

## BAB V

### PEMBAHASAN

#### **A. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Mahasiswa Perbankan Syariah Menabung di Bank Syariah**

Berdasarkan hasil penelitian dengan menyebarkan kuesioner kepada responden penelitian kemudian dilanjutkan dengan menganalisis data menggunakan bantuan aplikasi SPSS 16.0 dan eviews 10. Dijelaskan pada bab IV, yang didasarkan pada hasil uji t pada penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa perbankan syariah menabung di bank syariah. Signifikan disini berarti ada hubungan yang erat antara kualitas pelayanan dengan minat menabung. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya arah hubungan yang positif antara nilai kualitas pelayanan dengan minat menabung. Yang berarti apabila minat menabung mengalami kenaikan maka kualitas pelayanan mengalami kenaikan. Dan sebaliknya apabila minat menabung mengalami penurunan maka kualitas pelayanan juga akan mengalami penurunan.

Menurut Karina Halimah Asmar, "kualitas pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan harapan dan memberikan rasa nyaman kepada nasabah akan menambahkan minat nasabah untuk menabung atau menggunakan jasa bank tersebut".<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Karina Halimah Asmar, "Pengaruh Pelayanan, Promosi, Lokasi, Bagi Hasil Bank terhadap Minat Nasabah Menabung pada PT Bank BRI Syariah KCP Sudirman Lubuk Pakam", *Skripsi Ekonomi Islam*, tahun 2019

Kualitas pelayanan dalam perbankan syariah memiliki pengaruh yang penting dalam minat menabung. Kualitas pelayanan merupakan suatu tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan nasabah. Pelayanan yang memuaskan akan memberikan dampak yang baik bagi bank syariah. Sesuai dengan teori yang ditemukan oleh Othman dan Owen (2001), ada 6 dimensi penentu kualitas pelayanan pada bank syariah yaitu<sup>2</sup>. Kepatuhan pada syariah Islam (*Sharia Compliance*), kepatuhan disini berkaitan dengan kemampuan sebuah bank dalam memenuhi prinsip syariah dalam kegiatan operasionalnya, salah satunya dengan sistim bagi hasil. Dimensi yang kedua yaitu, jaminan (*Assurance*), jaminan disini yaitu yang berkaitan dengan karyawan yang menyangkup kemampuan, pengetahuan, kesopanan yang menciptakan rasa aman bagi pelanggannya.

Dimensi yang ketiga yaitu daya tanggapan (*responsiveness*). Daya tanggap ini berkaitan dengan kecepatan dan ketanggapan dalam membantu memberikan pelayanan. Dimensi keempat yaitu wujud (*tangible*), wujud ini berkaitan dengan fasilitas fisik gedung, peralatan, serta penampilan karyawan. Dimensi kelima yaitu empati (*empathi*), empati dibutuhkan nasabah dalam menyelesaikan masalah serta komunikasi dalam kebutuhan nasabah. Dan yang keenam, yaitu kehandalan (*reliability*), kehandalan disini berkaitan ketepatan atau kesegeraan dalam pelayanan yang diberikan oleh bank. dari keenam dimensi tersebut digunakan untuk menilai kualitas pelayanan yang ada di perbankan syariah.

---

<sup>2</sup> Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2016), hal. 258

Kualitas pelayanan yang diterapkan pada bank syariah merupakan salah satu ilmu yang dimiliki oleh mahasiswa perbankan syariah selama perkuliahan, yaitu dengan adanya mata kuliah yang berkaitan dengan manajemen pemasaran. Dari pengetahuannya memberikan dampak baik bagi mahasiswa perbankan syariah ingin menabungkan uangnya ke bank syariah.

Mahasiswa harus menjadi kekuatan dan peluang yang besar bagi perbankan syariah untuk terus berkembang dan meningkatkan profit perbankan yang memberikan pelayanan sesuai syariat islam. Mahasiswa dapat memberikan pengaruh yang besar dalam membangun ekonomi. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rozi Andrini yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan Bank BRI Syariah.<sup>3</sup> Sehingga apabila pelayanan yang diberikan meningkat maka minat menggunakan Bank Syaiah akan mengalami peningkatan.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Abdul Haris Romadhoni dan Dita Ratnasari yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah menggunakan produk simpanan.<sup>4</sup> Disini dijelaskan ada faktor-faktor lain seperti produk dan religiusitas yang mempunyai pengaruh terhadap minat nasabah

---

<sup>3</sup> Rozi Andrini, "Pelayanan Bank Syariah Serta Pengaruhnya terhadap...", Hal. 28

<sup>4</sup> Abdul haris Romadhoni dan Dita Ratnasari, "Pengaruh, Kualitas Pelayanan...", hal. 9

## **B. Pengaruh Promosi terhadap Minat Mahasiswa Perbankan Syariah Menabung di Bank Syariah**

Berdasarkan hasil penelitian menggunakan aplikasi eviews 10 yang dijelaskan pada bab IV, yang didasarkan pada hasil uji t pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa perbankan syariah menabung di bank syariah. Signifikan disini berarti ada hubungan yang erat antara promosi dengan minat menabung. Hasil penelitian menunjukkan adanya arah hubungan yang positif antara nilai promosi dengan minat menabung. Yang berarti apabila minat menabung mengalami kenaikan maka promosi mengalami kenaikan. Dan sebaliknya apabila minat menabung mengalami penurunan maka promosi mengalami penurunan.

Berdasarkan teori Philip, promosi merupakan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengomunikasikan dari produknya dan guna meyakinkan konsumen agar membeli.<sup>5</sup> Ketika promosi yang diberikan oleh bank tersebut semakin baik maka mahasiswa perbankan syariah tersebut juga menilainya semakin baik, sehingga mahasiswa perbankan syariah semakin yakin untuk menabung di bank syariah.

Promosi dalam suatu perbankan syariah memiliki pengaruh yang sangat baik. Promosi merupakan strategi bank guna menginformasikan produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru. Promosi berfungsi mengingatkan nasabah dalam bentuk produk, dan meningkatkan pembelian

---

<sup>5</sup> Freddi Rangkuti, *Strategi Promosi yang Kreatif...*, hal. 177

atas produk sehingga dapat meningkatkan citra bank di mata nasabahnya. Dalam praktiknya ada empat macam sarana promosi yang digunakan oleh bank dalam mempromosikan produk maupun jasanya. Antara lain, promosi melalui periklanan (*advertising*), contohnya adalah berupa brosur dan majalah internet. Yang kedua melalui promosi penjualan (*sales promotion*), contohnya bank memberikan bagi hasil khusus bagi dan pemberian hadiah kepada nasabah yang loyal. Yang ketiga melalui publisitas (*publicity*), contohnya mengadakan pameran dan bakti sosial yang dapat meningkatkan pamor bank. Yang terakhir promosi melalui penjualan pribadi (*personal selling*), contohnya dilakukannya seluruh pegawai bank untuk meningkatkan jumlah nasabah.<sup>6</sup>

Dengan adanya promosi yang diberikan oleh bank syariah melalui media informasi elektronik akan lebih mudah dan cepat diakses oleh kalangan mahasiswa. Karena mahasiswa cenderung lebih melek terhadap teknologi, jadi informasi yang di dapat bukan hanya dari pengetahuan yang mereka miliki, tetapi juga melalui teknologi. Sehingga dapat meningkatkan keinginan untuk menentukan minat memilih bank syariah guna kepentingan masa depannya. Hal ini juga berlaku bagi mahasiswa perbankan syariah IAIN Tulungagung.

Mahasiswa perbankan syariah dalam proses perkuliahan secara tidak langsung dosen-dosen mengajar memperkenalkan bank syariah yang berkaitan dengan pengetahuan dan konsep-konsep bank syariah. Semakin baik promosi yang diberikan oleh bank syariah, maka akan membuka wawasan mahasiswa perbankan syariah berminat menabung di bank syariah. Hasil

---

<sup>6</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta : Kencana, 2004), hal. 156

penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Faisal yang menyatakan bahwa promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat mahasiswa ekonomi dan perbankan Islam untuk menjadi nasabah di bank syariah.<sup>7</sup> Hal ini berarti bahwa peningkatan nilai promosi akan meningkatkan minat menabung. Karena bank syariah mampu mempromosikan produk dan juga jasa dengan jelas dan mudah dimengerti sehingga meningkatkan minat nasabah untuk menabung.

### **C. Pengaruh Pengetahuan terhadap Minat Mahasiswa Perbankan Syariah Menabung di Bank Syariah**

Berdasarkan hasil penelitian menggunakan aplikasi eviews 10 yang dijelaskan pada bab IV, yang didasarkan pada hasil uji t pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa perbankan syariah menabung di bank syariah. Signifikan disini berarti ada hubungan yang erat antara promosi dengan minat menabung. Hasil penelitian menunjukkan adanya arah hubungan yang positif antara nilai pengetahuan dengan minat menabung. Yang berarti apabila minat menabung mengalami kenaikan, maka pengetahuan juga mengalami kenaikan. Dan sebaliknya apabila minat menabung mengalami penurunan, maka pengetahuan juga mengalami penurunan.

Berdasarkan teori Yasin Zarlis dan Nasution, pengetahuan merupakan suatu ilmu atau pemahaman seseorang yang didapat setelah melakukan

---

<sup>7</sup> Faisal, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi...", hal. 22

penelitian terhadap objek tertentu.<sup>8</sup> Jadi pengetahuan adalah suatu informasi dan data yang telah kita ketahui, setelah mengetahui tersebut muncullah keinginan untuk mengevaluasi kemampuan yang telah diperoleh. Pengetahuan diperlukan sebagai upaya untuk mendukung keinginan dalam memilih produk bank syariah. Menjadi nasabah perlu memahami lebih dahulu berbagai produk agar tepat dalam menentukan produk yang mereka inginkan.

Pengetahuan terhadap bank syariah memiliki pengaruh yang baik. Pengetahuan menjadi salah satu faktor nasabah khususnya mahasiswa perbankan syariah untuk menabung di bank syariah. Pengetahuan dapat meningkatkan nasabah dalam bentuk produk. Mahasiswa perbankan syariah IAIN Tulungagung banyak mempelajari pengetahuan dan ilmu-ilmu tentang bank syariah sehingga pengetahuan mereka untuk berminat menabung di bank syariah cukup banyak.

Pengetahuan nasabah dibagi menjadi 3 yaitu, yang pertama pengetahuan produk, pengetahuan ini berkaitan dengan pengetahuan akan karakter produk, manfaat produk, dan kepuasan. Kedua pengetahuan pembelian, pengetahuan ini berkaitan dengan mencari produk yang baik, dan cara memperoleh produk. Ketiga pengetahuan pemakaian, pengetahuan ini berkaitan cara pemakaian produk. Pengetahuan yang dimiliki mahasiswa perbankan syariah IAIN Tulungagung sangatlah penting dalam meningkatkan minat menabung di bank syariah. karena pengetahuan sebagian dari keputusan dalam menentukan pada produk bank syariah.<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> Abdul Haris Romodhon dan Dita Ratnasari, "Pengaruh Pengetahuan, Kualitas, ..., hal. 5

<sup>9</sup> Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap dan ..., hal. 66-73*

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Abdul Haris dan Dita Ratnasari yang menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah menggunakan produk simpanan.<sup>10</sup> Hal ini berarti bahwa peningkatan nilai pengetahuan mahasiswa perbankan syariah akan meningkatkan nilai menabung di bank syariah. karena pengetahuan dapat memberikan pemahaman mengenai produk yang ingin dipilih.

#### **D. Pengaruh Lokasi terhadap Minat Mahasiswa Perbankan Syariah Menabung di Bank Syariah**

Berdasarkan hasil penelitian menggunakan aplikasi eviews 10 yang dijelaskan pada bab IV, yang didasarkan pada hasil uji t pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa perbankan syariah menabung di bank syariah. Signifikan disini berarti ada hubungan yang erat antara promosi dengan minat menabung. Hasil penelitian menunjukkan adanya arah hubungan yang positif antara nilai lokasi dengan minat menabung. Yang berarti bahwa apabila minat menabung mengalami kenaikan maka lokasi juga mengalami kenaikan. Dan sebaliknya apabila minat menabung mengalami penurunan maka lokasi juga mengalami penurunan.

---

<sup>10</sup> Abdul Haris Romodhon dan Dita Ratnasari, "Pengaruh Pengetahuan, Kualitas, ..., hal. 9

Berdasarkan teori Wahyono lokasi perbankan merupakan suatu jaringan dimana nasabah mampu memanfaatkan produk dan jasa perbankan.<sup>11</sup> Sehingga lokasi sebagai strategi untuk menarik minat nasabah khususnya mahasiswa perbankan syariah. Ketika lokasi bank syariah mudah ditemukan, mudah dijangkau, maka akan menjadi minat yang besar untuk menabung di bank syariah.

Lokasi bank syariah memiliki pengaruh yang baik bagi mahasiswa perbankan syariah. Adapun faktor untuk mengukur lokasi antara lain, akses, visibilitas, lingkungan, tempat parkir, dan lalu lintas. Dari faktor tersebut mahasiswa perbankan syariah dapat mengukur lokasi untuk menabung di bank syariah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Abdullah yang menyatakan bahwa lokasi memiliki pengaruh terhadap minat dalam memutuskan menabung di bank syariah.<sup>12</sup> Hal ini berarti bahwa lokasi menjadi faktor penentu minat mahasiswa perbankan syariah menabung di bank syariah.

---

<sup>11</sup> Cindhy Audina Putribasutami, "Pengaruh Pelayanan, Lokasi...", hal. 160

<sup>12</sup> Muhammad Abdullah Irsyad Lubis, "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, 2018, hal. 445

### **E. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Pengetahuan, dan Lokasi terhadap Minat Mahasiswa Perbankan Syariah Menabung di Bank Syariah**

Berdasarkan tabel 4.17 secara bersama-sama variabel Kualitas Pelayanan, Promosi, Pengetahuan, dan Lokasi berpengaruh terhadap minat menabung. Pengaruh tersebut dapat dilihat dari nilai  $F_{hitung}$  lebih besar dibandingkan dengan nilai  $F_{tabel}$  dan pada nilai probabilitas memiliki nilai lebih kecil dibandingkan dengan nilai  $\alpha$ . Hal ini menunjukkan bahwa Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Pengetahuan dan Lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat menabung. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa untuk meningkatkan minat mahasiswa perbankan syariah menabung di bank syariah maka perlu adanya variabel Kualitas Pelayanan, Promosi, Pengetahuan, dan Lokasi.

Adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat mahasiswa perbankan syariah menabung di bank syariah karena bank syariah memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada masyarakat khususnya mahasiswa perbankan syariah sesuai pengetahuan yang mereka dapatkan selama kuliah.

Adanya pengaruh promosi terhadap minat mahasiswa perbankan syariah menabung di bank syariah karena promosi yang diberikan oleh bank syariah sangat baik, bukan dari media cetak saja tetapi juga melalui media informasi elektronik akan lebih mudah dan cepat diakses oleh kalangan mahasiswa. