BAB V

PEMBAHASAN

Setelah peneliti melakukan penelitian langsung dengan menyebar kuesioner yang diajukan kepada mahasiswa perbankan syariah fakultas ekonomi dan bisnis islam IAIN Tulungagung. kemudian peneliti mengolah data hasil jawaban angket yang telah di isi olehresponden. Dalam pengolahan data hasil jawaban angket tersebut peneliti menggunakan aplikasi *SPSS 16.0*, maka tujuan yang akan dikemukakan peneliti adalah menjelaskan:

A. Pengaruh Persepsi Terhadap Preferensi Menabung Mahasiswa Di Perbankan Syariah

Berdasarkan hasil output statistik yang terdapat pada bab sebelumnya menunjukkan bahwa uji validitas dan reabilitas pada tabel kolom *Corrected Item Correlation* dan *Croncach Alpha* variabel religiusitas teruji secara valid dan reliable.

Pada uji normalitas dalam tabel *One- Sample Kolmogorove Smirnov Test* diperoleh angka *Asymp. Sig* sebesar 0,46 dan nilai tersebut lebih besar dari nilai taraf signifikansi 0,05 maka variabel religiusitas berdistribusi normal. Sedangkan pada uji multikolonieritas diketahui *Variance Inflation Faktor (VIF)* sebesar 1.788 maka variabel religiusitas terbebas dari asumsi klasik multikolonieritas karena hasil *VIF* lebih dari 10. ada gambar uji heterokedasitas menunjukkan titik-titik secara menyebar, maka variable persepsi tidak terjadi heterokedasitas pada model regresi ini.

Pada tabel *Coefficients* menunjukkan bahwa variabel religiusitas berpengaruh positif terhadap preferensi menabung di perbankan syariah. Dapat dilihat dari tabel regresi linier berganda yang menunjukkan koefisien regresi religiusitas sebesar -0,204 yang menyatakan setiap pengurangan (karena negatif) 1 satuan pada variabel religiusitas akan meningkatkan nilai preferensi menabung di perbankan syariah.

Dari hasil uji hipotesis secara parsial yang menggunakan uji t menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh positif terhadap preferensi menabung di perbankan syariah. Dimana diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ -2,575 | >-1,98698 dengan nilai signifikansi 0,007 < 0,05, sehingga H_1diterima yang berarti **"Terdapat pengaruh signifikan persepsi terhadap preferensi menabung di perbankan syariah."**

Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh sutisna bahwa persepsi adalah proses interpretasi seseorang atas lingkungannya atau pandangan seseorang yang akan membuat respon bagaimana seseorang akan bertindak.[1] Dalam penelitian ini dihasilkan bahwa persepsi berpengaruh negarif dan signifikan, yang artinya bahwa setiap pengurangan 1 satuan persepsi akan meningkatkan preferensi menabung mahasiswa di perbankan syariah.

Hasil penelitian ini di dukung oleh penelitian terdahulu oleh Taufiq Adhitian tentang pengaruh persepsi dukungan supervisor dan komitmen organisasi terhadap turneverintention (Studi pada pegawai bagian produksi

[1] Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001), hlm: 63.

PT. Mitra Adi Jaya Yogyakarta) yang menyatakan bahwa persepsi memiliki pengaruh negative dan signifikan terhadap turnover intention, jadi apabila karyawan memiliki persepsi semakin baik maka kecenderungan karyawan untuk meninggalkan organisasi semakin rendah.[2]

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa jika persepsi mahasiswa tentang perbankan syariah menurun maka akan meningkatkan preferensi menabung mahasiswa di perbankan syariah, dan sebaliknya, jika persepsi mahasiswa terhadap perbankan syariah naik maka akan menurunkan preferensi mahasiswa untuk menabung di perbankan syariah. Karena persepsi disini dipengaruhi oleg psikologis seseorang, keluarga dan kebudayaan.[3] Jika faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan persepsi seseorang itu menurun maka akan meningkatkan preferensi mahasiswa untuk menabung di perbankan syariah.

B. Pengaruh Religiusitas Terhadap Preferensi Menabung Mahasiswa Di Perbankan Syariah

Berdasarkan hasil output statistik yang terdapat pada bab sebelumnya menunjukkan bahwa uji validitas dan reabilitas pada tabel kolom *Corrected Item Correlation* dan *Croncach Alpha* variabel religiusitas teruji secara valid dan reliable.

Pada uji normalitas dalam tabel *One- Sample Kolmogorove Smirnov Test* diperoleh angka *Asymp. Sig* sebesar 0,46 dan nilai tersebut lebih besar

---

[2] Taufiq Adithian, *pengaruh persepsi dukungan supervisor dan komitmen organisasi terhadap turneverintention (Studi pada pegawai bagian produksi PT. Mitra Adi Jaya Yogyakarta)*,(Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta, 2017), hlm:52.

[3] Bimo Walgio, *Pengantar Psikologi Umum*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2005), hlm: 104.

dari nilai taraf signifikansi 0,05 maka variabel religiusitas berdistribusi normal. Sedangkan pada uji multikolonieritas diketahui *Variance Inflation Faktor (VIF)* sebesar 1.522 maka variabel religiusitas terbebas dari asumsi klasik multikolonieritas karena hasil *VIF* lebih dari 10. ada gambar uji heterokedasitas menunjukkan titik-titik secara menyebar, maka variable persepsi tidak terjadi heterokedasitas pada model regresi ini.

Pada tabel *Coefficients* menunjukkan bahwa variabel religiusitas berpengaruh positif terhadap preferensi menabung di perbankan syariah. Dapat dilihat dari tabel regresi linier berganda yang menunjukkan koefisien regresi religiusitas sebesar 0,327 yang menyatakan setiap penambahan (karena positif) 1 satuan pada variabel religiusitas akan meningkatkan nilai preferensi menabung di perbankan syariah.

Dari hasil uji hipotesis secara parsial yang menggunakan uji t menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh positif terhadap preferensi menabung di perbankan syariah. Dimana diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (5,865 > 1,98698 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05, sehingga H_2 diterima yang berarti **"Terdapat pengaruh signifikan tingkat religiusitas terhadap preferensi menabung di perbankan syariah."**

Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh fuad nasroni mengenai religiusitas adalah seberapa jauh pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan, seberapa pelaksanaan ibadah dan kaidah dan seberapa penghayatan atas agama yang dianutnya. Bagi seorang muslim, religiusitas dapatdiketahui dari seberapa jauh pengetahuan, keyakinan, pelaksanaan dan

penghayatan atas agama islam.[4] Dan menurut islam religiusitas adalah bagaimana seseorang dapat menjalankan agamanya secara sungguh-sungguh. Berdasarkan teori diatas dapat diambil kesimpulan bahwa semakin besar tingkat religiusitas seseorang maka dia akan berhati-hati dalam memilih segala sesuatu yang akan dia kerjakan sesuai dengan ajaran islam.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu oleh Tiara tentang analisis pengaruh tingkat religiusitas, pengetahuan nasabah, pendapatan nasabah dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah (Studi kasus pada nasabah PT Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu Magelang) yang menyatakan bahwa tingkat religiusitas, pengetahuan dan pendapatan secara signifikan dan psitif berpengarauh terhadap minat nasabah menabung.[5]

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu oleh Ayu Andriani tentang pengaruh persepsi dan religiusitas santri terhadap minat menabung di perbankan syariah (Studi kasus di pondok pesantren Mojo Kediri), juga memberikan kesimpulan bahwa religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat menabung santri di perbankan syariah[6]

Sehingga faktor religiusitas ini berpengaruh signifikan terhadap preferensi menabung di perbankan syariah. Karena salah satu hal terpenting dari kehidupan adalah masalah agama,tentang sejauh mana seseorang dapat

---

[4] Fuad Nasroni dan Rachmy Diana Mucharam, *Mengembangkan Kreativitas. . .* ,hlm:70

[5] Tiara, *analisis pengaruh tingkat religiusitas, pengetahuan nasabah, pendapatan nasabah, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah*,(Fakultas ekonomi dan bisnis islam, IAIN Salatiga, 2017) diakses 20 November 2018

[6] Ayu Andriani, *Pengaruh persepsi dan religiusitas santri terhadap minat menabung di perbankan syariah- studi kasus pada pondok pesantren Al- Falah Mojo Kediri.* (Tulungagung: Skripsi IAIN Tulungagung, 2015)

mempercayai Tuhannya, tentang bagaimana seseorang mengerjakan kewajibannya sebagai umat yang beragama,bagaimana dirinya dekat dengan tuhannya dan bangaimana perilaku yang dilakukannya.[7] Hal tersebut akan sangat mempengaruhi apapun tindakan yang akan dikerjakan, semakin tinggi religiusitas seseorang akan semakin tinggi pula preferensi untuk memilih bank syariah karena sudah mengetahui mana yang dianggap baik oleh agamanya dan mana yang tidak dianggap baik.

C. Pengaruh Product Knowledge Terhadap Preferensi Menabung Mahasiswa Di Perbankan Syariah

Berdasarkan hasil output statistik yang terdapat pada bab sebelumnya menunjukkan bahwa uji validitas dan reabilitas pada tabel kolom *Corrected Item Correlation* dan *Croncach Alpha* variabel religiusitas teruji secara valid dan reliable.

Pada uji normalitas dalam tabel *One- Sample Kolmogorove Smirnov Test* diperoleh angka *Asymp. Sig* sebesar 0,46 dan nilai tersebut lebih besar dari nilai taraf signifikansi 0,05 maka variabel religiusitas berdistribusi normal. Sedangkan pada uji multikolonieritas diketahui *Variance Inflation Faktor (VIF)* sebesar 1.469 maka variabel religiusitas terbebas dari asumsi klasik multikolonieritas karena hasil *VIF* lebih dari 10. ada gambar uji heterokedasitas menunjukkan titik-titik secara menyebar, maka variable persepsi tidak terjadi heterokedasitas pada model regresi ini.

---

[7] Djamaludin Ancok dan Fuad Nasori Suroso, Cetakan VIII, *Psikologi Islam: Solusi Islam Atas Problem-Problem Psikologi*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011), hlm: 77-78

Pada tabel *Coefficients* menunjukkan bahwa variabel religiusitas berpengaruh positif terhadap preferensi menabung di perbankan syariah. Dapat dilihat dari tabel regresi linier berganda yang menunjukkan koefisien regresi religiusitas sebesar 0,433 yang menyatakan setiap penambahan (karena positif) 1 satuan pada variabel religiusitas akan meningkatkan nilai preferensi menabung di perbankan syariah.

Dari hasil uji hipotesis secara parsial yang menggunakan uji t menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh positif terhadap preferensi menabung di perbankan syariah. Dimana diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (5,775 > 1,98698 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05, sehingga H_3 diterima yang berarti **"Terdapat pengaruh signifikan Product Knowledge terhadap preferensi menabung di perbankan syariah."**

Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Rao dan Sieben dalam buku waluyo pamungkas yang mana memberi pengertian bahwa product knowledge adalah suatu pengetahuan seseorang akan produk perbankan syariah, Konsumen yang berpengetahuan lebih tinggi akan lebih realistis dalam pemilihan produk yang sesuai dengan harapannya. Semakin tinggi pengetahuan konsumen atas suatu produk, dapat meningkatkan kemampuan konsumen untuk membuat pilihan yang lebih menyenangkan.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu oleh Zaenal Arifin tentang analisis pengaruh tingkat religiusitas dan product knowledge terhadap preferensi menabung mahasiswa di perbankan syariah.) yang menyatakan bahwa tingkat religiusitas, product knowledge secara parsial

memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi menabung di perbankan syariah. Variabel religiusitas dan product knowledge juga bersama sama berpengaruh signifikan terhadap preferensi menabung di perbankan syariah.[8]

Berdasarkan teori diatas dapat diambil kesimpulan bahwa memang semakin tinggi pengetahuan produk tabungan di perbankan syariah juga akan meningkatkan preferensi menabung di perbankan syariah juga, Penjelasan tersebut sangat menjelaskan bahwa pentingnya tingkat pengetahuan terhadap suatu produk. Seperti telah mengetahui produk-produk tabungan wadi'ah dan mudharabah, bagi hasil yang digunakannya dan tidak adanya unsur riba didalamnya akan meningkatkan pengetahuan dan menjadikan perbankan syariah sebagai pilihan menabung.[9]

D. Pengaruh Disposible Income Terhadap Preferensi Menabung Mahasiswa Di Perbankan Syariah

Berdasarkan hasil output statistik yang terdapat pada bab sebelumnya menunjukkan bahwa uji validitas dan reabilitas pada tabel kolom *Corrected Item Correlation* dan *Croncach Alpha* variabel religiusitas teruji secara valid dan reliable.

Pada uji normalitas dalam tabel *One- Sample Kolmogorove Smirnov Test* diperoleh angka *Asymp. Sig* sebesar 0,46 dan nilai tersebut lebih besar dari nilai taraf signifikansi 0,05 maka variabel religiusitas berdistribusi

---

[8] M. Zaenal Arifin, *analisis pengaruh tingkat religiusitas dan product knowledge terhadap preferensi menabung mahasiswa di perbankan syariah*, (Salatiga: IAIN Salatiga, 2016) diakses pada 23 November 2018

[9] Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syariah dari teori dan praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2007), hlm: 148.

normal. Sedangkan pada uji multikolonieritas diketahui *Variance Inflation Faktor (VIF)* sebesar 1.589 maka variabel religiusitas terbebas dari asumsi klasik multikolonieritas karena hasil *VIF* lebih dari 10. ada gambar uji heterokedasitas menunjukkan titik-titik secara menyebar, maka variable persepsi tidak terjadi heterokedasitas pada model regresi ini.

Pada tabel *Coefficients* menunjukkan bahwa variabel religiusitas berpengaruh positif terhadap preferensi menabung di perbankan syariah. Dapat dilihat dari tabel regresi linier berganda yang menunjukkan koefisien regresi religiusitas sebesar 0,316 yang menyatakan setiap penambahan (karena positif) 1 satuan pada variabel religiusitas akan meningkatkan nilai preferensi menabung di perbankan syariah.

Dari hasil uji hipotesis secara parsial yang menggunakan uji t menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh positif terhadap preferensi menabung di perbankan syariah. Dimana diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (3,082 > 1,98698 dengan nilai signifikansi 0,003 < 0,05, sehingga H_4 diterima yang berarti **"Terdapat pengaruh signifikan Disposable income terhadap preferensi menabung di perbankan syariah."**

Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Case E. Karl, Fair C. Ray bahwa *Disposible income* adalah pendapatan yang siap dibelanjakan atau ditabungkan. Pendapatan disposable merupakan faktor penentu utama konsumsi dan tabungan. Tabungan merupakan bagian dari pendapatan yang tidak dikonsumsi. Pendapatan *disposable* merupakan pendapatan yang siap

untuk dimanfaatkan guna membeli barang dan jasa dan selebihnya menjadi tabungan yang disalurkan untuk investasi. [10]

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Atik Masruroh tentang analisis pengaruh tingkat religiusitas dan disposable income terhadap minat menabung mahasiswa di perbankan syariah (studi kasus pada mahasiswa STAIN Salatiga) yang menyatakan bahwa disposable income setelah dimoderasi oleh variabel religiusitas berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung mahasiswa STAIN Salatiga, dengan nilai T hitung sebesar 6,101 dengan sig 0,000 yang artinya variabel disposable income dapat mempengaruhi minat menabung jika dimoderasi dengan variabel religiusitas[11]

Jadi dapat disimpulkan bahwa disposable income berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi menabung di perbankan syariah, karena tingginya tingkat tabungan bergantung pada tingginya pendapatan yang dimiliki. Semakin tinggi tingkat pendapatan maka semakin tinggi pula tingkat tabungan seseorang.[12]

---

[10] Case E. Karl, Fair C. Ray, *prinsip-prinsip ekonomi*. . . ,hlm: 31.

[11] Atik Maruroh, *Analisis pengaruh tingkat religiusitas dan disposable income terhadap minat menabung mahasiswa perbankan syariah.*(Salatiga: STAIN Salatiga, 2015) diakses 20 November 2018

[12] Maisur et.al, pengaruh prinsip bagi hasil, tingkat pendapatan, religiusitas, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung nasabah di bank syariah aceh, *Jurnal magister akuntansi pasca sarjana universitas syiah kuala, ISSN 2302-0164, Volume 4, No 2* (November 2018)

E. Pengaruh Persepsi, Religiusitas, Product Knowledge Dan Disposable Income Terhadap Preferensi Menabung Di Perbankan Syariah.

Dari hasil uji F yang telah dilakukan, maka dapat diketahui ada pengaruh secara simultan atau bersama-sama antara persepsi, religiusitas, product knowledge dan disposible income terhadap preferensi menabung di perbankan syariah. Maka H_0 ditolak dan H_5 diterima , dari hasil perhitungan $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu 37,948> 2,71 atau nilai signifikansi F yang lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000< 0,05. Peneliti memperoleh hasil yang menunjukkan R Square sebesar 0,614 atau 61,4 % hal ini menunjukkan bahwa persepsi, religiusitas, product knowledge dan disposible income berpengaruh sebesar 61,4% terhadap preferensi menabung di perbankan syariah, sedangkan sisanya 38,6% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model regresi ini, jika nilai R Square semakin mendekati 1 maka pengaruh akan semakin kuat.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Julia Sri Ningsih tentang pengaruh persepsi, tingkat religiusitas dan disposable income terhadap minat menabung di perbankan syariah, yang menyatakan bahwa variabel tersebut secara bersama sama berpengaruh terhadap minat menabung mahasiswa di perbankan syariah. Sehingga ketika perbankan syariah akan meningkatkan minat menabung maka ketiga variabel yaitu persepsi, religiusitas dan disposable income harus sama-sama diperhatikan guna mencapai tujuan yang diinginkan..[13]

---

[13] Julia Sri Ningsih, *Pengaruh Persepsi, tingkat religiusitas dan diposible income terhadap minat menabung mahasiswa di perbankan syariah*, (Lampung: UIN Raden Intan, 2017)

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Zaenal arifin tentang analisis pengaruh religiusitas dan product knowledge terhadap preferensi menabung di perbankan syariah. Disini dijelaskan bahwa variabel religiusitas dan product knowledge secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel preferensi menabung.[14]

[14] M. Zaenal Arifin, *analisis pengaruh tingkat religiusitas dan product knowledge terhadap preferensi menabung mahasiswa di perbankan syariah*, (Salatiga: IAIN Salatiga, 2016) diakses pada 23 November 2018