BAB V

PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Pembantu Blitar menggunakan angket atau kuesioner yang diberikan kepada nasabah tabungan, sehingga hasil dari jawaban angket yang telah dioalah menggunakan aplikasi IMB SPSS 24 dapat disimpulkan sebagian berikut:

A. Pengaruh Persepsi Terhadap Minat Nasabah Menabung di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Pembantu Blitar

Berdasarkan hasil output statistik menunjukkan bahwa pada tabel *coefficient* diperoleh nilai signifikan yang lebih kecil dibandingkan dengan taraf signifikan. Kemudian, hasil uji t (parsial) dengan membadingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} lebih besar dari t_{hitung} arinya persepsi berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Pembantu Blitar yang berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa persepsi berpengaruh positif dan signifikan. Artinya, semakin tinggi persepsi maka minat nasabah menabung di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Pembantu Blitar akan semakin tinggi. Hal tersebut didapatkan dari informasi yang diperoleh dan dipahami sampai terjadi penafsiran atau memberikan penilaian terhadap Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Pemabantu Blitar. Semakin

banyak informasi yang didapat responden, semakin tinggi minat nasabah menabung di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Pemabantu Blitar.

Hasil penelitian ini senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Zainul Nizam Azhri yang menganalisis Pengaruh Persepsi dan Perilaku Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo terhadap minat menabung pada Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Ponorogo yang menyatakan bahwa persepsi berpengaruh positif dan signifikan.[1] Dan sesuai dengan teori yang ada, menurut Nugroho J. Setiadi proses persepsi dibagi menjadi tiga yaitu: *pertama*, seleksi perseptual terjadi ketika konsumen menangkap dan memilih stimulus berdasarkan pada *psychological set* yang dimiliki. *Psychological set* yaitu berbagai informasi yang ada dalam memori konsumen. *Kedua*, Organisasi persepsi *(perceptual organization)* berarti konsumen mengelompokkan informasi dari berbagai sumber ke dalam pengertian yang menyuluruh untuk memahami lebih baik dan bertindak atas pemahanaman itu. *Ketiga*, interpretasi atas stimulus yang diterima oleh konsumen. Setiap stimulus yang menarik perhatian konsumen baik disadari atau tidak disadari akan diinterpretasikan oleh konsumen. Dalam proses intepretasi, konsumen membuka kembali berbagai informasi dalam memori yang telah tersimpan dalam waktu yang lama *(long term memory)* yang berhubungan dengan

[1] Zainul Nizam Azhari, *Pengaruh Persepsi Dan Perilaku Mahasiswa Febi IAIN Ponorogo Terhadap Minat Menabung Pada Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Ponorogo,* (Ponorogo: di akses pada 14 Mei 2020, 2019), hal. 71

stimulus yang diterima. Informasi dalam waktu yang lama akan membentuk konsumen untuk mengintepretasikan stimulus. [2]

B. Pengaruh Integritas Terhadap Minat Nasabah Menabung di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Pembantu Blitar

Berdasarkan hasil output statistik menunjukkan bahwa pada tabel *coefficient* diperoleh nilai signifikan yang lebih kecil dibandingkan dengan taraf signifikan. Kemudian, hasil uji t (parsial) dengan membadingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} lebih besar dari t_{hitung} arinya integritas berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Pembantu Blitar yang berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa integritas berpengaruh positif dan signifikan. Berarti bahwa integritas dari perusahaan sangat penting untuk menumbuhkan rasa sikap percaya nasabah terhadap Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Pembantu Blitar. Semakin besar integritas perusahaan maka semakin besar pula kepercayaan minat nasabah menabung di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Pembantu Blitar. Karena pada hakikatnya integritas perbankan merupakan kejujuran, ketulusan dan kesediaan memegang teguh standart moral yang tinggi.

Hasil penelitian ini senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Nursaidah,[3] dalam penelitiannya memperoleh hasil bahwa integritas

---

[2] Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen Edisi Revisi*,.., hal. 94

berpengaruh positif dan signifikan. Dan sesuai dengan teori yang ada, menurut Dedi Mahardi dalam bukunya integritas adalah suatu sikap yang merujuk pada konsistensi antara tindakan dengan nilai-nilai dan prinsip kebaikan secara ucapan. Dalam etika, integritas diartikan sebagai kejujuran dan kebenaran tidakan seseorang.[4] Dalam penjelasan UU Perbankan, Prinsip Integritas mengenai pengertian dan maknanya yang tercermin dalam Pasal 49 UU Perbankan yang menyebut bahwa:[5] *Pertama,* manajemen bank dalam hal ini adalah komisaris, direksi atau pegawai bank harus melakukan pencatatan yang benar dalam pembukaan dan laporan bank serta tidak boleh mengubah, menghapus atau menghilangkan pencatatan tersebut karena akan dikenai dengan ancaman pidana penjara dan denda. *Kedua,* manajemen bank tidak boleh meminta imbalan atau komisi yang berkaitan dengan pemberian persetujuan dalam penyaluran kredit serta tidak melalukan tindakan yang tidak diperlukan yang berkaitan dengan kepastian ketaatan bank pada peraturan dan ketentuan yang berlaku, akan dikenai dengan ancaman pidana penjara dan denda.

---

[3] Nursaidah, "Pengaruh Risiko Pembelian, Harga Atas Kualitas Produk, Kontrol Perilaku, Norma Subjektif Dan Integritas Terhadap Sikap Dan Minat Pembelian CD Musik Bajakan Di Kota Jember*" Prosiding 4th Seminar Nasional Call For Papers Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember 2018* , hal. 184-204

[4] Dedi Mahardi, *Integritas Bangsaku Dulu Kini dan Nanti...*, hal. 21.

[5] Andika Persada Putera, *Hukum Perbankan: Analisis Mengenai Prinsip, Produk, Risiko, dan Manajemen Risiko dalam Perbanka,…*, hal. 57

C. Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Nasabah Menabung di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Pembantu Blitar

Berdasarkan hasil output statistik menunjukkan bahwa pada tabel *coefficient* diperoleh nilai signifikan yang lebih kecil dibandikan dengan taraf signifikan. Kemudian, hasil uji t (parsial) dengan membadingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} lebih besar dari t_{hitung} arinya religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Pembantu Blitar yang berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan. Artinya, semakin tinggi tingkat religiusitas nasabah maka semakin tinggi pula minat nasabah menabung di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Pembantu Blitar. Hal tersebut dikarenakan apabila nasabah memiliki pengetahuan agama, paham akan perintah dan larangan Allah khususnya mengenai ekonomi islam maka nasabah akan menjauhi riba dan berminat menabung di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Pembantu Blitar.

Hasil penelitian ini senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Resti Nor Soilistya dalam skripsinya yang berjudul Pengaruh Regiliusitas, Pendapatan, Informasi Produk dan Lokasi Terhadap Minat Menabung Di Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri.[6] Dalam penelitiannya, memperoleh hasil bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan yang menyatakan bahwa kapasitas masyarakat muslim menjadi pasar tetapi juga obyek Islamisasi bank

[6] Resti Nor Soilistya, *Pengaruh Regiliusitas, Pendapatan, Informasi Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Menabung Di Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri*, (Tulungagung: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2019), hal. 45

syariah sehingga semakin banyak masyarkat yang mempunyai pemahaman ekonomi islam maka semakin banyak pula masyarakat yang menabung dan menjadi nasabah bank syariah. Dan penelitian yang dilakukan Riza Zahrotunnisa yang menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan karena hasil perhitungan uji t terlihat religiusitas memiliki nilai probabilitas signifikan.[7]

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Satinem bahwa, nilai religius merupakan nilai yang berhubungan dengan kepercayaan dan ajaran-ajarannya yang dianut oleh suatu masyarakat. Nilai ini berkaitan dengan nilai agama yang berada di dalam masyarakat tertentu. [8] Menurut Glock & Stark dalam Ancok, mengatakan bahwa terdapat lima dimensi dalam religiusitas yaitu:[9] *Pertama*, dimensi keyakinan (ideologis) adalah tingkatan sejauh mana seseorang menerima hal-hal yang dogmatik dalam agamanya. Dengan sendirinya dimensi keyakinan ini menuntut dilakukannya praktek-praktek peribadahan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. *Kedua*, dimensi praktik agama (ritualistik) yaitu tingkatan sejauh mana seseorang mengerjakan kewajiban-kewajiban ritual dalam agamanya. *Ketiga*, dimensi pengalaman (intelektual) adalah perasaan-perasaan atau pengalaman yang pernah dialami dan dirasakan. *Keempat*, dimensi konsekuensi dimana dimensi yang mengukur sejauh mana perilaku seseorang dimotivasi oleh ajaran-ajaran agamanya dalam kehidupan sosial.

---

[7] Rima Zahrotunnisa, *Pengaruh Persepsi, Religusitas Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Produk Tabungan Ib Baitullah Hasanah di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Tulungagung,* (Tulungagung: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2019), hal. 67

[8] Satinem, *Apresiasi Prosa Fiksi: Teori, Metode dan Penerapannya*,…, hal 138

[9] Djamaludin Ancok dan Fuat Nasori Suroso, *Cetakan VII, Psikologi Islam: Solusi Islam atas Problem-Problem Psikologi,…*, hal. 77

Jadi dapat dijelaskan bahwa religiusitas mempengaruhi keputusan nasabah berminat menabung di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Pemabantu Blitar. Dengan demikian religiusitas nasabah dapat dilihat dari seberapa besar tingkat pengetahuan, keagamaan dan pelaksanaan ibadahnya.

D. Pengaruh Psikologis Terhadap Minat Nasabah Menabung di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Pembantu Blitar

Berdasarkan hasil output statistik menunjukkan bahwa pada tabel *coefficient* diperoleh nilai signifikan yang lebih kecil dibandingkan dengan taraf signifikan. Kemudian, hasil uji t (parsial) dengan membadingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} lebih besar dari t_{hitung} arinya psikologis berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Pembantu Blitar yang berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa psikologis berpengaruh positif dan signifikan. Artinya, semakin tinggi tingkat psikologis nasabah maka semakin tinggi pula minat nasabah menabung di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Pembantu Blitar. Nasabah memilih menabung di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Pembantu Blitar karena adanya motivasi dalam dirinya yang dapat memenuhi kebutuhannya. Persepsi dan belajar menjadi pertimbangan nasabah dalam memilih Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Pembantu Blitar seperti persepsi terhadap larangan riba atau bunga yang haram.

Hasil penelitian ini senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Shara Sharvina dalam skipsinya yang berjudul Pengaruh Sosial, Budaya, Psikologis Terhadap Minat Nasabah Dalam Memilih BNI Syariah Cabang Banda Aceh. Dalam penelitiannya, memperoleh hasil bahwa psikologis berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam memilih BNI Syariah Cabang Banda Aceh.[10] Dan penelitian yang dilakukan Roni Adespa yang menunjukkan bahwa psikologis berpengaruh positif dan signifikan karena hasil perhitungan uji t terlihat psikologis memiliki nilai probabilitas signifikan.[11]

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori menurut Kotler, pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh empat faktor yaitu:[12] *Pertama*, motivasi merupakan kebutuhan yang mendesak untuk mengarahkan seseorang mencari kepuasan dari kebutuhan. *Kedua*, persepsi adalah proses dimana seseorang memilih, mengorganisasi dan menerjemahkan informasi untuk membentuk sebuah gambaran yang berarti dari dunia. *Ketiga*, pembelajaran adalah suatu proses yang selalu berkembang dan berubah sebagai hasil dari informasi terbaru yang diterima. *Keempat*, keyakinan dan sikap, keyakinan adalah pemikiran deskriptif bahwa seseorang mempercayai sesuatu. Keyakinan dapat didasarkan pada pengetahuan asli, opini dan iman. Sedangkan sikap adalah

---

[10] Shara Sharvina, *Pengaruh Sosial, Budaya, Psikologis Terhadap Minat Nasabah Dalam Memilih BNI Syariah Cabang Banda Aceh,* (Banda Aceh: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2019), hal. 53

[11] Roni Andespa, "Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Di Sumatra Barat", *Jurnal Kajian Ekonomi Islam-Volume 2, Nomor 2, Juli-Desember 2017*, hal. 12

[12] Nufian S. Febriani Dan Wayan Weda Asmara Dewi, *Perilaku Konsumen Diera Digital (Beserta Studi Kasus)*,…, hal. 49

evaluasi, perasaan suka atau tidak suka dan kecenderungan yang relative konsisten dari seseorang pada semua objek atau ide.

E. Pengaruh Kelompok Sosial Terhadap Minat Nasabah Menabung di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Pembantu Blitar

Berdasarkan hasil output statistik menunjukkan bahwa pada tabel *coefficient* diperoleh nilai signifikan yang lebih kecil dibandingkan dengan taraf signifikan. Kemudian, hasil uji t (parsial) dengan membadingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} lebih besar dari t_{hitung} arinya kelompok sosial berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Pembantu Blitar yang berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa kelompok sosial berpengaruh negatif dan signifikan. Hasil pengujian tersebut menunjukkan adanya hubungan yang berbanding terbalik antara kelompok sosial terhadap minat nasabah menabung di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Pembantu Blitar. Artinya, ketika pengaruh kelompok sosial mengalami peningkatan maka minat nasabah juga akan mengalami penurunan. Hal tersebut dapat jelaskan bahwa nasabah Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Pembantu Blitar hanya memperhatikan rekomendasi dari kelompok sosial seperti keluarga, teman, kerabat atau saudara. Karena kelompok sosial hanya merekomendasikan sehingga mengakibatkan kurangnya edukasi atau pengetahuan tentang informasi bank syariah. Walaupun adanya kelompok sosial, informasi tersebut kurang berjalan

dengan lancar karena kurannya pengetahuan dan mengakibatkan keraguan nasabah terhadap keputusan memilih bank syariah.

Hasil penelitian ini senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Rif'at Maulidi dalam penelitiannya memperoleh hasil bahwa kelompok sosial berpengaruh negatif dan signifikan.[13] Hal ini terjadi karena ruang interaksi yang dilakukan siswa setiap hari belum banyak mengarahkan siswa tersebut untuk menabung di Bank Syariah. Akan tetapi hasil penelitian ini tidak sejalan dengan teori Freddy Rangkuti dalam bukunya yang menyatakan bahwa "Kelompok dapat mempengaruhi cara berfikir atau cara berperilaku seseorang. Pengaruh kelompok ini bisa disebut dengan kelompok acuan *(reference groub)* yaitu diartikan sebagai orang atau kelompok yang mempengaruhi secara bermakna perilaku individu. Berdasarkan sebuah penelitian oleh Venkatesan dalam Freddy Rangkuti, keputusan memilih suatu produk lebih banyak didasarkan pada keputusan kelompok. Dengan demikian terdapat pola pengaruh pribadi yang sama di dalam konteks perilaku kelompok."[14]

F. Pengaruh Persepsi, Integritas, Religiusitas, Psikologis Dan Kelompok Sosial Terhadap Minat Nasabah Menabung di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Pembantu Blitar

[13] Rif'at Maulidi, *Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Menggunakan Bank Syariah (Studi Kasus Siswa SMA Negeri 1 Ambarawa),* (Salatiga: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2018), hal. 48

[14] Freddy Rangkuti, *Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis: Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis Untuk Menghadapi Abad 21…,* hal. 53

Berdasarkan hasil uji F pada tabel ANOVA yang telah dilakukan menggunakan IMB SPSS 24, maka dapat diketahui bahwa F_{hitung} hasil uji statistik menunjukkan bahwa variabel Persepsi (X_1), Integritas (X_2), Religiusitas (X_3), Psikologis (X_4) dan Kelompok Sosial (X_5) secara silmutan atau bersama-sama mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel Minat (Y) di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Pembantu Blitar. Dengan membandingan antara F_{hitung} dengan F_{tabel}. Diperoleh hasil, uji F menunjukkan nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel}. Dan nilai signifikan lebih kecil dari taraf signifikansi. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa menolak H_0 dan menerima $H_{6.}$

Hasil penelitian ini relevan dengan teori Crow & Crow yang mengemukakan ada tiga faktor utama yang membentuk minat yaitu:[15]

a) Faktor Dorongan Dari Dalam Individu, merupakan faktor yang berhubungan dengan dorongan fisik, motif, mempertahankan diri dari rasa lapar, rasa takut, juga dorongan ingin tahu, rasa sakit, juga dorongan ingin tahu membangkitkan minat untuk mengadakan penelitian dan sebagainya.
b) Faktor Motif Sosial, dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktifitas tertentu. Misalnya, minat terhadap pakaian timbul karena ingin mendapat persetujuan dan penerimaan dan perhatian orang lain.
c) Faktor Emosional, minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi. Bila seseorang mendapatkan kesuksesan pada aktivitas akan menimbulkan

[15] Abdul Rahman Shaleh dan Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar: Dalam Perspektif Islam…*, hal. 264

perasaan senang, dan hal tersebut akan memperkuat minat terhadap tersebut

Nasabah pada Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Pembantu Blitar memiliki ketiga faktor utama tersebut yang membentuk minat yaitu: *Pertama*, faktor dorongan dari dalam individu meliputi persepsi dan integitas. *Kedua*, faktor motif sosial yang meliputi kelompok sosial. *Ketiga*, faktor emosional yaitu psikologis dan religiusitas. Jadi dari ketiga faktor utama yang mempengaruhi minat nasabah ada lima indikator yaitu persepsi, integritas, religiusitas, psikologis dan kelompok sosial terhadap minat nasabah menabung di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Pembantu Blitar.

Dalam hal ini, antara persepsi, integritas, religiusitas, psikologis dan kelompok sosial berpengaruh dan signifikan terhadap minat nasabah menabung di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Pembantu Blitar