

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK TABUNGAN MUDHARABAH TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENABUNG DI KSPPS BMT NU JATIM CABANG AROSBAYA DENGAN KUALITAS PELAYANAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI

Produk yang berkualitas mempunyai peran penting bagi lembaga keuangan syariah seperti dalam lembaga keuangan non bank syariah Baitul Maal Wat Tamwil dalam bersaing dengan lembaga keuangan lainnya. Persaingan yang tinggi ditunjukkan dengan pelayanan yang diberikan berkualitas dan produk-produk yang ditawarkan mempunyai kualitas yang baik. Salah satu produk andalan yang memiliki kualitas yang baik yang ditawarkan KSPPS BMT NU JATIM Cabang Arosbaya adalah produk tabungan mudharabah yang ditunjukkan dengan meningkatnya nasabah setiap tahunnya. Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas produk tabungan mudharabah berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung di KSPPS BMT NU JATIM Cabang Arosbaya dan apakah variabel kualitas pelayanan dapat memoderasi (memperkuat/memperlemah) pengaruh variabel kualitas produk tabungan mudharabah terhadap keputusan nasabah menabung di KSPPS BMT NU JATIM Cabang Arosbaya.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif, variabel-variabel yang digunakan adalah kualitas produk tabungan mudharabah, keputusan nasabah menabung, dan kualitas pelayanan. Analisis data menggunakan Moderated Regression Analysis (MRA) dengan program IBM SPSS Statistik Versi 25. Penelitian ini menggunakan data primer dengan menyebarkan 93 angket/kuisisioner kepada nasabah KSPPS BMT NU JATIM Cabang Arosbaya.

Hasil penelitian ini menunjukkan nilai signifikansi variabel kualitas produk tabungan mudharabah adalah $0,000 < 0,05$ yang artinya variabel kualitas produk tabungan mudharabah berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung. Dan nilai R^2 terjadi peningkatan ketika kualitas produk tabungan mudharabah didukung dengan kualitas pelayanan sebesar 43,5% yang artinya kualitas pelayanan memoderasi (menguatkan) pengaruh kualitas produk tabungan mudharabah terhadap keputusan nasabah menabung.

Kata Kunci: kualitas produk tabungan mudharabah, keputusan nasabah menabung, dan kualitas pelayanan.

ABSTRACT

THE EFFECT OF THE QUALITY OF MUDHARABAH SAVING PRODUCTS ON THE DECISION OF SAVING CUSTOMERS AT KSPPS BMT NU JATIM AROSBAYA BRANCH WITH SERVICE QUALITY AS A MODERATING VARIABLE

Quality products have an important role for Islamic financial institutions such as the Baitul Maal Wat Tamwil Islamic non-bank financial institution in competing with other financial institutions. High competition is indicated by the quality of services provided and the products offered are of good quality. One of the mainstay products that have good quality offered by KSPPS BMT NU JATIM Arosbaya Branch is the mudharabah savings product which is shown by the increase in customers every year. This study aims to determine whether the quality of the mudharabah savings product affects the customer's decision to save at KSPPS BMT NU JATIM Arosbaya Branch and whether the service quality variable can moderate (strengthen/weaken) the effect of the variable quality of the mudharabah savings product on the customer's decision to save at KSPPS BMT NU JATIM Arosbaya Branch.

This research is a descriptive quantitative study, the variables used are the quality of mudharabah savings products, customer decisions to save, and service quality. Data analysis used Moderated Regression Analysis (MRA) with IBM SPSS Statistics Version 25 program. This study used primary data by distributing 93 questionnaires to customers of KSPPS BMT NU JATIM Arosbaya Branch.

The results of this study indicate that the significance value of the variable quality of mudharabah savings products is $0.000 < 0.05$, which means that the variable quality of mudharabah savings products has a significant effect on customer decisions to save. And the value of R^2 increases when the quality of mudharabah savings products is supported by service quality of 43.5%, which means that service quality moderates (strengthens) the influence of mudharabah savings product quality on customer decisions to save.

Keywords: *mudharabah savings product quality, customer's decision to save, and service quality.*