BAB V

PEMBAHASAN

Setelah peneliti melakukan penelitian secara langsung dengan melakukan penyebaran kuesioner yang ditujukan kepada anggota penabung di Koperasi Syariah Podojoyo Sejahtera Srengat Blitar. Kemudian peneliti mengolah data dari hasil jawaban responden atas kuesioner yang peneliti sebarkan, yang pengolahan data tersebut dibantu oleh aplikasi SPSS 16.0 for windows. Hasil pengujian koefisien dari analisis regresi linier berganda secara parsial dan simultan menunjukkan bahwa promosi, pengetahuan, dan persepsi berpengaruh terhadap minat anggota menabung di Koperasi Syariah Podojoyo Sejahtera Srengat Blitar. Maka tujuan yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah untuk menjelaskan mengenai uji t (parsial) dan uji f (simultan).

A. Pengaruh Promosi Terhadap Minat Anggota Menabung di Koperasi Syariah Podojoyo Sejahtera Srengat Blitar

Promosi yang menarik dan bagus akan berpengaruh penting bagi keberlangsungan koperasi syariah. sengaja membuat promosi yang menarik untuk memasarkan produk-produk yang dimiliki koperasi. Dengan ini dapat memudahkan koperasi untuk lebih dekat dengan anggota dan dapat mengeluarkan produk baru koperasi syariah. Serta menambah anggota koperasi. Itulah mengapa perlu adanya promosi di anggota baru maupun anggota lama.

Berdasarkan analisis dan pengujian yang dilakukan, peneliti memperoleh hasil yang menunjukkan bahwa sebelumnya telah dilakukan uji validitas dan reabilitas pada tabel kolom *Corrected Item Correlation* dan *Croncach Alpha* variabel promosi teruji secara valid dan reliabel.

Pada uji normalitas dalam tabel *One - Sample Kolmogorove Smirnov Test* nilai nya tersebut lebih besar dari nilai taraf signifikansi maka variabel promosi berdistribusi normal. Sedangkan pada uji multikolonieritas diketahui hasil *Variance Inflation Faktor (VIF)* lebih kecil dari sepuluh maka variabel promosi terbebas dari asumsi klasik multikolonieritas. Ada gambar uji heterokedasitas menunjukkan titik-titik secara menyebar, maka variabel promosi tidak terjadi heterokedasitas atau asumsi heteroskedasitas terpenuhi pada model regresi ini.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat anggota menabung, ditunjukkan dengan nilai t-hitung > t-tabel.

Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh henry simamora promosi merupakan fungsi pemberitahuan, pembujukan dan pengimbasan keputusan pembelian konsumen. Dalam promosi terjadi proses penyajian pesan yang ditujukan untuk membantu menjual barang atau jasa.[102]

Penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yaitu yang dilakukan oleh Khoirul Jaswadi. Melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Keyakinan, Promosi, dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat

[102] Henry Simamora, *Manajemen Pemasaran Internasional Jilid II, ed. 2*, …., hal. 613

Muslim Menabung di BPRS Gala Mitra Abadi Grobogan".[103] Dalam penelitian tersebut variabel promosi memliki pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat muslim menabung. Selain itu di dukung oleh Khanif Rahmanto, melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Tingkat Religiusitas, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Desa Sraten Kab. Semarang Untuk Menabung di Bank Syariah". Dalam penelitian tersebut variabel promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menabung. [104]

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa jika promosi tentang koperasi syariah naik maka akan meningkatkan minat anggota menabung di koperasi syariah, dan sebaliknya, jika promosi terhadap koperasi syariah menurun maka akan menurunkan minat anggota untuk menabung di koperasi syariah.

B. Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Anggota Menabung di Koperasi Syariah Podojoyo Sejahtera Srengat Blitar

Pengetahuan yang luas pada anggota akan memberikan keuntungan bagi koperasi syariah, karena dengan pengetahuan anggota akan bisa lebih baik memilih koperasi syariah daripada koperasi konvensional. Dan koperasi syariah dapat memberikan keuntungan yang sama dengan anggota. Dengan

---

[103] Khoirul Jaswadi, *Pengaruh Keyakinan, Promosi, dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Muslim Menabung di BPRS Gala Mitra Abadi Grobogan*, (Semarang: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2018).

[104] Khanif Rahmanto, *Pengaruh Tingkat Religiusitas, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Desa Sraten Kab. Semarang Untuk Menabung di Bank Syariah*, (Salatiga: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2016).

adanya pengetahuan akan menambah daya tarik koperasi syariah di mata anggotanya. Dengan ini dapat memudahkan koperasi untuk lebih dekat dengan anggotakarena pengetahuan yang dimiliki anggota. Serta menambah anggota koperasi. Itulah mengapa perlu adanyapengetahuan yang luas terhadap anggota.

Berdasarkan analisis dan pengujian yang dilakukan, peneliti memperoleh hasil yang menunjukkan bahwa sebelumnya telah dilakukan uji validitas dan reabilitas pada tabel kolom *Corrected Item Correlation* dan *Croncach Alpha* variabel pengetahuan teruji secara valid dan reliabel.

Pada uji normalitas dalam tabel *One - Sample Kolmogorove Smirnov Test* nilainya lebih besar dari nilai taraf signifikansi maka variabel pengetahuan berdistribusi normal. Sedangkan pada uji multikolonieritas diketahui hasil *Variance Inflation Faktor (VIF)* lebih kecil dari sepuluh maka pengetahuan terbebas dari asumsi klasik multikolonieritas. Ada gambar uji heterokedasitas menunjukkan titik-titik secara menyebar, maka variabel pengetahuan tidak terjadi heterokedasitas atau asumsi heteroskedasitas terpenuhi pada model regresi ini.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat anggota menabung, ditunjukkan dengan nilai t-hitung > t-tabel.

Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh ujang sumarwan bahwa pengetahuan adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa, serta pengetahuan lainnya yang

terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen.[105]

Penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yaitu yang dilakukan oleh Amalia Fuadah. Melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan, dan Persepsi Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Umum Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung)"[106]. Dalam penelitian tersebut variabel pengetahuan memliki pengaruh yang signifikan terhadapminat menabung mahasiswa.

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa jika pengetahuan tentang koperasi syariah naik maka akan meningkatkan minat anggota menabung di koperasi syariah, dan sebaliknya, jika pengetahuan terhadap koperasi syariah menurun maka akan menurunkan minat anggota menabung di koperasi syariah.

C. Pengaruh Persepsi Terhadap Minat Anggota Menabung di Koperasi Syariah Podojoyo Sejahtera Srengat Blitar

Perbankan saat ini didominasi oleh perbankan konvensional yang menggunakan bunga sebagai tambahan dari harta pokok yang dipinjamkan. Hal ini tentunya tidak sesuai dengan apa yang dianjurkan dalam Islam. Sedangkan perkembangan perbankan syariah saat ini kurang begitu baik

---

[105] Ujang Sumawarman, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, …., hal. 120

[106] Amalia Fuadah, *Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan, dan Persepsi Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Umum Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung).* (Tulungagung: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2018).

karena kurangnya pengetahuan masyarakat dan persepsi masyarakat yang masih beranggapan bahwa pada dasarnya bank syariah tidak jauh berbeda dengan bank konvensional. Sehingga persepsi dari seseorang juga menentukan dalam hal pengambilan keputusan.

Berdasarkan analisis dan pengujian yang dilakukan, peneliti memperoleh hasil yang menunjukkan bahwa sebelumnya telah dilakukan uji validitas dan reabilitas pada tabel kolom *Corrected Item Correlation* dan *Croncach Alpha* variabel persepsi teruji secara valid dan reliabel.

