

BAB V

PEMBAHASAN

A. Religiusitas Berpengaruh Signifikan terhadap Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah pada Mahasiswa di IAIN Tulungagung dan STKIP PGRI Tulungagung

Berdasarkan hasil uji hipotesis yaitu uji t ditentukan bahwa variabel religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah pada mahasiswa di IAIN Tulungagung dan STKIP PGRI Tulungagung. Dengan demikian hipotesis yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif signifikan antara religiusitas terhadap minat mahasiswa menabung di perbankan syariah (H_a) diterima. Hasil uji t yang menyatakan tingkat religiusitas di mahasiswa IAIN Tulungagung juga menunjukkan angka yang lebih tinggi daripada mahasiswa STKIP PGRI. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat religiusitas dipengaruhi oleh lingkungan perguruan tinggi berbasis agama karena mahasiswa IAIN Tulungagung lebih familiar dengan bank syariah.

Hal ini dapat diartikan bahwa religiusitas merupakan hal yang penting dalam minat menabung mahasiswa di bank syariah, berarti semakin tinggi tingkat religiusitas mahasiswa maka semakin tinggi pula minat menabung mahasiswa di bank syariah, dan begitupun sebaliknya.

Teori yang dikemukakan Driyarkara yang menyatakan bahwa, religiusitas adalah suatu kewajiban-kewajiban atau aturan-aturan yang harus dilaksanakan, yang kesemuanya itu berfungsi untuk mengikat dan mengutuhkannya diri seseorang atau sekelompok orang dalam hubungannya dengan Tuhan atau sesama manusia, serta alam sekitar.¹ Religiusitas merujuk pada aspek agama yang telah dihayati oleh seseorang dalam hati. Maksudnya, ketika individu telah memahami, menghayati dan mengaplikasikan nilai-nilai luhur agama yang dianutnya, maka ajaran agama akan berpengaruh dalam segala tindakan dan pandangan hidupnya. Karena itu, ia berusaha menjadi penganut yang baik.

Religiusitas mengandung nilai-nilai yang diwajibkan untuk seseorang memercayai dan mengikuti aturan yang berlaku. Hal ini dapat diwujudkan dengan memilih segala kegiatan baik kegiatan dalam segi kegiatan ekonomi seperti memilih jasa keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah. Dimensi religiusitas menurut Glock & Stark yang dikutip di buku Djamiludin Ancok mengatakan bahwa terdapat lima dimensi dalam religiusitas, yaitu: Dimensi keyakinan atau ideologis, Dimensi praktik agama atau ritualistik, Dimensi pengalaman atau eksperimental, Dimensi pengetahuan agama atau intelektual, Dimensi konseptual.²

¹Driyarka, *Percikan Filsafat*, (Jakarta: PT. Pembangunan, 1987), hal.29

²Djamiludin Ancok dan Fuat Nasori Suroso, *Psikologi Islami: Solusi Islam atas Problem-Problem Psikologi*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), hal.77-78

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Muhammad Abdallah³ dan Fajar Mujaddid⁴ yang menyatakan bahwa faktor religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung mahasiswa di perbankan syariah.

B. Pendapatan Berpengaruh Signifikan terhadap Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah pada Mahasiswa di IAIN Tulungagung dan STKIP PGRI Tulungagung

Berdasarkan hasil uji hipotesis yaitu uji t ditentukan bahwa variabel pendapatan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah pada mahasiswa di IAIN Tulungagung dan STKIP PGRI Tulungagung. Dengan demikian hipotesis yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif signifikan antara pendapatan terhadap minat mahasiswa menabung di perbankan syariah (H_a) diterima. Hasil uji t yang menyatakan tingkat pendapatan di mahasiswa IAIN Tulungagung juga menunjukkan angka yang lebih rendah daripada mahasiswa STKIP PGRI. Hal ini dikarenakan prosentase mahasiswa STKIP PGRI Tulungagung banyak yang sudah bekerja.

