

## BAB V

### PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

#### **A. Pengaruh Pengetahuan Mahasiswa Tentang Definisi Lembaga Keuangan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk di BMT Istiqomah Plosokandang Tulungagung**

Pada bab sebelumnya telah dibahas mengenai analisis data dan didapatkan hasil bahwa instrumen penelitian yang digunakan peneliti yaitu kuesioner/angket dalam variabel pengetahuan definisi lembaga keuangan syariah dinyatakan valid dan reliabel. Hasil analisis regresi linear berganda berbanding lurus, dimana dari hasil uji t menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara pengetahuan definisi lembaga keuangan syariah terhadap minat memilih produk di BMT Istiqomah Plosokandang Tulungagung.

Hal ini sesuai dengan teori bahwa pengetahuan konsumen merupakan semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk, serta pengetahuan lainnya yang berkaitan dengan fungsinya sebagai konsumen.<sup>1</sup> Berdasarkan analisis diketahui bahwa pengetahuan menjadi faktor yang mempengaruhi mahasiswa dalam memilih produk di BMT Istiqomah Plosokandang Tulungagung. Jika pengetahuan mahasiswa mengenai definisi lembaga keuangan syariah semakin tinggi, maka minat memilih produk di BMT Istiqomah Plosokandang Tulungagung akan semakin meningkat.

---

<sup>1</sup> Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*, (Bandung: Pustaka Setia, 2015), hal. 130.

Penelitian ini mendukung secara konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Zain<sup>2</sup> tentang “Pengaruh Pengetahuan Santri Tentang Perbankan Syariah terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Modern Ummul Quro Al-Islami)”. Dalam penelitian tersebut menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap minat memilih produk. Perbedaan penelitian ini terletak pada objek penelitian, karakteristik individu/responden dan lokasi penelitian. Aminudin<sup>3</sup> tentang “Pengaruh Pengetahuan Santri, Lokasi dan Fasilitas Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Al Huda Doglo Cepogo Kabupaten Boyolali). Dalam penelitian tersebut juga menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap minat memilih produk. Perbedaan penelitian ini terletak pada objek penelitian, jumlah variabel bebas yang digunakan, dan lokasi penelitian. Zulkifli<sup>4</sup> tentang “Pengaruh Pengetahuan Santri Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah Mandiri Yogyakarta (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Al-Munawwir Kropyak Yogyakarta). Dalam penelitian tersebut juga menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap minat

---

<sup>2</sup> Abdurrahman Zain, *Pengaruh Pengetahuan Santri Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah*, (Jakarta: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2017), hal. 85.

<sup>3</sup> Kautsar Audytra Muhammad, *Pengaruh Pengetahuan Warga tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Muamalat (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Darunnajah)*, (Jakarta: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2014), hal. 81.

<sup>4</sup> Ewa Ilyasa Zulkifli, *Pengaruh Pengetahuan Santri Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah Mandiri Yogyakarta (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Al Munawwir Krapyak Yogyakarta)*, (Yogyakarta: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2014), hal. 107-108.

memilih produk. Perbedaan penelitian ini terletak pada objek penelitian, jumlah variabel bebas yang digunakan, dan lokasi penelitian. Romdhoni dan Ratnasari<sup>5</sup> tentang “pengaruh pengetahuan, kualitas pelayanan, produk, dan religiusitas terhadap minat nasabah untuk menggunakan produk simpanan pada lembaga keuangan mikro syariah. Dalam penelitian tersebut juga menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap minat. Perbedaan penelitian ini terletak pada objek penelitian, jumlah variabel bebas yang digunakan, dan lokasi penelitian. Andriani dan Juliandi<sup>6</sup> tentang “Preferensi Masyarakat Kota Medan Terhadap Bank Syariah. Dalam penelitian tersebut juga menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap minat. Perbedaan penelitian ini terletak pada objek penelitian, jumlah variabel bebas yang digunakan, dan lokasi penelitian.

#### **B. Pengaruh Pengetahuan Mahasiswa Tentang Lokasi Lembaga Keuangan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk di BMT Istiqomah Plosokandang Tulungagung**

Pada bab sebelumnya telah dibahas mengenai analisis data dan didapatkan hasil bahwa instrumen penelitian yang digunakan peneliti yaitu kuesioner/angket dalam variabel pengetahuan lokasi lembaga keuangan syariah dinyatakan valid dan reliabel. Hasil analisis regresi linear berganda berbanding lurus, dimana dari hasil uji t menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka dapat

---

<sup>5</sup> Abdul Haris Romdhoni dan Dita Ratnasari, *Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas Terhadap Minat Nasabah Untuk Menggunakan Produk Simpanan Pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah*, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, ISSN: 2477-6157; E.ISSN 2579-6534, hal. 148.

<sup>6</sup> Dewi Andriani dan Azuar Juliandi, *Preferensi Masyarakat Kota Medan Terhadap Bank Syariah*, Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis, Vol. 8 No. 2/September 2008, hal. 45.

disimpulkan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara pengetahuan lokasi lembaga keuangan syariah terhadap minat memilih produk di BMT Istiqomah Plosokandang Tulungagung.

Hal ini sejalan dengan teori dari Engel dan Minor dalam buku *Perilaku Konsumen* Vinna Sri Yuniarti yang menyatakan bahwa pengetahuan lokasi merupakan masalah mendasar yang harus diselesaikan oleh konsumen selama pengambilan keputusan. Keputusan ini ditentukan sebagian besar oleh pengetahuan pembelian. Pengetahuan pembelian mencakup informasi yang dimiliki konsumen mengenai lokasi produk di dalam lingkungan.<sup>7</sup> Berdasarkan analisis diketahui bahwa pengetahuan menjadi faktor yang mempengaruhi mahasiswa dalam memilih produk di BMT Istiqomah Plosokandang Tulungagung. Jika pengetahuan mahasiswa mengenai lokasi lembaga keuangan syariah semakin tinggi, maka minat memilih produk di BMT Istiqomah Plosokandang Tulungagung akan semakin meningkat.

Penelitian ini mendukung secara konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Zain<sup>8</sup> tentang “Pengaruh Pengetahuan Santri Tentang Perbankan Syariah terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Modern Ummul Quro Al-Islami)”. Dalam penelitian tersebut menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap minat memilih produk. Perbedaan penelitian ini terletak pada objek penelitian, karakteristik individu/responden dan lokasi penelitian.

---

<sup>7</sup> Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*, (Bandung: Pustaka Setia, 2015), hal. 134.

<sup>8</sup> Abdurrahman Zain, *Pengaruh Pengetahuan Santri Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah*, (Jakarta: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2017).hal. 85.

Aminudin<sup>9</sup> tentang “Pengaruh Pengetahuan Santri, Lokasi dan Fasilitas Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Al Huda Doglo Cepogo Kabupaten Boyolali). Dalam penelitian tersebut juga menyatakan bahwa pengetahuan lokasi berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap minat memilih produk. Perbedaan penelitian ini terletak pada objek penelitian, jumlah variabel bebas yang digunakan, dan lokasi penelitian. Muhammad<sup>10</sup> tentang “Pengaruh Pengetahuan Warga Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Muamalat (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Darunnajah). Dalam penelitian tersebut juga menyatakan bahwa pengetahuan lokasi berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap minat memilih produk. Perbedaan penelitian ini terletak pada objek penelitian, jumlah variabel bebas yang digunakan, dan lokasi penelitian. Zulkifli<sup>11</sup> tentang “Pengaruh Pengetahuan Santri Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah Mandiri Yogyakarta (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Al-Munawwir Krapyak Yogyakarta). Dalam penelitian tersebut juga menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap minat memilih produk. Perbedaan penelitian ini terletak pada objek penelitian, jumlah variabel bebas yang digunakan, dan lokasi penelitian.

---

<sup>9</sup> M. Aminudin, *Pengaruh Pengetahuan Santri, Lokasi dan Fasilitas Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah*, (Salatiga: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2016), hal. 82.

<sup>10</sup> Kautsar Audytra Muhammad, *Pengaruh Pengetahuan Warga tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Muamalat (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Darunnajah)*, (Jakarta: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2014), hal. 76.

<sup>11</sup> Ewa Ilyasa Zulkifli, *Pengaruh Pengetahuan Santri Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah Mandiri Yogyakarta (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Al Munawwir Krapyak Yogyakarta)*, (Yogyakarta: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2014), hal. 107-108.

### **C. Pengaruh Pengetahuan Mahasiswa Tentang Macam Produk Lembaga Keuangan Syariah terhadap Minat Memilih Produk di BMT Istiqomah Plosokandang Tulungagung**

Pada bab sebelumnya telah dibahas mengenai analisis data dan didapatkan hasil bahwa instrumen penelitian yang digunakan peneliti yaitu kuesioner/angket dalam variabel pengetahuan macam produk lembaga keuangan syariah dinyatakan valid dan reliabel. Hasil analisis regresi linear berganda berbanding lurus, dimana dari hasil uji t menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara pengetahuan macam produk lembaga keuangan syariah terhadap minat memilih produk di BMT Istiqomah Plosokandang Tulungagung.

Hal ini sejalan dengan teori bahwa konsumen memiliki tingkatan pengetahuan produk yang berbeda, yang dapat dipergunakan untuk menerjemahkan informasi baru dan membuat pilihan pembelian.<sup>12</sup> Berdasarkan analisis diketahui bahwa pengetahuan menjadi faktor yang mempengaruhi mahasiswa dalam memilih produk di BMT Istiqomah Plosokandang Tulungagung. Jika pengetahuan mahasiswa mengenai macam produk lembaga keuangan syariah semakin tinggi, maka minat memilih produk di BMT Istiqomah Plosokandang Tulungagung akan semakin meningkat.

---

<sup>12</sup> Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*, (Bandung: Pustaka Setia, 2015), hal. 136

Penelitian ini mendukung secara konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Zain<sup>13</sup> tentang “Pengaruh Pengetahuan Santri Tentang Perbankan Syariah terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Modern Ummul Quro Al-Islami)”. Dalam penelitian tersebut menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap minat memilih produk. Perbedaan penelitian ini terletak pada objek penelitian, karakteristik individu/responden dan lokasi penelitian. Aminudin<sup>14</sup> tentang “Pengaruh Pengetahuan Santri, Lokasi dan Fasilitas Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Al Huda Doglo Cepogo Kabupaten Boyolali). Dalam penelitian tersebut juga menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap minat memilih produk. Perbedaan penelitian ini terletak pada objek penelitian, jumlah variabel bebas yang digunakan, dan lokasi penelitian. Zulkifli<sup>15</sup> tentang “Pengaruh Pengetahuan Santri Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah Mandiri Yogyakarta (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Al-Munawwir Kropyak Yogyakarta). Dalam penelitian tersebut juga menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap minat

---

<sup>13</sup> Abdurrahman Zain, *Pengaruh Pengetahuan Santri Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah*, (Jakarta: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2017).hal. 85.

<sup>14</sup> M. Aminudin, *Pengaruh Pengetahuan Santri, Lokasi dan Fasilitas Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah*, (Salatiga: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2016), hal. 81.

<sup>15</sup> Ewa Ilyasa Zulkifli, *Pengaruh Pengetahuan Santri Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah Mandiri Yogyakarta (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Al Munawwir Krapyak Yogyakarta)*, (Yogyakarta: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2014), hal. 107-108.

memilih produk. Perbedaan penelitian ini terletak pada objek penelitian, jumlah variabel bebas yang digunakan, dan lokasi penelitian.

**D. Pengaruh Pengetahuan Mahasiswa Tentang Definisi, Lokasi, dan Macam Produk Lembaga Keuangan Syariah terhadap Minat Memilih Produk di BMT Istiqomah Plosokandang Tulungagung**

Hasil penelitian dengan menggunakan uji F bersama-sama berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat memilih produk BMT Istiqomah Plosokandang Tulungagung, dengan melihat nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $>$ ), maka dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama pengetahuan mahasiswa tentang definisi, lokasi, dan macam produk lembaga keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat memilih produk di BMT Istiqomah Plosokandang Tulungagung.

Penelitian ini mendukung secara konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Zain<sup>16</sup> tentang “Pengaruh Pengetahuan Santri Tentang Perbankan Syariah terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Modern Ummul Quro Al-Islami)”. Muhammad<sup>17</sup> tentang “Pengaruh Pengetahuan Warga Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Muamalat (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Darunnajah. Aminudin<sup>18</sup> tentang “Pengaruh Pengetahuan Santri, Lokasi dan Fasilitas Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Al Huda Doglo Cepogo Kabupaten

---

<sup>16</sup> Abdurrahman Zain, *Pengaruh Pengetahuan Santri* ..... hal. 86.

<sup>17</sup> Kautsar Audytra Muhammad, *Pengaruh Pengetahuan Warga*..... hal. 78.

<sup>18</sup> M. Aminudin, *Pengaruh Pengetahuan Santri*..... hal. 83.

Boyolali). Zulkifli<sup>19</sup> tentang “Pengaruh Pengetahuan Santri Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Al-Munawwir Krapyak Yogyakarta). Taufiqurahman<sup>20</sup> tentang “Pengaruh Pengetahuan Santri Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Bidayatussalikin Sleman Yogyakarta). Dalam ke lima penelitian tersebut menyatakan bahwa secara bersama-sama pengetahuan mahasiswa tentang definisi, lokasi, dan macam produk lembaga keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat memilih produk di BMT Istiqomah Plosokandang Tulungagung.

---

<sup>19</sup> Ewa Ilyasa Zulkifli, *Pengaruh Pengetahuan Santri*..... hal. 107-108.

<sup>20</sup> Taufiqurahman, *Pengaruh Pengetahuan Santri*..... hal. 88-91.