Pada uji normalitas dalam tabel *One - Sample Kolmogorove Smirnov Test* nilainya lebih besar dari nilai taraf signifikansi maka variabel persepsi berdistribusi normal. Sedangkan pada uji multikolonieritas diketahui hasil *Variance Inflation Faktor (VIF)* lebih kecil dari sepuluh maka variabel persepsi terbebas dari asumsi klasik multikolonieritas. Ada gambar uji heterokedasitas menunjukkan titik-titik secara menyebar, maka variabel persepsi tidak terjadi heterokedasitas atau asumsi heteroskedasitas terpenuhi pada model regresi ini.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat anggota menabung, ditunjukkan dengan nilai t-hitung > t-tabel.

Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Nugroho J. Setiadi bahwa persepsi adalah suatu proses yang timbul akibat adanya sensasi,

dimana pengertian sensasi adalah aktivitas merasakan atau penyebab keadaan emosi yang menggembirakan.[107]

Penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yaitu yang dilakukan oleh Tarwiyatun Niza. Melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Persepsi, Citra Merek, dan Periklanan Terhadap Minat Nasabah Menabung di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ngunut Tulungagung". Dalam penelitian tersebut variabel persepsi memliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung nasabah, yang dilihat dari hasil regresi berganda menunjukkan koefisien persepsi bernilai positif dengan nilai t hitung > t tabel.[108] Selain itu di dukung oleh penelitian sebelumnya yaitu yang dilakukan oleh Ayu Andriani. Melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Persepsi dan Religiusitas Santri Terhadap Minat Menabung di Perbankan Syariah (Studi Kasus di Pondok Al-Falah Mojo Kediri). Dalam penelitian tersebut variabel persepsi memliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung di perbankan syariah.[109]

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa jika semakin baik persepsi anggota terhadap lembaga tersebut maka semakin besar minat menjadi anggota produk tabungan di Koperasi Syariah Podojoyo Sejahtera Srengat Blitar.

---

[107] Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, …., hal. 159-160

[108] Tarwiyatun Niza, *Pengaruh Persepsi, Citra Merek, dan Periklanan Terhadap Minat Nasabah Menabung di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ngunut Tulungagung*, (Tulungagung: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2016).

[109] Ayu Andriani, *Pengaruh Persepsi Dan Religiusitas Santri Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah (Studi Kasus Di Pondok Pesantren AL-Falah Mojo Kediri*, (Tulungagung: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2015).

D. Pengaruh Promosi, Pengetahuan, dan Persepsi Terhadap Minat Anggota Menabung di Koperasi Syariah Podojoyo Sejahtera Srengat Blitar

Berdasarkan analisis dan pengujian yang dilakukan, peneliti memperoleh hasil yang menunjukkan bahwa dari variabel-variabel independen yang terdiri dari promosi, pengetahuan, dan persepsi terhadap minat anggota menabung di Koperasi Syariah Podojoyo Sejahtera Srengat Blitar diperoleh nilai R *Square* atau koefisien determinasi sebesar nol koma seratus enam puluh tiga dan nilai *Adjusted R Square* sebesar nol koma seratus tiga puluh tiga atau tiga belas koma tiga persen. Berarti variabel-variabel independen yaitu promosi, pengetahuan, dan persepsi, mampu menjelaskan variabel dependen yaitu minat anggota menabung sebesar tiga belas koma tiga persen. Sedangkan sisanya delapan puluh enam koma tujuh persen ditentukan atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kemudian analisis dan pengujian yang dilakukan pada hasil serentak menunjukkan bahwa variabel promosi, pengetahuan, dan persepsi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel minat anggota menabung. Hasil uji statistik menunjukkan bahwa variabel independen (promosi, pengetahuan, dan persepsi) secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat anggota menabung di Koperasi Syariah Podojoyo Sejahtera Srengat Blitar. Data responden pun mendukung bahwa dengan promosi yang masuk dalam kategori baik,

pengetahuan yang baik serta persepsi yang telah baik membuat minat menjadi anggota menabung dalam kategori baik pula.