpan.

Hipotesis keempat pada penelitian ini yaitu citra merek memperkuat pengaruh citra merek terhadap keputusan menabung. Setelah dilakukan penyajian ditemukan bahwa hipotesis keempat pada penelitian ini ditolak. Citra Merek adalah kesan secara umum yang tertinggal dibenak nasabah sebagai hasil kumpulan perasaan, ide, sikap dan pengalaman dengan perusahaan yang disimpan dalam ingatan, meliputi nama baik perusahaan, reputasi atau keahlian merupakan faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Religiusitas nasabah dapat memperkuat citra merek Bank NTB Syariah terhadap keputusan menabung. Bank yang berstandar syariah dianggap memiliki citra yang baik dan positif dari segi reputasi, produknya dan kegiatan operasionalnya.

Hipotesis kelima pada penelitian ini yaitu Religiusitas memperkuat pengaruh Penerapan Akad Mudharabah terhadap keputusan menabung. Setelah dilakukan penyajian ditemukan bahwa hipotesis kelima pada penelitian ini diterima. Penerapan Akad Mudharabah adalah salah satu bentuk akad atau perjanjian bisnis dalam ekonomi syariah. Dalam penerapannya dilakukan oleh nasabah sebagai pihak yang memiliki modal dan bank syariah sebagai pihak yang mengelola modal, Akad ini nasabah menyerahkan modal kepada pihak bank yang akan mengelola modal tersebut lalu menghasilkan manfaat atau keuntungan. Keuntungan yang dihasilkan kemudian akan dibagi secara proporsional sesuai perjanjian, nasabah yang memiliki tingkat religiusitas yang tinggi akan menggukakan akad mudharabah dalam transaksi untuk menghindari hal yang diharamkan dalam agama.

## **CONCLUSION**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Citra Merek, Penerapan Akad Mudharabah dan Kepercayaan terhadap keputusan nasabah menabung di Bank NTB Syariah dengan Religiusitas sebagai variabel Moderasi (Studi pada Bank NTB Syariah Kantor Cabang Gerung). Responden dalam penelitian ini sebanyak 400 responden/nasabah yang menabung di Bank NTB Syariah Kantor Cabang Gerung. Berdasarkan pada data yang telah dikumpulkan dan hasil pengujian yang telah dilakukan menggunakan Analisis Regresi Linear Berganda dan Analisis Regresi Moderat, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa citra merek berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung. Artinya, citra merek yang baik dan positif akan mempengaruhi keputusan nasabah menabung. Hal ini dapat dilihat dari variabel citra merek memiliki nilai signifikansi sebesar 0,001 dan nilai tersebut lebih kecil dari 0,05, sehingga menunjukkan adanya pengaruh antara citra merek terhadap keputusan nasabah menabung.

Penerapan akad mudharabah berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung. Artinya, penerapan akad mudharabah transaksi syariah untuk menghimpun dana, penyaluran dana dan investasi dapat mempengaruhi keputusan nasabah menabung. Hal ini dapat dilihat dari variabel penerapan akad mudharabah memiliki nilai

signifikansi sebesar 0,000 dan nilai tersebut lebih kecil dari 0,05, sehingga menunjukkan adanya pengaruh antara penerapana akad mudharabah terhadap keputusan nasabah menabung. Kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung. Artinya kepercayaan nasabah terhadap Bank NTB Syariah dalam kejujuran, tanggung jawab atas kerahasiaan data transaksi nasabah dapat mempengaruhi keputusan nasabah menabung. Hal ini dapat dilihat dari variabel kepercayaan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,010 dan nilai tersebut lebih kecil dari 0,05, sehingga menunjukkan adanya pengaruh antara citra merek terhadap keputusan nasabah menabung.

Religiusitas tidak mampu memoderasi hubungan antara citra merek terhadap keputusan nasabah menabung. Artinya, Religiusitas tidak mampu memperkuat hubungan antara citra merek terhadap keputusan nasabah menabung. Hal ini dapat dilihat dari variabel citra merek dan religiusitas yang memiliki nilai signifikansi sebesar 0,992, dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan religiusitas tidak mampu memoderasi hubungan antara citra merek terhadap keputusan nasabah menabung. Religiusitas mampu memoderasi hubungan antara penerapan akad mudharabah terhadap keputusan nasabah menabung. Artinya, religiusitas mampu memperkuat hubungan antara penerapan akad mudharabah terhadap keputusan nasabah menabung. Hal ini dapat dilihat dari variabel penerapan akad mudharabah dan religiusitas yang memiliki nilai signifikansi sebesar 0,012, dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan religiusitas mampu memoderasi hubungan antara penerapan akad mudharabah terhadap keputusan nasabah menabung.

Religiusitas tidak mampu memoderasi hubungan antara kepercayaan terhadap keputusan nasabah menabung. Artinya, Religiusitas tidak mampu memperkuat hubungan antara kepercayaan terhadap keputusan nasabah menabung. Hal ini dapat dilihat dari variabel kepercayaan dan religiusitas yang memiliki nilai signifikansi sebesar 0,662, dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan religiusitas tidak mampu memoderasi hubungan antara kepercayaan terhadap keputusan nasabah menabung. Citra merek, penerapan akad mudharabah, kepercayaan dan religusitas berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi sebesar 0,000, dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan citra merek, penerapan akad mudharabah, kepercayaan dan religusitas berpengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah menabung.

## REFERENCE

- Ruwaidah, S. H. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Shariah Governance Terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah. *Muhasabatuna : Jurnal Akuntansi Syariah*, 2(1), 79.
- Dennis, S. E. (2018). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah Mandiri Depok. *Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*, 1-85.
- Triana, L., Yuliah, Y., & Widodo, W. (2020). Persepsi Calon Nasabah Perbankan Konvensional Dan Syariah Melalui Teori Perilaku Terencana Pada Mahasiswa Universitas Bina Bangsa. *Maker: Jurnal Manajemen*, 6(1), 96- 106.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Ajzen, I. (2005), *Attitudes, Personality and Behavior*, New York. USA: Open University Press
- Lestari, (2015). Pengaruh religiusitas, Produk Bank, Kepercayaan, Pengetahuan dan Pelayanan terhadap preferensi menabung pada perbankan syariah. *Jurnal Ilmiah Malang*, (Vol. 3, no 1)

- Siregar, Z. A., & Yanti, N. S. (2022). Implementation of Maqashid Syariah to the Customer Service Unit in Providing Services to Customers at PT . Bank Sumut Syariah KCP Lubuk Pakam. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Keuangan*, 3(2), 417–426.
- Nahdiyin. (2022). Pengaruh Pengetahuan, Pendidikan dan Pendapatan terhadap Minat Nasabah untuk Menabung pada Bank NTB Syariah. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 11(2), 123–142.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta