

ABSTRAK

Industri perbankan merupakan salah satu industri pokok yang harus ada dan dibutuhkan oleh banyak lapisan masyarakat. Terjadi pada industri manapun, pada industri perbankan khususnya syariah pun tentu terdapat persaingan yang terjadi antar perusahaan untuk memenuhi target konsumennya. Oleh karenanya dilakukanlah penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh persepsi masyarakat terhadap keputusan menabung pada perbankan syariah di Jawa Barat. Objek penelitian adalah masyarakat yang menabung pada Bank Syariah di Jawa Barat dan yang menjadi sampel adalah sebanyak 385 responden. Penelitian ini menggunakan model analisis SEM dengan aplikasi LISREL.

Saat dilakukan pengujian hipotesis penelitian melalui model struktural, menghasilkan Persepsi Kualitas (X1) dan Persepsi Nilai (X2) memberi pengaruh sebesar 62,3% terhadap Keputusan menabung (Y). Sedangkan sisanya 37,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Dan jika dilihat dari koefisien jalurnya, variabel yang berpengaruh dominan dalam menjelaskan Keputusan Menabung (Y) secara berurutan adalah Persepsi nilai (X2) dengan koefisien jalur sebesar 0,515 (39,7%), kemudian Persepsi Kualitas (X1) dengan koefisien jalur sebesar 0,305 (22,5%).

Maka hal ini menunjukkan bahwa persepsi kualitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung di Bank Syariah, dan persepsi nilai pun berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung di Bank Syariah.

Kata kunci: persepsi, persepsi kualitas, persepsi nilai, dan keputusan menabung.