

BAB V

PEMBAHASAN

A. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri.

Pada dasarnya bagi suatu perusahaan dalam hal ini bank, kegiatan promosi merupakan kegiatan yang sangat penting dan harus dilakukan untuk menunjang keberhasilan bank tersebut dan sebagai sarana untuk meningkatkan penjualan.⁹⁵ Kegiatan promosi juga merupakan sarana paling ampuh memberikan pengaruh terhadap seseorang untuk menggunakan layanan bank syariah dan sarana untuk mempertahankan nasabah. Berdasarkan analisis dan pengujian model regresi yang telah dilakukan penulis dengan bantuan aplikasi *SPSS 17.0*, hasil penelitian yang dilakukan di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri menunjukkan bahwa variabel independen penelitian promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan seseorang menjadi nasabah di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri.

Hal ini dapat dilihat dan dibuktikan berdasarkan hasil *output SPSS 17.0* pada bagian tabel *Coefficient* diperoleh nilai signifikansi (Sig.) kurang dari nilai alpha (α) yaitu sebesar $0,000 < 0,1$ dan nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} yaitu sebesar $15,674 > 1,661$ yang artinya menunjukkan menolak H_0 dan menerima H_1 . Dengan demikian dari hasil ini dapat disimpulkan

⁹⁵ Irham Fahmi, *Perilaku Konsumen*,,,,,,Hal.90

bahwa variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan seseorang untuk menjadi nasabah di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri. Selain itu dapat dilihat juga dari nilai koefisien regresi di peroleh nilai B yang positif, artinya memiliki pengaruh yang searah. Sehingga setiap penambahan nilai koefisien variabel promosi maka keputusan untuk menjadi nasabah di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri juga akan meningkat pula, begitupun sebaliknya jika nilai koefisien variabel promosi mengalami penurunan maka keputusan menjadi nasabah di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri juga akan menurun.

Penelitian ini sejalan dengan teori menurut J Paul Peter dan Jerry C Olson yang menyatakan promosi berguna untuk menyampaikan informasi mengenai produknya dan membujuk konsumen agar mau membelinya.⁹⁶ Menurut Philip Kotler ada beberapa tipe promosi yaitu periklanan, promosi penjualan, publisitas, penjualan personal dan hubungan masyarakat.⁹⁷ Selama ini Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri sudah memberikan informasi yang cukup bagi nasabah dari berbagai kalangan, melalui kegiatan seperti penyebaran brosur (periklanan), kuis atau undian (promosi penjualan), sponsor di beberapa acara (publisitas), dan lainnya. Semua itu mengakibatkan banyak masyarakat yang awalnya tidak mengetahui akhirnya menjadi mengetahui Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri mulai dari produk apa saja yang ada di bank tersebut, cara bertransaksinya, dan lainnya. Sehingga ketika mereka membutuhkan jasa perbankan mereka dapat memutuskan

⁹⁶ J.Paul Peter & Jerry C.Olson,*Perilaku Konsumen dan.....*,Hal.205

⁹⁷ Philip Kotler & Kevin Lane Keller,*Manajemen Pemasaran Edisi ke 13.....*,Hal.229.

untuk menggunakan produk Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri dan menjadi nasabah disana, karena produk yang dimiliki dianggap sesuai dengan kebutuhan dari masyarakat itu sendiri.

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Siregar (2018) yang dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah tabungan marhamah pada PT.Bank SUMUT.⁹⁸ Dan sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Venny, Padang, dan Ayu (2019) dengan hasil penelitian yang menunjukkan variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung pada PT. Bank Mestika Dharma Tbk KCP Cirebon Medan.⁹⁹

B. Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri.

Berdasarkan analisis dan pengujian model regresi yang telah dilakukan penulis dengan bantuan aplikasi *SPSS 17.0*, hasil penelitian yang dilakukan di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri menunjukkan bahwa variabel independen penelitian pengetahuan produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan seseorang menjadi nasabah di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri.

Hal ini dapat dilihat dan dibuktikan berdasarkan hasil *output SPSS 17.0* pada bagian tabel *Coefficient* diperoleh nilai signifikasi (Sig.) kurang dari nilai alpha (α) yaitu sebesar $0,000 < 0,1$ dan nilai t_{hitung} lebih besar dari

⁹⁸ Budi Gautama Siregar, *Pengaruh Produk dan Promosi.....*,Hal.17.

