

Analisa Pengaruh Persepsi Keamanan, Kepercayaan, dan Kepatuhan Syariah Terhadap Minat Nasabah Membuka Tabungan Haji di Bank Syariah Indonesia

Rika Kurniawati Romadona, Noor Shodiq Askandar, Irma Hidayati

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Islam Malang
Email: rikkahfr8@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the effects of perceived security, trust, and sharia compliance on customers' interest in opening Hajj savings accounts at Bank Syariah Indonesia, both simultaneously and partially. The research used an associative quantitative design with primary data collected through an online Likert-scale questionnaire. The population consisted of customers and prospective customers of BSI Hajj savings, and 96 respondents were selected using purposive sampling from a population of 12,537. Data were processed using IBM SPSS through validity and reliability tests, the Kolmogorov-Smirnov normality test, multicollinearity and Glejser heteroscedasticity tests, multiple linear regression, the F-test, the t-test, and the coefficient of determination. The results show that perceived security, trust, and sharia compliance simultaneously have a significant effect on customer interest, with an F-value of 137.811 and a significance level of 0.000. Partially, perceived security has a positive and significant effect with a coefficient of 0.442 and a significance level of 0.000; trust has a positive and significant effect with a coefficient of 0.233 and a significance level of 0.020; and sharia compliance has a positive and significant effect with a coefficient of 0.261 and a significance level of 0.005. The R-square value of 0.818 indicates that 81.8% of the variation in customer interest is explained by the three independent variables, while the remaining 18.2% is influenced by factors outside the model.

Keywords: Perceived security, trust, sharia compliance, customer interest, hajj savings

PENDAHULUAN

Ibadah haji ialah satu di antara keharusan pokok bagi umat Islam yang berkesanggupan dari segi jasmani serta ekonomi. Keinginan untuk menunaikan haji mendorong masyarakat melakukan perencanaan dana dalam jangka panjang, terutama karena biaya keberangkatan dan masa tunggu memerlukan kesiapan yang terstruktur. Dalam konteks tersebut, produk Tabungan Haji berfungsi selaku sarana menyisihkan dana secara bertahap sekaligus mempersiapkan pemenuhan setoran awal pendaftaran haji. Kehadiran lembaga keuangan syariah menjadi penting karena masyarakat tidak hanya mempertimbangkan manfaat ekonomi, tetapi juga menilai kesesuaian proses pengelolaan dana dengan nilai keagamaan.

Indonesia memperoleh kuota haji senilai 221.000 orang pada 2025. Besarnya kuota tersebut memperlihatkan tingginya kebutuhan layanan yang dapat membantu masyarakat merencanakan pembiayaan haji. Bank Syariah Indonesia selaku bank syariah terkemuka di Indonesia menyediakan Tabungan Haji dan layanan pelunasan Biaya Perjalanan Ibadah Haji. Produk ini dirancang untuk membantu nasabah menyiapkan dana secara bertahap, memperoleh informasi mengenai pendaftaran, dan menyelesaikan transaksi yang berkaitan dengan penyelenggaraan ibadah haji. Oleh karena itu, minat nasabah membuka Tabungan Haji menjadi bagian penting dalam pengembangan layanan perbankan syariah.

Minat membuka Tabungan Haji ialah kecenderungan psikologis yang tercermin melalui ketertarikan, keinginan memakai produk, niat menyisihkan dana, dan dorongan mencari informasi lebih lanjut. Minat tidak muncul secara tiba-tiba, tetapi terbentuk setelah calon nasabah mengevaluasi manfaat, risiko, kredibilitas lembaga, kemudahan layanan, serta keselarasan barang dengan keperluan. Kotler dan Keller (2016) memaparkan bahwasanya minat konsumen berkaitan dengan kecenderungan memilih suatu produk setelah individu menerima informasi dan membentuk penilaian. Pada produk jangka panjang seperti

Tabungan Haji, evaluasi tersebut menjadi semakin penting karena dana disimpan untuk tujuan ibadah pada masa mendatang.

Salah satu faktor yang diperkirakan memengaruhi minat ialah persepsi keamanan. Keamanan menggambarkan keyakinan bahwasanya bank mampu menjaga dana, melindungi informasi pribadi, menjamin kerahasiaan transaksi, serta mencegah penyalahgunaan akses. Risiko gangguan sistem dan kebocoran data dapat meningkatkan kekhawatiran nasabah. Insiden gangguan layanan digital BSI pada Mei 2023 memperlihatkan bahwasanya keamanan bukan sekadar persoalan teknis, tetapi juga berkaitan dengan keyakinan nasabah terhadap keberlangsungan pelayanan dan perlindungan data. Semakin baik perlindungan yang dirasakan, semakin rendah risiko yang dipersepsikan dan semakin besar kemungkinan nasabah memakai produk bank.

Kepercayaan juga menjadi dasar penting dalam hubungan antara nasabah dan bank. Morgan dan Hunt (1994) menempatkan kepercayaan selaku keyakinan bahwasanya mitra hubungan memiliki integritas dan dapat diandalkan. Dalam Tabungan Haji, kepercayaan tercermin pada reputasi bank, profesionalitas pengelolaan dana, kredibilitas informasi, kejujuran pegawai, transparansi, dan konsistensi pelayanan. Karena dana disimpan dalam jangka relatif panjang, nasabah membutuhkan kepastian bahwasanya bank akan menjalankan kewajibannya secara bertanggung jawab dan tidak menyimpang dari komitmen yang disampaikan.

Selain keamanan dan kepercayaan, kepatuhan syariah menjadi karakteristik pembeda utama perbankan syariah. Kepatuhan syariah memperlihatkan kesesuaian akad, produk, prosedur, dan kegiatan operasional bank dengan kaidah Islam serta fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia. Keberadaan Dewan Pengawas Syariah diharapkan memberikan jaminan bahwasanya produk terbebas dari riba, gharar, dan maysir. Bagi nasabah yang mempersiapkan dana untuk ibadah, kesesuaian syariah tidak hanya memberikan legitimasi kelembagaan, tetapi juga menimbulkan ketenangan psikologis dan spiritual.

Penelitian terdahulu memperlihatkan temuan yang belum sepenuhnya konsisten. Rakhma (2021), Fadilah (2022), dan Mufid (2023) memperlihatkan bahwasanya keyakinan mempunyai posisi krusial terhadap minat memakai produk bank syariah. Novianto (2024) juga menempatkan keamanan dan kepercayaan selaku faktor pendukung keputusan menabung. Sementara itu, beberapa penelitian lain melaporkan bahwasanya keamanan, kepercayaan, atau kepatuhan syariah tidak selalu menjadi penentu utama karena keputusan nasabah dapat dipengaruhi biaya setoran awal, kemudahan layanan, promosi, aksesibilitas, serta dorongan keluarga. ketidakselarasan temuan itu memperlihatkan ditemukannya research gap yang tetap patut diuji pada situasi Tabungan Haji BSI.

Berlandaskan realitas serta celah riset itu, riset ini bermaksud mengkaji dampak persepsi keamanan, kepercayaan, dan kepatuhan syariah atas minat nasabah membuka Tabungan Haji di Bank Syariah Indonesia, baik secara simultan ataupun parsial. Temuan riset diinginkan menampilkan masukan bagi BSI untuk memperkuat keamanan layanan, membangun kepercayaan, serta mempertahankan pelaksanaan prinsip syariah dalam pengembangan produk Tabungan Haji.

LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Theory of Planned Behavior

Theory of Planned Behavior (TPB) memaparkan bahwasanya kehendak individu menjalankan sebuah langkah dibentuk oleh pandangan terkait perilaku, norma subjektif, serta pandangan atas kendali sikap (Ajzen, 1991). Sikap muncul dari keyakinan mengenai konsekuensi sebuah perbuatan, norma subjektif terkait dengan dukungan atau tuntutan sosial, sedangkan persepsi kendali tindakan memaparkan penilaian atas kemudahan atau kesanggupan untuk melakukan tindakan. Dalam konteks perbankan syariah, niat membuka

Tabungan Haji dapat terbentuk ketika nasabah menilai produk aman, bank dapat dipercaya, dan mekanisme pengelolaan dana sesuai prinsip syariah.

Persepsi keamanan menurunkan ketidakpastian dan memperkuat penilaian positif terhadap produk. Kepercayaan memberikan keyakinan bahwasanya bank akan memenuhi kewajibannya, sedangkan kepatuhan syariah memperkuat keyakinan normatif dan religius. Ketiga faktor tersebut dapat membentuk sikap positif serta meningkatkan intensi nasabah untuk menyimpan dana. Maka dari itu, TPB menampilkan kerangka yang relevan guna memaparkan keputusan finansial yang memadukan pertimbangan rasional dan nilai keagamaan.

Minat Nasabah

Minat nasabah ialah kecenderungan untuk memilih, memakai, atau melakukan tindakan terhadap produk tertentu setelah melalui proses penilaian. Dalam penelitian ini, minat membuka Tabungan Haji terlihat dari ketertarikan terhadap produk, kesesuaian dengan kebutuhan perencanaan haji, keinginan menjadi nasabah, niat menyisihkan dana, dan pencarian informasi. Minat yang tinggi memperlihatkan bahwasanya individu telah membentuk evaluasi positif serta memiliki kemungkinan lebih besar untuk melakukan pembukaan rekening.

Persepsi Keamanan

Persepsi keamanan ialah keyakinan nasabah terhadap kesanggupan bank melindungi dana, transaksi, dan data pribadi dari kehilangan, penyalahgunaan, kebocoran, atau akses pihak yang tidak berwenang. Flavián dan Guinalú (2006) menempatkan keamanan selaku unsur yang dapat menurunkan persepsi risiko dan meningkatkan penerimaan layanan. Variabel ini diukur melalui keamanan data pribadi, keamanan transaksi, kerahasiaan informasi, kepercayaan terhadap sistem keamanan, serta rendahnya risiko penyalahgunaan data dan dana.

Kepercayaan

Kepercayaan ialah keyakinan bahwasanya bank memiliki integritas, kompetensi, dan kredibilitas dalam mengelola dana serta memberikan pelayanan sesuai komitmen. Kepercayaan terbentuk melalui reputasi, profesionalitas, kredibilitas informasi, kejujuran dan transparansi, kepatuhan terhadap ketentuan, serta komitmen pelayanan. Pada produk Tabungan Haji, kepercayaan sangat penting karena hubungan nasabah dengan bank berlangsung dalam jangka panjang dan berkaitan dengan tujuan ibadah.

Kepatuhan Syariah

Kepatuhan syariah ialah tingkat kesesuaian seluruh produk, akad, prosedur, dan aktivitas bank dengan prinsip-prinsip Islam. Kepatuhan mencakup penggunaan akad yang benar, penghindaran riba, gharar, dan maysir, konsistensi penerapan aturan syariah, serta pengawasan Dewan Pengawas Syariah. Kepastian tersebut memberi rasa tenang kepada nasabah bahwasanya dana Tabungan Haji dikelola melalui mekanisme yang sesuai dengan nilai agama.

Hubungan Persepsi Keamanan dengan Minat Nasabah

Persepsi keamanan yang tinggi mengurangi kekhawatiran terhadap kehilangan dana, gangguan transaksi, dan penyalahgunaan informasi. Ketika nasabah menilai sistem bank mampu memberikan perlindungan yang memadai, evaluasi terhadap Tabungan Haji menjadi lebih positif. Oleh karena itu, peningkatan keamanan diperkirakan diikuti peningkatan minat membuka Tabungan Haji.

Atas dasar hubungan tersebut, hipotesis parsial pertama mengungkapkan bahwasanya pandangan keamanan berdampak positif serta signifikan atas minat nasabah membuka Tabungan Haji.

Hubungan Kepercayaan dengan Minat Nasabah

Kepercayaan mengurangi ketidakpastian mengenai kesanggupan dan kesediaan bank memenuhi kewajibannya. Reputasi yang baik, informasi yang dapat dipercaya, pengelolaan dana yang profesional, dan pelayanan yang transparan dapat memperkuat keyakinan nasabah. Semakin tinggi kepercayaan terhadap BSI, kian tinggi kecenderungan pelanggan menetapkan produk Tabungan Haji.

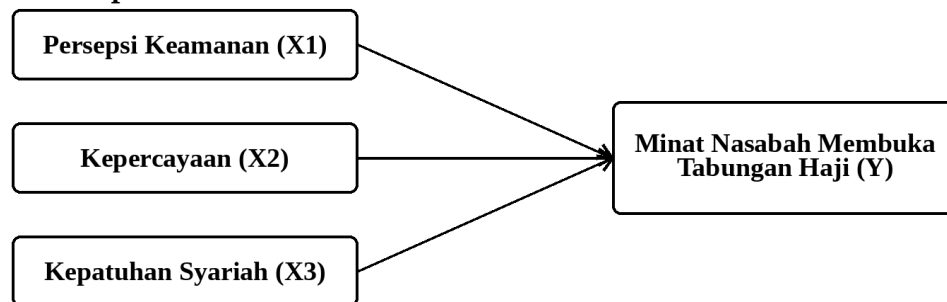
Atas dasar hubungan tersebut, hipotesis parsial kedua mengungkapkan bahwasanya keyakinan berdampak positif serta signifikan atas minat nasabah membuka Tabungan Haji.

Hubungan Kepatuhan Syariah dengan Minat Nasabah

Kepatuhan syariah meyakinkan nasabah bahwasanya produk dan pengelolaan dana tidak bertentangan dengan ketentuan Islam. Akad yang sesuai, pengawasan Dewan Pengawas Syariah, dan transparansi penerapan prinsip syariah dapat meningkatkan rasa tenang serta legitimasi produk. Oleh karena itu, kepatuhan syariah diperkirakan mendorong minat nasabah membuka Tabungan Haji.

Atas dasar hubungan tersebut, hipotesis parsial ketiga mengungkapkan bahwasanya kepatuhan syariah berdampak positif serta signifikan atas ketertarikan nasabah membuat Tabungan Haji.

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Hipotesis

- H1 : Persepsi keamanan, kepercayaan, dan kepatuhan syariah secara simultan berdampak terhadap minat nasabah membuka Tabungan Haji.
- H2 : Persepsi keamanan berdampak positif serta signifikan atas minat nasabah membuka Tabungan Haji.
- H3 : Kepercayaan berdampak positif serta signifikan atas minat nasabah membuka Tabungan Haji.
- H4 : Kepatuhan syariah berdampak positif serta signifikan atas minat nasabah membuka Tabungan Haji.

METODOLOGI PENELITIAN

Riset ini memakai pendekatan kuantitatif asosiatif guna mengkaji dampak persepsi keamanan, kepercayaan, serta kepatuhan syariah atas minat nasabah membuka Tabungan Haji. Objek penelitian ialah produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia, dengan populasi nasabah dan calon nasabah Tabungan Haji BSI KCP Bangil sebanyak 12.537 orang. Sampel ditentukan memakai purposive sampling dan rumus Slovin sehingga didapatkan 96 responden yang memenuhi kriteria penelitian.

Kriteria responden meliputi nasabah BSI yang telah memiliki atau berniat membuka Tabungan Haji, berumur minimal 18 tahun atau sudah mempunyai KTP, serta pernah memakai atau mengetahui layanan Tabungan Haji BSI. Penghimpunan data dijalankan lewat kuesioner tertutup secara online memakai Google Form. Dari 104 kuesioner yang terkumpul, delapan tidak mencukupi persyaratan atau tidak dapat diolah, sehingga 96 kuesioner dipakai dalam analisis.

Jawaban responden diukur memakai skala Likert lima tingkat, yakni amat tidak setuju diberi skor 1, tidak setuju skor 2, netral skor 3, setuju skor 4, serta sangat setuju skor 5. Data dianalisis memakai IBM SPSS Statistics. Langkah pengkajian memuat analisis deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas Kolmogorov-Smirnov, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas Glejser, analisis regresi linier berganda, uji F, koefisien determinasi, serta uji t. Taraf signifikansi yang dipakai ialah 5%.

Persamaan regresi yang dipakai ialah $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$, dengan Y selaku minat nasabah membuka Tabungan Haji, a selaku konstanta, X_1 selaku persepsi keamanan, X_2 selaku kepercayaan, X_3 selaku kepatuhan syariah, b_1 - b_3 selaku koefisien regresi, dan e selaku kesalahan pengganggu. Model diungkapkan bebas multikolinearitas bila angka tolerance di atas 0,10 serta VIF di bawah dari 10, serta bebas heteroskedastisitas apabila signifikansi uji Glejser melebihi 0,05.

Definisi Operasional Variabel

Persepsi Keamanan (X_1)

Persepsi keamanan secara operasional ialah penilaian nasabah terhadap kesanggupan BSI melindungi data pribadi, menjamin keamanan transaksi, menjaga kerahasiaan informasi, membangun keyakinan melalui sistem keamanan, dan meminimalkan risiko penyalahgunaan data maupun dana. Variabel ini diukur melalui sepuluh item pernyataan memakai skala Likert lima tingkat.

Kepercayaan (X_2)

Kepercayaan ialah keyakinan nasabah bahwasanya BSI mempunyai reputasi yang baik, mengelola dana secara profesional, menyampaikan informasi yang dapat dipercaya, memberikan pelayanan secara jujur dan transparan, menjalankan operasional sesuai ketentuan, serta memiliki komitmen untuk memberikan pelayanan terbaik. Variabel ini diukur melalui sepuluh item pernyataan.

Kepatuhan Syariah (X_3)

Kepatuhan syariah ialah penilaian nasabah mengenai kesesuaian produk Tabungan Haji dengan prinsip Islam, ketepatan akad, pengelolaan dana sesuai ketentuan syariah, konsistensi pelaksanaan prinsip syariah, keyakinan yang muncul karena kepatuhan bank, serta peran Dewan Pengawas Syariah. Variabel ini diukur melalui sepuluh item pernyataan.

Minat Nasabah (Y)

Minat nasabah ialah kebiasaan guna membuka dan memakai Tabungan Haji BSI yang tercermin melalui ketertarikan, kesesuaian produk dengan kebutuhan perencanaan haji, keinginan menjadi nasabah, niat menyisihkan dana secara bertahap, dan dorongan mencari informasi. Variabel ini diukur melalui sepuluh item pernyataan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Tabel 1. Penyebaran dan Karakteristik Responden

Uraian	Frekuensi	Persentase
Kuesioner terkumpul	104	-
Kuesioner tidak sesuai/tidak diolah	8	-
Kuesioner sesuai dan diolah	96	100%
Laki-laki	35	36,5%
Perempuan	61	63,5%

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Sebanyak 104 kuesioner berhasil dikumpulkan, tetapi delapan kuesioner tidak memenuhi kriteria atau tidak layak diolah. Dengan demikian, analisis dijalankan terhadap 96 responden. Berlandaskan jenis kelamin, responden perempuan berjumlah 61 orang atau 63,5%, disisi lain responden laki-laki senilai 35 orang atau 36,5%. Susunan tersebut memperlihatkan bahwasanya responden penelitian didominasi oleh perempuan.

Statistik Deskriptif

Tabel 2. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	N	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Deviasi
Persepsi Keamanan (X1)	96	3,20	5,00	4,36	0,41
Kepercayaan (X2)	96	3,00	5,00	4,31	0,47
Kepatuhan Syariah (X3)	96	3,20	5,00	4,28	0,46
Minat Nasabah (Y)	96	3,00	5,00	4,29	0,48

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Keseluruhan variabel mempunyai angka rata-rata melebihi 4,00, sehingga persepsi responden terhadap keamanan, kepercayaan, kepatuhan syariah, dan minat membuka Tabungan Haji berada pada kategori tinggi. Persepsi keamanan memperoleh mean tertinggi senilai 4,36, diikuti kepercayaan 4,31, minat nasabah 4,29, dan kepatuhan syariah 4,28. Angka standar deviasi yang cukup kecil memperlihatkan bahwasanya jawaban responden cukup seragam.

Uji Instrumen Penelitian

Uji Validitas

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Sig.	Keterangan
Persepsi Keamanan (X1)	X1.1	0,573	0,200	0,000	Valid
	X1.2	0,393	0,200	0,000	Valid
	X1.3	0,521	0,200	0,000	Valid
	X1.4	0,476	0,200	0,000	Valid
	X1.5	0,495	0,200	0,000	Valid
	X1.6	0,504	0,200	0,000	Valid
	X1.7	0,466	0,200	0,000	Valid
	X1.8	0,469	0,200	0,000	Valid
	X1.9	0,416	0,200	0,000	Valid
	X1.10	0,504	0,200	0,000	Valid
Kepercayaan (X2)	X2.1	0,366	0,200	0,000	Valid
	X2.2	0,604	0,200	0,000	Valid
	X2.3	0,636	0,200	0,000	Valid
	X2.4	0,538	0,200	0,000	Valid
	X2.5	0,422	0,200	0,000	Valid
	X2.6	0,322	0,200	0,000	Valid
	X2.7	0,485	0,200	0,000	Valid
	X2.8	0,499	0,200	0,000	Valid
	X2.9	0,490	0,200	0,000	Valid
	X2.10	0,396	0,200	0,000	Valid
Kepatuhan Syariah (X3)	X3.1	0,479	0,200	0,000	Valid
	X3.2	0,630	0,200	0,000	Valid
	X3.3	0,598	0,200	0,000	Valid
	X3.4	0,478	0,200	0,000	Valid
	X3.5	0,367	0,200	0,000	Valid
	X3.6	0,627	0,200	0,000	Valid
	X3.7	0,531	0,200	0,000	Valid
	X3.8	0,414	0,200	0,000	Valid

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Sig.	Keterangan
Minat Nasabah (Y)	X3.9	0,505	0,200	0,000	Valid
	X3.10	0,446	0,200	0,000	Valid
	Y.1	0,447	0,200	0,000	Valid
	Y.2	0,538	0,200	0,000	Valid
	Y.3	0,605	0,200	0,000	Valid
	Y.4	0,489	0,200	0,000	Valid
	Y.5	0,488	0,200	0,000	Valid
	Y.6	0,450	0,200	0,000	Valid
	Y.7	0,488	0,200	0,000	Valid
	Y.8	0,416	0,200	0,000	Valid
	Y.9	0,566	0,200	0,000	Valid
	Y.10	0,417	0,200	0,000	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Seluruh butir pertanyaan mempunyai angka r hitung melebihi daripada r tabel 0,200 serta angka signifikansi 0,000 dibawah daripada 0,05. Maka dari itu, semua item pada variabel persepsi keamanan, kepercayaan, kepatuhan syariah, dan minat nasabah diungkapkan benar serta bisa dipakai pada tahap kajian kedepannya.

Uji Reliabilitas

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Jumlah Item	Kriteria	Keterangan
Persepsi Keamanan (X1)	0,629	10	> 0,60	Reliabel
Kepercayaan (X2)	0,628	10	> 0,60	Reliabel
Kepatuhan Syariah (X3)	0,682	10	> 0,60	Reliabel
Minat Nasabah (Y)	0,649	10	> 0,60	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Angka Cronbach's Alpha seluruh variabel melebihi 0,60. Hasil tersebut memperlihatkan bahwasanya jawaban antaritem mempunyai keselarasan internal yang memadai. Oleh karena itu, instrumen persepsi keamanan, kepercayaan, kepatuhan syariah, dan minat nasabah diungkapkan andal.

Uji Normalitas

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

Variabel	N	Test Statistic	Asymp. Sig.	Kriteria	Keterangan
Unstandardized Residual	96	0,084	0,091	> 0,05	Normal

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Uji normalitas dijalankan terhadap residual memakai One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test. Angka Asymp. Sig. senilai 0,091 melebihi daripada 0,05. Bisa dikatakan dari itu, residual pada model regresi berdistribusi normal serta asumsi normalitas sudah terpenuhi.

Uji Multikolinearitas

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Kriteria	Keterangan
Persepsi Keamanan (X1)	0,192	5,202	Tolerance > 0,10; VIF < 10	Tidak terjadi multikolinearitas
Kepercayaan (X2)	0,207	4,841	Tolerance > 0,10; VIF < 10	Tidak terjadi multikolinearitas
Kepatuhan Syariah (X3)	0,219	4,557	Tolerance > 0,10; VIF < 10	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Angka tolerance persepsi keamanan senilai 0,192, keyakinan 0,207, dan kepatuhan syariah 0,219; semuanya melebihi daripada 0,10. Angka VIF tiap-tiap senilai 5,202, 4,841, serta 4,557; seluruhnya lebih kecil daripada 10. Oleh karena itu, tidak ditemukan keterkaitan yang terlalu erat antarvariabel independen serta model dinyatakan bebas dari multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 7. Hasil Uji Heteroskedastisitas Metode Glejser

Variabel	B	t	Sig.	Kriteria	Keterangan
Persepsi Keamanan (X1)	0,064	1,121	0,265	> 0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Kepercayaan (X2)	-0,105	-1,870	0,065	> 0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Kepatuhan Syariah (X3)	-0,091	-1,758	0,082	> 0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Uji Glejser memperlihatkan angka signifikansi persepsi keamanan senilai 0,265, kepercayaan 0,065, dan kepatuhan syariah 0,082. Keseluruhan angka itu melebihi daripada 0,05. Temuan ini memperlihatkan bahwasanya varians residual tidak dipengaruhi secara signifikan oleh variabel independen, hingga model regresi tidak merasakan heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 8. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Keterangan
Konstanta	3,106	1,904	-	1,631	0,106	Tidak signifikan
Persepsi Keamanan (X1)	0,442	0,101	0,444	4,379	0,000	Signifikan
Kepercayaan (X2)	0,233	0,099	0,231	2,361	0,020	Signifikan
Kepatuhan Syariah (X3)	0,261	0,091	0,272	2,869	0,005	Signifikan

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Berlandaskan koefisien regresi, didapatkan persamaan $Y = 3,106 + 0,442X_1 + 0,233X_2 + 0,261X_3 + e$. Konstanta senilai 3,106 memperlihatkan nilai dasar minat nasabah ketika persepsi keamanan, kepercayaan, dan kepatuhan syariah dianggap konstan. Seluruh koefisien variabel independen berarah positif. Setiap kenaikan satu satuan persepsi keamanan meningkatkan minat senilai 0,442 satuan; bertambah satu satuan kepercayaan menambah minat senilai 0,233 satuan; dan pertambahan satu satuan kepatuhan syariah mempertinggi minat senilai 0,261 satuan, dengan anggapan variabel lain tetap.

Uji F

Tabel 9. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.	Keterangan
Regression	1671,402	3	557,134	137,811	0,000	Signifikan
Residual	371,931	92	4,043	-	-	-
Total	2043,333	95	-	-	-	-

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Angka F hitung senilai 137,811 dengan signifikansi 0,000. Angka signifikansi dibawah 0,05 serta F hitung lebih besar daripada F tabel 2,704. Maka dari itu, persepsi keamanan, kepercayaan, dan kepatuhan syariah secara bersama-sama berdampak signifikan atas minat nasabah membuka Tabungan Haji. Model regresi dinyatakan layak dipakai guna memaparkan keterkaitan antar variabel riset.

Koefisien Determinasi

Tabel 10. Hasil Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0,904	0,818	0,812	2,01065

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Angka R Square senilai 0,818 memperlihatkan bahwasanya 81,8% variasi minat nasabah membuka Tabungan Haji bisa dipaparkan oleh pandangan keamanan, keyakinan, serta kepatuhan syariah. Sisa senilai 18,2% dipaparkan oleh aspek lain di luar model, contohnya mutu pelayanan, religiusitas, kecakapan finansial syariah, kemudahan layanan digital, biaya, promosi, dan pengaruh sosial. Angka Adjusted R Square seangka 0,812 mengungkapkan bahwasanya kesanggupan pemaparan model masih erat sesudah diselaraskan dengan total variabel independen serta sampel.

Uji t

Tabel 11. Hasil Uji t

Variabel	Beta	t hitung	t tabel	Sig.	Keterangan
Persepsi Keamanan (X1)	0,444	4,379	1,986	0,000	Positif dan signifikan
Kepercayaan (X2)	0,231	2,361	1,986	0,020	Positif dan signifikan
Kepatuhan Syariah (X3)	0,272	2,869	1,986	0,005	Positif dan signifikan

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Persepsi keamanan mendapatkan t hitung 4,379 dengan signifikansi 0,000; kepercayaan mendapatkan t hitung 2,361 dengan signifikansi 0,020; dan kepatuhan syariah memperoleh t hitung 2,869 dengan signifikansi 0,005. Seluruh angka t hitung melebihi t tabel 1,986 serta seluruh signifikansi dibawah 0,05. Maka dari itu, tiap-tiap variabel secara parsial berdampak positif serta signifikan atas minat nasabah. Berlandaskan nilai Standardized Coefficients Beta, persepsi keamanan mempunyai pengaruh paling dominan senilai 0,444, diikuti kepatuhan syariah 0,272 dan kepercayaan 0,231.

Pembahasan

Pengaruh Persepsi Keamanan, Kepercayaan, dan Kepatuhan Syariah terhadap Minat Nasabah

Temuan uji F membuktikan bahwasanya persepsi keamanan, kepercayaan, dan kepatuhan syariah secara simultan berdampak signifikan atas atensi nasabah membuka Tabungan Haji. Kajian tersebut memperlihatkan bahwasanya penetapan nasabah bukan sekadar didasarkan pada satu pertimbangan, melainkan ialah hasil evaluasi yang menggabungkan perlindungan dana dan data, keyakinan terhadap kredibilitas bank, serta kesesuaian produk dengan prinsip Islam. Ketiga variabel satu sama lain menyempurnakan ketika menciptakan penilaian positif terhadap Tabungan Haji BSI.

Angka R Square senilai 0,818 memperlihatkan bahwasanya model mempunyai kesanggupan pemaparan yang kuat. Pada kerangka Theory of Planned Behavior, persepsi keamanan, kepercayaan, dan kepatuhan syariah membentuk keyakinan mengenai konsekuensi penggunaan produk. Rasa aman mengurangi risiko yang dirasakan, kepercayaan meningkatkan keyakinan bahwasanya bank akan memenuhi komitmen, sedangkan kepatuhan syariah memberikan legitimasi religius. Ketika ketiga penilaian tersebut bersifat positif, sikap dan niat nasabah untuk membuka Tabungan Haji menjadi semakin kuat.

Secara praktis, hasil simultan memperlihatkan bahwasanya strategi pengembangan Tabungan Haji tidak cukup hanya menonjolkan identitas syariah atau promosi produk. BSI perlu memastikan keamanan sistem, membangun hubungan yang dapat dipercaya, dan memperlihatkan pelaksanaan prinsip syariah secara nyata. Informasi mengenai perlindungan data, prosedur penanganan gangguan, pengelolaan dana, akad, serta peran Dewan Pengawas Syariah perlu disampaikan secara jelas agar nasabah memahami manfaat dan jaminan yang diterima.

Pengaruh Persepsi Keamanan terhadap Minat Nasabah

Persepsi keamanan mempunyai koefisien regresi 0,442, t hitung 4,379, serta signifikansi 0,000. Kajian ini menegaskan bahwasanya persepsi keamanan berdampak positif serta signifikan atas minat nasabah membuka Tabungan Haji. Setiap peningkatan persepsi keamanan diikuti peningkatan minat, dengan asumsi kepercayaan dan kepatuhan syariah

tetap. Nilai Beta 0,444 ialah nilai terbesar, sehingga keamanan menjadi variabel yang paling dominan dalam model penelitian.

Temuan tersebut dapat dipaparkan karena Tabungan Haji ialah produk penyimpanan dana jangka panjang. Nasabah membutuhkan kepastian bahwasanya dana tetap terlindungi, transaksi dapat dijalankan dengan aman, data pribadi dijaga, dan gangguan layanan dapat ditangani secara cepat. Pengalaman atau informasi mengenai gangguan digital dapat meningkatkan kehati-hatian. Apabila bank mampu memaparkan mekanisme perlindungan dan memperlihatkan sistem yang andal, risiko yang dirasakan menurun dan minat membuka rekening meningkat.

Hasil ini mendukung pandangan Flavián dan Guinalíu (2006) bahwasanya keamanan dan perlindungan informasi ialah unsur penting dalam penerimaan layanan. Dalam kerangka TPB, rasa aman membentuk keyakinan perilaku yang positif karena nasabah menilai manfaat membuka Tabungan Haji lebih besar daripada risiko yang mungkin dihadapi. BSI perlu terus memperkuat autentikasi, pemantauan transaksi, perlindungan data, pemulihan layanan, serta edukasi keamanan agar nasabah memahami bentuk perlindungan yang diberikan.

Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Nasabah

Kepercayaan memperoleh koefisien regresi 0,233, t hitung 2,361, serta signifikansi 0,020. Kajian tersebut memperlihatkan bahwasanya kepercayaan berdampak positif serta signifikan atas minat nasabah membuka Tabungan Haji. Artinya, peningkatan keyakinan terhadap reputasi, integritas, kredibilitas informasi, profesionalitas, dan komitmen pelayanan BSI akan meningkatkan kecenderungan nasabah memakai produk Tabungan Haji.

Kepercayaan penting karena nasabah menyerahkan pengelolaan dana kepada bank dalam periode yang tidak singkat. Nasabah akan lebih bersedia membuka rekening apabila percaya bahwasanya bank menjaga amanah, memberikan informasi yang benar, menjalankan transaksi secara transparan, dan mampu memenuhi kewajiban. Sebaliknya, informasi yang tidak konsisten, pelayanan yang tidak profesional, atau ketidakjelasan pengelolaan dana dapat mengurangi keyakinan dan menunda keputusan pembukaan rekening.

Temuan ini selaras dengan Commitment-Trust Theory dari Morgan serta Hunt (1994), yang memaparkan bahwasanya keyakinan menjadi dasar hubungan jangka panjang. Hasil penelitian juga searah dengan Rakhma (2021), Fadilah (2022), dan Mufid (2023), yang menempatkan kepercayaan selaku faktor penting pada minat memakai produk bank syariah. BSI perlu mempertahankan reputasi, meningkatkan kompetensi pegawai, menyediakan informasi yang mudah dipahami, dan menanggapi keluhan secara konsisten.

Pengaruh Kepatuhan Syariah terhadap Minat Nasabah

Kepatuhan syariah memperoleh koefisien regresi 0,261, t hitung 2,869, serta signifikansi 0,005. Hasil tersebut menegaskan bahwasanya kepatuhan syariah berdampak positif serta signifikan atas minat nasabah membuka Tabungan Haji. Semakin kuat keyakinan bahwasanya produk dijalankan sesuai prinsip Islam, kian besar juga ketertarikan nasabah guna menyimpan dana melalui BSI.

Tabungan Haji mempunyai keterkaitan langsung dengan tujuan ibadah, sehingga kesesuaian akad dan proses pengelolaan dana menjadi pertimbangan penting. Nasabah mengharapkan produk terhindar dari unsur riba, gharar, serta maysir serta terletak pada pengawasan Dewan Pengawas Syariah. Kepastian tersebut memberikan ketenangan spiritual dan memperkuat legitimasi produk. Dalam TPB, keyakinan mengenai kesesuaian syariah membentuk sikap positif dan mendukung niat melakukan pembukaan rekening.

Hasil ini mendukung penelitian Aritonang (2022) dan kajian yang mengungkapkan bahwasanya sharia compliance dapat meningkatkan minat memakai produk bank syariah. BSI perlu mempertahankan kepatuhan melalui penerapan akad yang jelas, pengawasan yang efektif, audit syariah, serta komunikasi publik mengenai fatwa dan mekanisme pengelolaan dana. Kepatuhan tidak cukup hanya menjadi identitas kelembagaan, tetapi perlu dirasakan nasabah melalui praktik pelayanan sehari-hari.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berlandaskan temuan riset, persepsi keamanan, kepercayaan, dan kepatuhan syariah secara bersama-sama berdampak positif serta signifikan atas minat nasabah membuat Tabungan Haji di Bank Syariah Indonesia. Uji F menghasilkan nilai 137,811 dengan signifikansi 0,000. Angka R Square senilai 0,818 memperlihatkan bahwasanya 81,8% variasi minat nasabah bisa dipaparkan oleh ketiga variabel itu, di sisi lain, 18,2% selebihnya dipicu oleh aspek berbeda di luar model riset.

Secara parsial, persepsi keamanan berdampak positif serta signifikan dengan koefisien 0,442 serta signifikansi 0,000; kepercayaan berdampak positif serta signifikan dengan koefisien 0,233 serta signifikansi 0,020; serta kepatuhan syariah berdampak positif serta signifikan dengan koefisien 0,261 serta signifikansi 0,005. Persepsi keamanan mempunyai angka Beta terbesar senilai 0,444, sehingga menjadi variabel yang paling dominan dalam meningkatkan minat nasabah membuka Tabungan Haji.

Saran

Bank Syariah Indonesia disarankan terus meningkatkan keamanan layanan melalui perlindungan data, penguatan sistem transaksi, pemulihan gangguan yang cepat, serta edukasi mengenai keamanan digital. Kepercayaan nasabah perlu dipertahankan melalui pelayanan profesional, transparansi informasi, konsistensi pemenuhan komitmen, dan penanganan keluhan yang bertanggung jawab. Kepatuhan syariah perlu diperkuat melalui penggunaan akad yang jelas, pengawasan Dewan Pengawas Syariah, audit syariah, dan penyampaian informasi yang mudah dipahami mengenai kesesuaian produk Tabungan Haji dengan prinsip Islam.

Riset ke depannya diinginkan memperlebar jangkauan responden pada beragam kantor cabang atau bank syariah, memakai wawancara dan observasi untuk melengkapi data kuesioner, serta menambahkan variabel lain seperti kualitas pelayanan, religiusitas, literasi keuangan syariah, kemudahan layanan digital, biaya, promosi, dan pengaruh keluarga. Pengembangan itu diinginkan menampilkan wawasan yang cukup menyeluruh terkait aspek-aspek yang membentuk minat masyarakat terhadap produk Tabungan Haji.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Aritonang. (2022). Pengaruh pengetahuan, kepercayaan, dan sharia compliance terhadap minat memakai produk bank syariah.
- Dikriansya. (2018). Kajian mengenai ibadah haji dan minat masyarakat melaksanakan ibadah haji.
- Erlina. (2024). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung produk Tabungan Haji pada PT Bank Riau Kepri Syariah Teluk Kuantan.
- Fadilah. (2022). Pengaruh promosi, pengetahuan, dan kepercayaan terhadap minat menabung pada Bank Syariah Indonesia KCP Singkut.
- Flavián, C., & Guinalíu, M. (2006). Consumer trust, perceived security and privacy policy: Three basic elements of loyalty to a web site. *Industrial Management & Data Systems*, 106(5), 601-620.
- Ghozali, I. (2021). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hidayat, & Rizqi. (2021). The influence of knowledge, trust and sharia compliance on interest in using sharia bank products.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The commitment-trust theory of relationship marketing. *Journal of Marketing*, 58(3), 20-38.

- Mufid. (2023). Analisa kepercayaan nasabah terhadap produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia.
- Novianto. (2024). Pengaruh keamanan dan kepercayaan nasabah terhadap minat menabung pada bank syariah.
- Pirmansyah. (2024). Persepsi terhadap produk Tabungan Haji BSI KCP Indralaya.
- Rakhma. (2021). Pengaruh literasi keuangan dan kepercayaan nasabah terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia Solo Raya.
- Reza, et al. (2020). Persepsi keamanan dan keputusan masyarakat memakai layanan perbankan.
- Sugiyono. (2016). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). Metode penelitian kuantitatif. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.