

BAB V

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil dari penelitian dengan menyebarkan angket koesioner kepada para responden penelitian kemudian diadakan analisis yang merupakan pengolahan lebih lanjut dari hasil uji hipotesis. Dalam analisis ini akan dibuat semacam interpretasi dari hasil perhitungan dengan menggunakan rumus regresi yang telah diproses dari hasil pengolahan data statistik analisis regresi linier sederhana menggunakan alat bantu SPSS *for windows* 16.00 sebagai berikut:

- A. Strategi *word of mouth* pada mahasiswa perbankan syariah FEBI IAIN Tulungagung berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah.

Dari pengujian hipotesis 1 diketahui bahwa nilai t-hitung lebih besar dibandingkan dengan nilai t-tabel. Artinya *word of mouth* (getok tular) memiliki pengaruh positif terhadap minat menabung atau dengan kata lain H1 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa apabila variabel *word of mouth* (getok tular) mengalami kenaikan maka variabel minat menabung mahasiswa jurusan perbankan syariah FEBI IAIN Tulungagung diperbankan syariah juga mengalami kenaikan, begitu juga sebaliknya.

Dalam penelitian ini juga sebanyak 62 responden dari 136 total responden atau sekitar 45,6% responden menyatakan setuju bahwa

Informasi getok tular yang disampaikan oleh pengguna rekening bank syariah sangat relevan dan sesuai dengan fakta lapangan. Dari hasil data tersebut, dapat dilihat bahwasannya responden memiliki respon positif atas informasi getok tular yang disampaikan oleh pengguna rekening bank syariah, baik itu dari pihak saudara, teman dekat maupun sumber lainnya yang mampu memberikan stimulus terhadap meningkatnya minat menabung mahasiswa.

Selain itu, dalam pengujian yang dilakukan juga ditemukan sebanyak 48 responden atau 35,3% responden menyatakan setuju bahwa Informasi getok tular yang disampaikan oleh pengguna rekening bank syariah benar dan sesuai dengan ilmu yang telah responden pelajari di bangku perkuliahan, dari sini dapat disimpulkan bahwa minat menabung juga dipengaruhi oleh kesesuaian antara ilmu yang dipelajari di bangku perkuliahan. Sehingga, responden merasa nyaman dan sesuai dengan kajian ilmu yang dipelajari. Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan adanya ketertarikan mahasiswa untuk menabung di perbankan syariah, salah satunya dikarenakan merasa nyaman dan sesuai dengan teori yang dipelajari di bangku perkuliahan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa apabila variabel *word of mouth* (getok tular) mengalami kenaikan maka variabel minat menabung mahasiswa jurusan perbankan syariah FEBI IAIN Tulungagung di perbankan syariah juga mengalami kenaikan, begitu juga sebaliknya.

Hasil penelitian tersebut, sejalan dan sesuai dengan penelitian terdahulu dan kajian teori yang digunakan. Dimana, dalam penelitian ini menyatakan bahwa variabel *word of mouth* memiliki pengaruh positif terhadap minat menabung, sedangkan hasil dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nugroho, dkk dalam penelitiannya mengenai *Word Of Mouth* mengemukakan bahwa, *Word of mouth* (getuk tular) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.¹ Dengan begitu, kedua penelitian tersebut, menghasilkan keputusan yang sama yakni *word of mouth* berpengaruh positif terhadap variabel Y dalam hal ini adalah minat menabung.

Tak hanya sesuai dengan penelitian terdahulu, namun juga memiliki kesamaan dengan kajian teori yang digunakan. Dimana, dalam kajian teori menyatakan bahwasannya komunikasi dari mulut ke mulut (*Word of mouth*), memang mempunyai pengaruh suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan, reputasi perusahaan menjadi semakin baik dimata pelanggan, serta laba yang diperoleh akan meningkat.² Selain itu, getuk tular juga melingkupi beberapa karakteristik pesan yang mempengaruhi terhadap kekuatan persuasif, antara lain penyampaian pesan, kesenjangan pesan, emosi takut, emosi positif harus tersusun dengan baik dengan konsep yang matang.

¹ Finnan Aditya Ajie Nugraha dkk, *Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen (Studi pada Konsumen Kober Mie Setan jalan Simpang Soekarno-Hatta nomor 1-2 Malang)*, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 22 No. 1, (Malang: 2015) hal 5-6.

² Hassel Nogi S. Tangkilisan, *Manajemen Publik*, (Jakarta: PT. Grasindo, 2007) hal 211.

Sehingga dapat menimbulkan ketertarikan lawan bicara.³ Dari sini dapat disimpulkan bahwa variabel *word of mouth* berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah.

- B. Religiusitas mahasiswa perbankan syariah FEBI IAIN Tulungagung berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah.

Dari pengujian hipotesis 2 yang berbunyi: religiusitas berpengaruh positif terhadap minat menabung diketahui bahwa nilai t-hitung lebih besar dibandingkan dengan nilai t-tabel. Artinya religiusitas berpengaruh positif terhadap minat menabung atau dengan kata lain H2 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa apabila variabel religiusitas mengalami kenaikan maka variabel minat menabung di perbankan syariah juga mengalami kenaikan, dengan ketentuan variabel lain bernilai tetap, begitu juga sebaliknya.

Pada variabel religiusitas menunjukkan bahwa 88 responden dari total 136 responden atau 64,7% responden menyatakan setuju bahwa responden tertarik membuka rekening bank syariah karena perbankan syariah menjadikan Al-Qur'an dan sunnah (hadis) sebagai landasannya. Hal tersebut sesuai dengan ilmu yang telah responden peroleh dibangku perkuliahan. Selain itu, data tersebut juga terlihat bahwa, tingkat religiusitas responden juga tinggi yang dibuktikan dari tanggapan responden yang memilih setuju dan mengakui

³ Agus Abdul Rahman, *Psikologi Sosial*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2013) hal 147.

bahwasannya perbankan syariah menjadikan AL-Qur'an dan sunnah sebagai landasannya. Dimana kandungan kedua hal tersebut harus tetap dijaga dan dilaksanakan dalam kehidupan sehari-hari. Salah satunya dapat diterapkan dalam kegiatan menabung di perbankan syariah.

Selain itu, dalam penelitian ini juga menunjukkan bahwa 63 responden atau 46,3% responden menyatakan setuju dan meyakini bahwa dengan menabung di perbankan syariah, perbuatan responden akan dinilai ibadah oleh Allah SWT. Dari data tersebut juga menunjukkan bahwa tingkat religiusitas responden juga mempengaruhi minat menabung mahasiswa perbankan syariah FEBI IAIN Tulungagung. Sehingga dapat disimpulkan bahwa apabila religiusitas meningkat maka minat menabung di perbankan syariah juga mengalami kenaikan.

Hasil penelitian ini, juga sejalan dengan penelitian terdahulu, yang dilakukan oleh Andriani yang menyatakan bahwa semakin besar tingkat religiusitas santri, maka akan mendorong lebih besar santri untuk menabung di perbankan syariah. Dengan modal keyakinan yang kuat akan mendorong santri lebih berhati-hati dalam memilih sebuah lembaga keuangan terutama perbankan, apakah perbankan yang dipilih telah sesuai dengan hukum syariat yang telah dengan kuat diyakini selama ini. Sehingga dengan tingkat religiusitas santri yang tinggi akan meningkatkan pula minat mereka untuk menabung di

perbankan syariah yang telah diperbolehkan oleh hukum syariat.⁴ Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwasannya religiusitas mahasiswa perbankan syariah FEBI IAIN Tulungagung berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah.

- C. Variabel *word of mouth* dan religiusitas mahasiswa perbankan syariah FEBI IAIN Tulungagung secara simultan atau bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah.

Dari hasil perhitungan uji F diperoleh nilai F-hitung lebih besar dibandingkan dengan nilai F-tabel. Artinya Hipotesis diterima bahwa antara *word of mouth* (getok tular) dan religiusitas secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap minat menabung di perbankan syariah. Besarnya tingkat variabel *word of mouth* (getok tular) dalam mempengaruhi minat menabung dapat dilihat dari persamaan regresi linear berganda (lihat tabel coefficient) yang menunjukkan nilai positif mempunyai arti bahwa setiap kenaikan *word of mouth* (getok tular) mahasiswa jurusan perbankan syariah FEBI IAIN Tulungagung terhadap perbankan syariah akan meningkatkan minat menabung mahasiswa di perbankan syariah pula. Semakin baik *word of mouth* (getok tular) maka minat menabung mahasiswa di perbankan syariah juga akan mengalami kenaikan.

⁴ Ayu Andriani, Skripsi *Pengaruh Persepsi dan Religiusitas Santri Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah (Studi Kasus Di Pondok Pesantren Al-Falah Mojo Kediri)*, (Kediri, 2015) hal 102-103.

Begitu juga dengan variabel religiusitas, dimana besarnya variabel religiusitas dalam mempengaruhi minat menabung mahasiswa jurusan perbankan syariah FEBI IAIN Tulungagung di perbankan syariah dapat diketahui dalam uji regresi linear berganda pada tabel coefficient yang menunjukkan nilai positif mempunyai arti bahwa setiap kenaikan tingkat religiusitas mahasiswa akan memberikan peningkatan terhadap minat menabung mahasiswa di perbankan syariah. Tingkat religiusitas mahasiswa yang tinggi akan mendorong mahasiswa untuk memilih perbankan syariah dalam membantu setiap kegiatannya. Religiusitas mahasiswa yang semakin besar akan mempengaruhi minat menabung mahasiswa di perbankan syariah menjadi lebih besar juga.

Hasil penelitian tersebut sejalan dengan teori minat yang menyatakan bahwa keinginan atau minat, kemauan dan kehendak sangat memengaruhi corak perbuatan yang akan diperlihatkan seseorang. Sekalipun seseorang itu mampu mempelajari sesuatu, tetapi bila tidak mempunyai minat, tidak mau, atau tidak ada kehendak untuk mempelajari, ia tidak akan bisa mengikuti proses belajar.⁵ Ada tiga faktor yang mempengaruhi timbulnya minat yaitu dorongan dari dalam, motif sosial, dan faktor emosional atau perasaan. Faktor dorongan dari dalam artinya mengarah pada kebutuhan-kebutuhan yang muncul dari dalam individu, merupakan faktor yang berhubungan dengan dorongan fisik, motif, mempertahankan diri dan lain sebagainya. Faktor motif sosial artinya mengarah pada

⁵ Alex Sobur, *Psikologi Umum*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013) hal 246.

penyesuaian diri dengan lingkungan agar dapat diterima dan diakui oleh lingkungannya. Faktor emosional atau perasaan artinnya minat yang erat hubungannya dengan perasaan atau emosi keberhasilan dalam beraktivitas yang didorong oleh minat akan membawa rasa senang dan memperkuat minat yang sudah ada, sebaliknya kegagalan akan mengurangi minat individu tersebut.⁶

Dengan demikian, minat menabung mahasiswa sebagaimana yang dipaparkan diatas, dipengaruhi oleh faktor lingkungan dan emosional, salah satunya yakni religiusitas dan juga informasi getok tular (*word of mouth*) yang diperoleh mahasiswa sehingga berpengaruh positif terhadap minat menabung. Selain itu, dalam penelitian ini juga menunjukkan bahwa, nilai koefisien determinasi yang digunakan untuk mengetahui kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Besarnya koefisien determinasi dapat dilihat pada adjusted r square dan dinyatakan dalam presentase, dimana nilai koefisien determinasi sebesar 0,538, dapat diartikan bahwa variable minat menabung (Y) yang dapat dijelaskan oleh variable bebas *word of mouth* (getok tular) (X1) dan religiusitas (X2) sebesar 0,538 (53,8%). Jadi variable independen mampu menjelaskan variable dependen sebesar 53,8% sedangkan sisanya 46,2% dijelaskan variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini (tidak diteliti) seperti halnya variabel persepsi, kepercayaan nasabah, nisbah bagi

⁶ Fahmi Gunawan, Heksa Biopsi Puji Hastuti, *Senarai Penelitian Pendidikan, Hukum, dan Ekonomu di Sulawesi Tenggara*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018) Hal 5-6.

hasil, pendapatan nasabah dan lain sebagainya.⁷ Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwasannya variabel *word of mouth* dan religiusitas mahasiswa perbankan syariah FEBI IAIN Tulungagung secara simultan atau bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah.

⁷ Dian Sempana, Skripsi *Pengaruh kepercayaan nasabaii, pendapatai nasabah, kualitas pelayanan dan nisbah bagi hasil tabungan terhadap minat nasabah menabung pada BMT Pahlawan Tulungagung*, (Tulungagung, 2017) hal 136.