⁹⁹ Venny,Saputra Padang, dan Veronica Ayu, *Pengaruh Promosi.....*,Hal.224.

nilai t_{tabel} yaitu sebesar $14,591 > 1,661$ yang artinya menunjukkan menolak H_0 dan menerima H_1 . Dengan demikian dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan seseorang untuk menjadi nasabah di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri. Selain itu dapat dilihat juga dari nilai koefisien regresi diperoleh nilai B yang positif, artinya memiliki pengaruh yang searah. Jadi setiap penambahan nilai koefisien variabel pengetahuan produk maka keputusan untuk menjadi nasabah di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri juga akan meningkat pula, begitupun sebaliknya jika nilai koefisien variabel pengetahuan produk mengalami penurunan maka keputusan menjadi nasabah di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri juga akan menurun.

Hasil penelitian diatas mengindikasikan bahwa pengetahuan sangat penting dalam kehidupan manusia. Menurut Mowen dan Minor pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki oleh 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.¹⁰⁰ Jadi semakin luas pengetahuan yang dimiliki oleh seseorang, maka semakin luas pula pemikiran seseorang akan suatu hal tersebut. Hal ini terjadi pada nasabah di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri mereka memutuskan menjadi nasabah karena pengetahuannya yang luas tentang produk yang dimiliki oleh Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri. Sehingga ketika mereka membutuhkan suatu produk dan sudah

¹⁰⁰ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya.....)*, Hal.119-120.

mempunyai bekal pengetahuan yang baik tentang produk tersebut, maka secara cepat dan tanpa mempertimbangkan lebih lama lagi mereka akan memutuskan untuk bergabung menjadi nasabah dan memilih produk tersebut, karena dianggap sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh nasabah saat itu.

Penelitian ini sesuai dengan teori menurut Sumarwan yang menyatakan bahwa semakin banyak pengetahuan dan informasi produk yang dimiliki oleh seorang konsumen maka konsumen dapat memutuskan lebih baik, cepat serta lebih efisien dan tepat dalam mengolah informasi yang diperoleh.¹⁰¹ Hal ini terjadi karena dengan banyaknya pengetahuan yang dimiliki seseorang, maka orang tersebut ketika memutuskan untuk menggunakan produk tersebut tidak memerlukan waktu yang lama untuk mempertimbangkan apa yang akan diperoleh nanti ketika menggunakan produk tersebut, karena orang tersebut sudah mengerti manfaat dan resiko apa yang akan diperolehnya kelak.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Firmansyah (2019) yang dimana hasil penelitiannya menunjukkan variabel pengetahuan nasabah dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah perbankan syariah.¹⁰² Dan juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurlaeli (2017) dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa variabel pengetahuan tentang

¹⁰¹ Ayun Sekar dan Indah Mustika Wati ,*Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank dan Persepsi Nasabah Mengenai Suku Bunga Simpanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah*, (Jurnal Nominal, Volume VII, Nomor 2, Tahun 2018).

¹⁰²Arief Firdy Firmansyah ,*Pengaruh Pengetahuan.....*,Hal.20.

produk secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah memilih BPRS di Banyumas¹⁰³.

C. Pengaruh Motivasi Menjauhi Riba Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri.

Motivasi adalah suatu kondisi atau keinginan yang berasal dari dalam diri manusia yang dapat mendorong dan menjadi sebab seorang manusia melakukan perbuatan (tindakan) yang dikehendaki dan semua hal tersebut berlangsung secara sadar.¹⁰⁴ Sedangkan motivasi menjauhi riba adalah sebuah keinginan atau ambisi dari dalam diri seseorang yang pada akhirnya memberikan dorongan kepada seseorang tersebut untuk menjauhi bunga bank dan bahaya dari riba yang semua itu telah diharamkan oleh Allah SWT. Salah satu ayat Al-Quran yang melarang riba adalah Surah Ali Imran Ayat 130:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُضَاعَفَةً ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya :

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan.” (Ali Imran :130)¹⁰⁵

Disini dapat diketahui bahwa dalam berkegiatan transaksi di perbankan syariah, motivasi menjauhi riba merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan seseorang menjadi nasabah di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri . Hal ini terbukti dengan hasil analisis dan pengujian

¹⁰³ Ida Nurlaeli ,*Pengaruh Faktor Budaya, Psikologi.....*,Hal.99-100.

