

BAB V

PEMBAHASAN

Pengujian ini menggunakan model regresi linier berganda. Dimana uji tersebut menggunakan uji-t yang dilakukan untuk membuktikan apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk, promosi, dan pengetahuan nasabah terhadap keputusan menabung dengan akad wadi'ah di BRI Syariah KK Kediri Tulungagung. Sedangkan uji-F dilakukan untuk menguji apakah terdapat pengaruh secara simultan antara variabel kualitas produk, promosi, dan pengetahuan nasabah terhadap keputusan menabung dengan akad wadi'ah di BRI Syariah KK Kediri Tulungagung. Dalam pengolahan data tersebut peneliti menggunakan aplikasi *SPSS 16.*, maka tujuan yang akan dikemukakan dalam penelitian ini adalah untuk menjelaskan:

A. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Menabung dengan Akad Wadi'ah di BRIS yariah KK Kediri Tulungagung.

Hasil pengujian data diatas dapat diketahui t-hitung lebih besar dari t-tabel yaitu $3,166 > 1,660$ dan nilai signifikan kualitas produk $0,002 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan menabung dengan akad wadi'ah di BRI Syariah KK Kediri Tulungagung. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Penelitian ini menunjukkan bahwa adanya hubungan positif antara kualitas produk dan keputusan menabung dengan akad wadi'ah di BRI Syariah KK Kediri Tulungagung artinya semakin tinggi nilai kualitas produk maka semakin tinggi pula tingkat keputusan menabung dengan akad wadi'ah. Sebaliknya jika nilai suatu kualitas produk rendah maka semakin menurun pula tingkat keputusan menabung dengan akad wadi'ah.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh Amalia Damar Asri. Yang mengatakan bahwa faktor yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung pada BRI Syariah di Surabaya adalah variabel kualitas produk yang mendapatkan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Kualitas memberikan dampak langsung pada kinerja produk atau jasa, maka kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan. Dengan produk yang berkualitas akan mampu menciptakan suatu hasil yang diharapkan para konsumen atau nasabah sehingga dapat membuat para konsumen percaya pada bank atau perusahaan lain.

Jadi dapat disimpulkan bahwa penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yakni kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung dengan akad wadi'ah di BRI Syariah KK Kediri Tulungagung.

B. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Menabung dengan Akad Wadi'ah di BRI Syariah KK Kediri Tulungagung.

Hasil pengujian data diatas dapat diketahui t-hitung lebih besar dari t-tabel yaitu $3,468 > 1,660$ dan nilai signifikan promosi $0,001 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan menabung dengan akad wadi'ah di BRI Syariah KK Kediri Tulungagung. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima. Penelitian ini menunjukkan bahwa adanya hubungan positif antara promosi dan keputusan menabung dengan akad wadi'ah di BRI Syariah KK Kediri Tulungagung artinya semakin tinggi nilai promosi maka semakin tinggi pula tingkat keputusan menabung dengan akad wadi'ah. Sebaliknya jika nilai suatu promosi rendah maka semakin menurun pula tingkat keputusan menabung dengan akad wadi'ah.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh Arum Agustina Kusnaningtyas yang mengatakan variabel produk dan promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah di BRI Syariah KCP Ponorogo dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $3,604 > 1,984$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ yang artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga secara parsial variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung sebesar 30,5%. Promosi sangat perlu dilakukan dimana ada suatu promosi penjualan agar dapat meningkatkan kualitas yang sesuai, sedangkan promosi konsumen dilakukan untuk memberikan insentif kepada konsumen, dengan seperti itu maka para konsumen

tetap memilih produk perusahaan. Pentingnya dari pengenalan produk itu supaya konsumen tahu produk yang diperkenalkan, jika sudah memahami maka konsumen akan ada rasa keingintahuan kemudian mampu memilih produk atau barang ataupun jasa yang promosikan.

Jadi dapat disimpulkan bahwa penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yakni promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung dengan akad wadi'ah di BRI Syariah KK Kediri Tulungagung.

C. Pengaruh Pengetahuan Nasabah terhadap Keputusan Menabung dengan Akad Wadi'ah di BRI Syariah KK Kediri Tulungagung

Hasil pengujian data diatas dapat diketahui t-hitung lebih besar dari t-tabel yaitu $7,375 > 1,660$ dan nilai signifikan pengetahuan nasabah $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan nasabah berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan menabung dengan akad wadi'ah di BRISyariah KK Kediri Tulungagung. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima. Penelitian ini menunjukkan bahwa adanya hubungan positif antara pengetahuan nasabah dan keputusan menabung dengan akad wadi'ah di BRI Syariah KK Kediri Tulungagung artinya semakin tinggi nilai pengetahuan nasabah maka semakin tinggi pula tingkat keputusan menabung dengan akad wadi'ah. Sebaliknya jika nilai suatu pengetahuan nasabah rendah maka semakin menurun pula tingkat keputusan menabung dengan akad wadi'ah.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh Rina Fitriani yang mengatakan variabel pengetahuan nasabah, kualitas pelayanan,

dan religiusitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa Bank Syariah (Studi Kasus di Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung) dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $3,382 > 1,985$ dengan tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$ yang artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima. 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. Pengetahuan konsumen akan mempengaruhi keputusan pembelian

Jadi dapat disimpulkan bahwa penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yakni pengetahuan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung dengan akad wadi'ah di BRI Syariah KK Kediri Tulungagung.

D. Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Pengetahuan Nasabah terhadap Keputusan Menabung dengan Akad Wadi'ah di BRI Syariah KK Kediri Tulungagung.

Hasil pengujian data diatas dapat diketahui F hitung lebih besar dari F tabel yaitu $60,202 > 2,14$ dan dengan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian H_0 ditolak H_1 diterima pada hipotesa 4 yang artinya bahwa kualitas produk, promosi, dan pengetahuan nasabah berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung dengan akad wadi'ah di BRI Syariah KK Kediri Tulungagung.

Maka hasil yang didapat menunjukkan variabel bebas dalam penelitian ini terdiri dari kualitas produk, promosi, dan pengetahuan nasabah mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menabung dengan akad wadi'ah di BRI Syariah KK Kediri Tulungagung.