³Muhammad Abdallah, "Analisis Minat Menabung Pada Bank Syariah Di Kalangan Siswa SMA Di Kota Medan (Studi Kasus: Siswa Madrasah Aliyah Negeri)", *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Vol.3, No.7 2017, hal. 436-447

⁴Fajar Mujaddid dan Pandu Tezar Adi Nugroho, "Pengaruh Pengetahuan, Reputasi, Lingkungan Dan Religiusitas Terhadap Minat Pelajar Sekolah Menengah Kejuruan Prodi Perbankan Syariah Dalam Menabung Di Bank Syariah", *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 10, No.1 Edisi Mei 2019, hal.14-37

Dapat diartikan bahwa pendapatan merupakan hal yang penting dalam minat menabung mahasiswa di bank syariah, berarti semakin tinggi pendapatan mahasiswa maka semakin tinggi pula minat menabung mahasiswa di bank syariah, dan begitupun sebaliknya.

Teori keynes yang dikemukakan Nurul Huda, et al., yang menyatakan bahwa hubungan antara tabungan dengan pendapatan positif. Peningkatan pendapatan meningkat maka konsumsi meningkat. Peningkatan pendapatan juga ikut meningkatkan kemampuan masyarakat untuk menabung. Selain teori tersebut, Dalam ilmu ekonomi mikro islam yang dikutip dari teori Keynes, pendapatan dapat dijadikan sebagaian untuk konsumsi dan sebagian untuk disimpan. Hal tersebut dijelaskan melalui persamaan $Y = C + S$, Dengan persamaan tersebut menjelaskan bahwa hubungan antara tabungan dengan pendapatan positif. Peningkatan pendapatan meningkat maka konsumsi meningkat. Peningkatan pendapatan juga ikut meningkatkan kemampuan masyarakat untuk menabung.⁵

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sayyidatul Maghfiroh⁶ yang menyatakan bahwa faktor pendapatan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung mahasiswa di perbankan syariah.

⁵Nurul Huda et al., *Ekonomi Makro Islam: Pendekatan Teoretis*, (Jakarta: Kencana, 2018), hal. 35

⁶Sayyidatul Maghfiroh, "Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Santri Pesantren Mahasiswi Darush Shalihah", *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, Vol. 07, No. 3, 2018, hal. 213-222

C. Informasi Produk Berpengaruh Signifikan terhadap Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah pada Mahasiswa di IAIN Tulungagung dan STKIP PGRI Tulungagung

Berdasarkan hasil uji hipotesis yaitu uji t ditentukan bahwa variabel informasi produk berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah pada mahasiswa IAIN Tulungagung dan STKIP PGRI Tulungagung. Dengan demikian hipotesis yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif signifikan antara informasi produk terhadap minat mahasiswa menabung di perbankan syariah (H_a) diterima. Hasil uji t yang menyatakan tingkat informasi produk di mahasiswa IAIN Tulungagung juga menunjukkan angka yang lebih tinggi daripada mahasiswa STKIP PGRI Tulungagung. Hal ini dikarenakan lingkungan mahasiswa IAIN Tulungagung lebih familiar dengan bank syariah.

Dapat diartikan bahwa informasi produk merupakan hal yang penting dalam minat menabung mahasiswa di bank syariah, berarti semakin banyak informasi produk bank syariah yang dimiliki mahasiswa maka semakin banyak pula minat menabung mahasiswa di bank syariah, dan begitupun sebaliknya.

Teori yang dikemukakan Gordon B.Davis yang menyatakan bahwa, data yang telah diproses kedalam suatu bentuk yang mempunyai arti bagi penerima dan memiliki nilai nyata yang dibutuhkan untuk proses pengambilan keputusan saat ini maupun saat mendatang.⁷ Karena dengan

⁷Ety Rochaety, *Sistem Informasi Manajemen*, (Jakarta: Mitra Wacana Medika, 2017), hal.7

informasi produk yang jelas calon konsumen akan yakin terhadap keputusan yang akan dipilihnya. Suatu informasi produk dikatakan bernilai bila manfaatnya lebih efektif jika informasi tersebut bisa mengenai tepat sasaran. Informasi bisa dikatakan efektif jika terdapat 3 hal yaitu akurat, tepat pada waktunya, relevan.⁸

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Roni Andespa⁹ yang menyatakan bahwa faktor informasi produk berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung mahasiswa di perbankan syariah.

D. Lokasi Berpengaruh Signifikan terhadap Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah pada Mahasiswa di IAIN Tulungagung dan STKIP PGRI Tulungagung

Berdasarkan hasil uji hipotesis yaitu uji t ditentukan bahwa variabel lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah pada mahasiswa di IAIN Tulungagung dan STKIP PGRI Tulungagung. Dengan demikian hipotesis yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif signifikan antara lokasi terhadap minat mahasiswa menabung di perbankan syariah (H_a) diterima. Hasil uji t yang menyatakan tingkat lokasi di mahasiswa IAIN Tulungagung juga menunjukkan angka

⁸*Ibid.*, hal.8

⁹Roni Andespa, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah", *Al Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*, Vol.2, No.1 Edisi Januari 2017, hal. 181-190

yang lebih tinggi daripada mahasiswa STKIP PGRI Tulungagung. Hal ini dikarenakan lingkungan mahasiswa IAIN Tulungagung lebih familiar dengan bank syariah.

Dapat diartikan bahwa lokasi merupakan hal yang penting dalam minat menabung mahasiswa di bank syariah, berarti semakin baik dan strategis lokasi bank syariah maka semakin tinggi pula minat menabung mahasiswa di bank syariah, dan begitupun sebaliknya.

Teori yang dikemukakan Fandi Tjiptono tentang faktor-faktor yang mempengaruhi penentuan lokasi yaitu aksesibilitas, visibilitas, lalu lintas, tempat parkir, ekspansi, lingkungan, persaingan, peraturan pemerintah.¹⁰ Pemilihan tempat yang tepat dan baik tentu akan memberikan secara terus menerus dampak yang baik serta memberikan keuntungan tersendiri bagi para pengusaha. Dalam sebuah bisnis penentuan lokasi sangat diperlukan, penentuan lokasi yang strategis dan mudah dijangkau diharapkan dapat memudahkan para konsumen untuk mendapatkan produk tersebut.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Muhammad Abdallah¹¹ yang menyatakan bahwa faktor lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah.

¹⁰Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi Ketiga*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2008), hal.211

¹¹Muhammad Abdallah, "Analisis Minat Menabung Pada Bank Syariah Di Kalangan Siswa SMA Di Kota Medan (Studi Kasus: Siswa Madrasah Aliyah Negeri)", *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Vol.3, No.7 2017, hal. 436-447

E. Promosi Berpengaruh Signifikan terhadap Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah pada Mahasiswa di IAIN Tulungagung dan STKIP PGRI Tulungagung

Berdasarkan hasil uji hipotesis yaitu uji t ditentukan bahwa variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah pada mahasiswa di IAIN Tulungagung dan STKIP PGRI Tulungagung. Dengan demikian hipotesis yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara promosi terhadap minat mahasiswa menabung di perbankan syariah (H_a) diterima. Hasil uji t yang menyatakan promosi di mahasiswa IAIN Tulungagung juga menunjukkan angka yang lebih tinggi daripada mahasiswa STKIP PGRI Tulungagung. Hal ini dikarenakan lingkungan mahasiswa IAIN Tulungagung lebih familiar dengan bank syariah.

Dapat diartikan hasil pengujian menunjukkan bahwa promosi merupakan hal yang penting dalam minat menabung mahasiswa di bank syariah, berarti semakin baik promosi yang dilakukan bank syariah maka semakin tinggi pula minat menabung mahasiswa di bank syariah, dan begitupun sebaliknya.

Teori yang dikemukakan oleh Kasmir yang menyatakan bahwa promosi dilakukan dengan cara iklan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), publisitas (*publicity*), penjualan pribadi (*personel selling*).¹² Dengan adanya promosi, sebaik apapun mutu sebuah produk, sem menarik

¹²Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Pres, 2014), hal.246-249

apapun bentuk rupanya atau sebesar apapun manfaatnya, jika tidak ada orang yang mengetahui tentang keberadaannya, maka mustahil produk tersebut dibeli. Produk yang sudah bagus dengan harga yang sudah bagus itu tidak dapat dikenal oleh konsumen maka produk tersebut tidak akan berhasil di pasar. Maka dari itu semakin baik promosi yang dilakukan maka akan membuka wawasan dan pengetahuan mahasiswa tentang bank syariah.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Faisal¹³ yang menyatakan bahwa promosi berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung mahasiswa di perbankan syariah.

F. Religiusitas, Pendapatan, Informasi Produk, Lokasi, dan Promosi Secara Simultan Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah pada Mahasiswa di IAIN Tulungagung Dan STKIP PGRI Tulungagung.

Berdasarkan hasil penelitian dengan uji statistik dengan menggunakan uji bersama-sama uji F bahwa religiusitas, pendapatan, informasi produk, lokasi, dan promosi, secara simultan atau bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menabung mahasiswa pada mahasiswa di IAIN Tulungagung dan STKIP PGRI Tulungagung. Dengan membandingkan antara F-hitung dengan F-tabel dapat diperoleh bahwa F-hitung > F-tabel dan nilai signifikan diperoleh sig hitung < 0,05, maka menolak H₀. Artinya secara

¹³Faisal, "Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Untuk Menjadi Nasabah Di Bank Syariah", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol.1, No.1 2017, hal.1-27

simultan terdapat pengaruh antara variabel religiusitas (X_1), pendapatan (X_2), informasi produk (X_3), lokasi (X_4), dan promosi (X_5), terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah.

Teori yang dikemukakan oleh W.S Winkel dalam buku Fahmi Gunawan, dkk. adalah kecenderungan yang agak menetap untuk merasa tertarik pada bidang-bidang tertentu dan merasa senang berkecimpung dalam bidang tersebut. Minat menurut Witherington dalam buku Fahmi Gunawan, dkk adalah kesadaran seseorang terhadap suatu objek, seseorang, suatu soal atau situasi tertentu yang mengandung sangkut paut dengan dirinya atau dipandang sebagai sesuatu yang sadar.¹⁴

Sedangkan teori lain yang dikemukakan oleh Fahmi Gunawan, dkk yang mempengaruhi minat menabung adalah dorongan dalam individu, motif sosial dan motif emosional.¹⁵ Faktor dari dalam dapat berupa kebutuhan yang berhubungan dengan jasmani dan kejiwaan. Timbulnya minat dari diri seseorang juga dapat didorong oleh adanya motif sosial yaitu mendapatkan pengakuan dan penghargaan dari lingkungan masyarakat dimana seseorang berada. Sedangkan faktor emosional memperlihatkan ukuran intensitas seseorang dalam menanam perhatian terhadap suatu kegiatan atau objek tertentu.

Timbulnya minat mahasiswa terhadap menabung di bank syariah berasal dari mana saja, bisa dari dalam individu seperti tingkat religiusitas pribadi masing-masing, bisa juga dari luar seperti jumlah pendapatan yang

¹⁴Fahmi Gunawan, dkk., *Senarai Penelitian Pendidikan, Hukum, Dan Ekonomi Di Sulawesi Tenggara*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), hal.3

¹⁵*Ibid.*, hal.3-4

diterima setiap periode tertentu, informasi yang telah didapat, tempat atau lokasi yang strategis dan mudah ditempuh, bahkan promosi yang dilakukan bank syariah juga dapat meningkatkan minat mahasiswa menabung di bank syariah.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Uniyanti¹⁶, Muhammad Abdallah¹⁷, Sayyidatul Maghfiroh¹⁸, Faisal¹⁹ yang menyatakan faktor-faktor religiusitas, pendapatan, informasi produk, lokasi, dan promosi berpengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah.

¹⁶Uniyanti, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar)*, (Makassar: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2018)

¹⁷Muhammad Abdallah, "Analisis Minat Menabung Pada Bank Syariah Di Kalangan Siswa SMA Di Kota Medan (Studi Kasus: Siswa Madrasah Aliyah Negeri)", *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Vol.3, No.7 2017, hal. 436-447

¹⁸Sayyidatul Maghfiroh, "Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Santri Pesantren Mahasiswi Darush Shalihat", *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, Vol. 07, No. 3, 2018, hal. 213-222

¹⁹Faisal, "Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Untuk Menjadi Nasabah Di Bank Syariah", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol.1, No.1 2017, hal.1-27