¹⁰⁴Fakhrian Harza Maulana, Djamhur Hamid, dan Yuniadi Mayoan, “*Pengaruh Motivasi Intrinsik, Motivasi Ekstrinsik, dan Komitmen Organisasi terhadap Kinerja Karyawan pada Bank BTN Kantor Cabang Malang*”, Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 22, No. 1, (Mei, 2015), Hal.3.

¹⁰⁵ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan*Hal.97.

model regresi yang telah dilakukan penulis dengan bantuan aplikasi *SPSS 17.0*, hasil penelitian yang dilakukan di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri menunjukkan bahwa variabel independen penelitian motivasi menjauhi riba memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan seseorang menjadi nasabah di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri.

Hal ini dapat dilihat dan dibuktikan berdasarkan hasil *output SPSS 17.0* pada bagian tabel *Coefficient* diperoleh nilai signifikansi (Sig.) kurang dari nilai alpha (α) yaitu sebesar $0,000 < 0,1$ dan nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} yaitu sebesar $11,254 > 1,661$ yang artinya menunjukkan menolak H_0 dan menerima H_1 . Dengan demikian dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa variabel motivasi menjauhi riba berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan seseorang untuk menjadi nasabah di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri. Selain itu dapat dilihat juga dari nilai koefisien regresi diperoleh nilai B yang positif, artinya memiliki pengaruh yang searah. Jadi setiap penambahan nilai koefisien variabel motivasi menjauhi riba maka keputusan untuk menjadi nasabah di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri juga akan meningkat pula, begitupun sebaliknya jika nilai koefisien variabel motivasi menjauhi riba mengalami penurunan maka keputusan menjadi nasabah di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri juga akan menurun.

Penelitian ini sesuai dengan teori motivasi menurut Ujang Sumarwan bahwa motivasi muncul karena adanya kebutuhan yang dirasakan oleh konsumen. Kebutuhan sendiri muncul karena konsumen merasakan

ketidaknyamanan antara yang seharusnya dirasakan dan yang sesungguhnya dirasakan. Kebutuhan yang dirasakan tersebut mendorong seseorang untuk melakukan tindakan memenuhi kebutuhan tersebut.¹⁰⁶ Jadi motivasi menjauhi riba akan muncul karena kebutuhan yang dirasakan oleh nasabah, nasabah yang merasa ingin menjauhi riba karena sudah mengetahui bahaya riba baik yang bersumber dari Al-Quran/Hadist, takut akan bahaya riba dan ingin membersihkan hartanya maka secara tidak langsung rasa tersebut akan mendorong nasabah tersebut untuk memenuhi kebutuhannya. Caranya dengan melakukan transaksi keuangan yang bebas riba dengan jalan menjadi nasabah dan menggunakan layanan yang ada di bank syariah.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kholila (2018) yang dimana hasil penelitiannya menunjukkan variabel motivasi menjauhi riba berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Muamalat KC Surabaya-Mas Mansyur.¹⁰⁷ Dan juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Utami,dkk (2015) dengan hasil penelitian yang menunjukkan variabel motivasi berpengaruh positif terhadap keputusan menabung di Bank Syariah.¹⁰⁸

D. Pengaruh Promosi, Pengetahuan Produk dan Motivasi Menjauhi Riba Secara Simultan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri.

Definisi dari pengaruh simultan sendiri adalah pengaruh dari seluruh variabel independen (bebas) penelitian yang secara bersama-sama atau

¹⁰⁶ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya.....)*, Hal.34.

¹⁰⁷ Siti Kholila, *Pengaruh Motivasi Menghindari Riba.....*, Hal.97.

¹⁰⁸ Wahyu Utami,dkk, *Analisis Pengaruh Religiusitas.....*, Hal.86.

simultan mempengaruhi variabel dependennya (terikat). Berdasarkan analisis dan pengujian model regresi yang telah dilakukan penulis dengan bantuan aplikasi *SPSS 17.0*, hasil penelitian yang dilakukan di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri menunjukkan bahwa variabel independen promosi, pengetahuan produk dan motivasi menjauhi riba secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan seseorang menjadi nasabah di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri.

Hal ini dapat dilihat dan dibuktikan berdasarkan hasil *output SPSS 17.0* pada bagian tabel *Coefficient* diperoleh nilai signifikansi (Sig.) kurang dari nilai alpha (α) yaitu sebesar $0,000 < 0,1$ dan nilai F_{hitung} lebih besar dari nilai F_{tabel} yaitu sebesar $209,794 > 2,14$ yang artinya menunjukkan menolak H_0 dan menerima H_1 . Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel promosi, pengetahuan produk dan motivasi menjauhi riba secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan seseorang untuk menjadi nasabah di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri.

Sedangkan dalam hasil *output SPSS 17.0* pada bagian tabel *model summary* dapat dilihat bahwa hasil penelitian koefisien determinasi R-Square (R^2) menunjukkan bahwa ketiga variabel bebas yaitu promosi, pengetahuan produk dan motivasi menjauhi riba berpengaruh terhadap variabel terikatnya yaitu keputusan menjadi nasabah di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri sebesar 0,868 atau 86,8%. Sedangkan sisanya sebesar 13,2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

Hasil penelitian diatas menunjukkan bahwa ketiga variabel bebas yaitu promosi, pengetahuan produk dan motivasi menjauhi riba mempunyai pengaruh yang relatif tinggi terhadap variabel terikatnya yaitu keputusan menjadi nasabah di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri. Penelitian ini sejalan dengan teori menurut Sudaryono keputusan nasabah adalah suatu keputusan yang timbul dari sebuah kebutuhan yang berusaha untuk dipenuhi. Pemenuhan kebutuhan disini berkaitan dengan beberapa alternatif yang tersedia sehingga diperlukan sebuah evaluasi untuk memperoleh alternatif terbaik.¹⁰⁹ Pada dasarnya pada proses pengambilan keputusan nasabah dipengaruhi oleh perilaku konsumen, menurut Mc Daniel, Lamb dan Hair perilaku konsumen adalah proses yang dilakukan oleh seorang konsumen dalam membuat sebuah keputusan untuk pembelian, menggunakan dan mengkonsumsi barang-barang dan jasa yang sudah dibeli, juga termasuk faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan dalam pembelian dan penggunaan produk atau jasa tersebut.¹¹⁰

Berdasarkan teori-teori diatas dapat dianalisis bahwa seorang konsumen dalam memutuskan menjadi nasabah dan menggunakan layanan di suatu lembaga keuangan dalam hal ini Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri pastinya melalui beberapa proses atau tahapan antara lain pengenalan masalah (kebutuhan), pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.¹¹¹ Dalam tahapan-tahapan pengambilan

¹⁰⁹ Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori.....*, Hal.102.

¹¹⁰ Indrawati.dkk, *Perilaku Konsumen Individu dalam Mengadopsi Layanan Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi*, (Bandung:PT. Refika Aditama,2017), Hal.2.

¹¹¹ Tatik Suryani, *Manajemen Pemasaran Strategik.....*, Hal.93-94.

keputusan ini pastinya juga dipengaruhi oleh faktor-faktor baik yang berasal dari internal maupun faktor eksternal. Faktor tersebut digunakan sebagai bahan pertimbangan seorang konsumen dalam memutuskan menggunakan suatu produk barang atau jasa. Faktor tersebut bisa seperti promosi, harga, pengetahuan produk, kualitas produk, budaya (faktor eksternal) dan motivasi menjauhi riba, persepsi, kepribadian (faktor internal) yang semuanya secara tidak langsung dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam pencarian informasi tentang suatu produk, melakukan evaluasi alternatif dengan cara membandingkan antar perusahaan dan sebagai bahan pertimbangan sebelum memutuskan untuk menggunakan suatu produk dan memutuskan menjadi nasabah di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh aMurbarani (2019) yang dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa keempat variabel bebas penelitiannya secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah untuk menabung (studi pada Bank BRI Syariah Kantor Cabang Semarang).¹¹² Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mudzalifa (2017) yang dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel promosi, kualitas pelayanan dan motivasi berpengaruh simultan terhadap keputusan memilih produk tabungan emas dipegadaian syariah.¹¹³

¹¹²Diva Murbarani, *Pengaruh Pengetahuan, Motivasi.....*, Hal.62.

¹¹³Difa Ikrima Mudzalifa, *Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan.....*, Hal.79

