

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh religiusitas, tingkat margin, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah untuk melakukan take over pembiayaan pensiun ke Bank Syariah Indonesia KCP Jambi Sipin Bakaruddin. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif, data dikumpulkan melalui kuesioner dan wawancara dengan 67 responden, dan dianalisis dengan regresi linear berganda serta uji statistik lainnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan, variabel religiusitas, tingkat margin, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dengan nilai $F_{hitung} 24,172 > F_{tabel} 2,75$ dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Nilai signifikansi untuk religiusitas adalah 0,006, tingkat margin 0,019, dan kualitas pelayanan 0,024, yang semuanya lebih kecil dari 0,05. Kualitas pelayanan menjadi faktor yang paling dominan dengan nilai regresi sebesar 0,061 atau 6,1%. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,535 menunjukkan bahwa 53,5% variabilitas keputusan nasabah dapat dijelaskan oleh ketiga faktor tersebut, sementara 46,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diperhitungkan dalam penelitian ini.

Kata kunci: *Religiusitas, Tingkat Margin, Kualitas Pelayanan, Take Over Pembiayaan*

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of religiosity, margin level, and service quality on the customer's decision to take over pension financing to Bank Syariah Indonesia KCP Jambi Sipin Bakaruddin. This study uses a descriptive quantitative approach, data is collected through questionnaires and interviews with 67 respondents, and analyzed by multiple linear regression and other statistical tests. The results showed that simultaneously, the variables of religiosity, margin level, and service quality had a significant effect with a value of $24.172 > 2.75$ and a significance value of $0.001 < 0.05$. Partially has a positive and significant effect on customer decisions. The significance values for religiosity were 0.006, the margin level was 0.019, and the quality of service was 0.024, all of which were smaller than 0.05. Service quality is the most dominant factor with a regression value of 0.061 or 6.1%. The determination coefficient (R square) of 0.535 shows that 53.5% of the variability of customer decisions can be explained by these three factors, while 46.5% is explained by other variables that are not taken into account in this study.

Keywords: *Religiosity, Margin Level, Service Quality, Take Over Financing*