

BAB V

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Setelah peneliti melakukan penelitian secara langsung dengan melakukan penyebaran angket yang ditujukan kepada seluruh nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri yang menjadi sampel penelitian. Peneliti mengelola data hasil dari jawaban responden atas angket yang disebarkan kepada nasabah, pengelolaan tersebut dibantu dengan program SPSS 16.0.

A. Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Minat Melakukan Pembiayaan Musyarakah di Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri

Berdasarkan hasil penelitian diketahui nilai signifikansi pada variabel citra perusahaan (X1) adalah sebesar 0,004 nilai tersebut di bawah *alpha* (0,05) maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Sedangkan nilai t_{hitung} variabel X1 sebesar 2,969 dan nilai t_{tabel} 1,992. Maka $t_{hitung} (2,969) \geq t_{tabel} (1,992)$ maka H_0 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melakukan pembiayaan musyarakah. Diketahui dari hasil koefisien regresi berganda diperoleh nilai *beta* bernilai positif yang artinya pengaruhnya searah. Hal ini menandakan pada setiap peningkatan citra perusahaan maka minat untuk melakukan pembiayaan musyarakah juga meningkat begitupun sebaliknya.

Menurut Setyowati, citra diartikan sebagai kesan seorang individu tentang suatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya. Citra (*image*) merupakan gambaran yang ada dalam bentuk publik tentang perusahaan. Citra adalah persepsi publik tentang perusahaan menyangkut pelayanannya, kualitas produknya, budaya perusahaan atau perilaku individu-

individu dalam perusahaan dan lainnya.⁷⁰ Berdasarkan hasil penelitian dapat diinterpretasikan bahwa Citra Perusahaan yang terdiri dari beberapa indikator yaitu *personality*, *reputation*, *value*, dan *corporate identity* menyatakan adanya pengaruh terhadap minat melakukan pembiayaan musyarakah. Hal ini menandakan bahwa menurunnya pelayanan, kualitas produknya, budaya perusahaan atau perilaku individu-individu dalam perusahaan dan lainnya yang membentuk citra perusahaan maka nasabah yang bergabung menjadi anggota bank syariah juga akan menurun begitupun sebaliknya, jika kegiatan pelayanan, kualitas produknya, budaya perusahaan atau perilaku individu-individu dalam perusahaan dan lainnya dalam membentuk citra mengalami peningkatan maka calon nasabah yang akan bergabung menjadi anggota bank syariah akan meningkat. Citra perusahaan atau nama baik dalam sebuah perusahaan atau lembaga keuangan khususnya di Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri sangat penting dalam meningkatkan jumlah nasabah. Dengan demikian, citra perusahaan berpengaruh sangat besar pada aspek-aspek fundamental dari minat dan keputusan menjadi nasabah pada suatu lembaga keuangan.

Hasil penelitian sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Arif Nurwanto hasil penelitian menunjukkan Citra lembaga berpengaruh secara positif terhadap motivasi menabung.⁷¹ Hal ini karena citra lembaga dipengaruhi oleh banyak faktor di luar kontrol perusahaan. Citra lembaga adalah persepsi yang berkembang dalam benak publik mengenai realita (yang

⁷⁰ Setyowati, 2015, "Pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap minat pengajuan pembiayaan ulang nasabah (studi kasus Bank Syariah Mandiri Cabang Bogor)"

⁷¹ Arif Nurwanto, *Pengaruh Citra Lembaga dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank BPD DIY Syariah*, dalam skripsi tidak diterbitkan, (Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2015), hal. 108

terlihat) dari perusahaan itu. Jadi citra lembaga adalah kesan atau persepsi seseorang mengenai realita dari perusahaan yang muncul dari pengetahuan dan pengalaman. Elemen citra perusahaan dipengaruhi oleh identitas, reputasi, pelayanan dan juga lingkungan fisik.

Dalam penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa ketika citra perusahaan memiliki kesan yang baik dan positif dalam benak nasabah maka pengaruhnya citra tersebut akan selalu baik. Penempatan citra dibenak nasabah harus dilakukan secara terus-menerus agar citra yang tercipta tetap kuat dan dapat diterima secara positif. Sehingga ketika nasabah merasa puas dengan produk tersebut maka akan tercipta loyalitas nasabah terhadap Bank Syariah.

B. Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Melakukan Pembiayaan Musyarakah di Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan nilai signifikansi pada variabel religiusitas adalah sebesar 0,033 nilai tersebut dibawah α (0,05) maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Sedangkan nilai t_{hitung} variabel X2 sebesar 2,167 dan nilai t_{tabel} 1,992. Maka $t_{hitung} (2,167) \geq t_{tabel}(1,992)$ maka H_0 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat melakukan pembiayaan musyarakah.

Menurut Nurcholis Majid, agama bukanlah sekedar tindakan-tindakan ritual seperti shalat dan membaca do'a. Agama lebih dari itu, yaitu keseluruhan tingkah laku manusia yang terpuji, yang dilakukan demi

memperoleh ridla atau perkenan Allah.⁷² Religiusitas diartikan sebagai seberapa jauh pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan, seberapa pelaksanaan ibadah dan kaidah dan seberapa dalam penghayatan atas agama yang dianutnya. Bagi seorang Muslim, religiusitas dapat diketahui dari seberapa jauh pengetahuan, keyakinan, pelaksanaan dan penghayatan atas agama Islam.⁷³

Hasil penelitian sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Yoiz Shofwa bahwa adanya sikap religiusitas ternyata berpengaruh terhadap keputusan nasabah.⁷⁴

Dalam penelitian diatas disimpulkan bahwa religiusitas berperan penting dalam penjualan suatu produk, dimana calon nasabah mengumpulkan informasi untuk dapat memutuskan mana produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka. Karyawan akan melakukan promosi baik langsung maupun dengan media promosi agar dapat mempengaruhi pola pikir masyarakat agar lebih paham perbedaan bank syariah dengan bank konvensional sehingga minat nasabah dalam memilih produk pembiayaan di bank syariah meningkat.

C. Pengaruh Citra Perusahaan dan Religiusitas Terhadap Minat Melakukan Pembiayaan Musyarakah

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 21,285 dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan demikian nilai $Sig.< Alpha$ sebesar

⁷² Sahlan, Asmaun, *Religiusitas Perguruan Tinggi: Potret Tradisi Keagamaan Di Perguruan Tinggi Islam*, (Malang: UIN Maliki Press,2011), hal. 24

⁷³ Fuad Nashori dan Rachmy Diana Mucharam, *Mengembangkan kreativitas dalamperspektif psikologi islam*, (yogyakarta: menara kudus,2002), hal.70-71

⁷⁴ Yoiz Shafwa, 2016, "Pengaruh Kualitas Produk dan Religiusitas Terhadap Keputusan nasabah Produk Simpanan Pada BSM Cabang Purwokerto"

$0,000 < 0,05$, berarti menolak H_0 dan menerima H_a . Diketahui nilai F_{tabel} sebesar 3,12. Sehingga disimpulkan bahwa $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ ($21,285 > 3,12$) yang berarti menolak H_0 dan menerima H_a . Maka terdapat pengaruh secara simultan berpengaruh signifikan antara citra perusahaan (X1) dan religiusitas (X2) terhadap minat melakukan pembiayaan musyarakah (Y).

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.⁷⁵ 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 penyesuaian diri dengan lingkungan agar dapat diterima dan diakui oleh lingkungannya. Faktor emosional atau perasaan artinya 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.⁷⁶

⁷⁵ Alex Sobur, Psikologi Umum, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013) hal 246.

⁷⁶ Fahmi Gunawan, Heksa Biopsi Puji Hastuti, Senarai Penelitian Pendidikan, Hukum, dan Ekonomu di Sulawesi Tenggara, (Yogyakarta: Deepublish, 2018) hal 5-6.

Dari penelitian dan teori di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pada Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri, citra perusahaan dan religiusitas sudah dilakukan sesuai dengan harapan nasabahnya. Bagi seorang nasabah, mereka akan berminat mengenai produk dari banyak sumber informasi baik dari kesan yang ditimbulkan oleh pengguna lain maupun penjelasan yang didapat dari karyawan. Maka dari itu Semakin baik citra perusahaan dan religiusitas maka akan meningkatkan minat untuk melakukan pembiayaan musyarakah pada Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri.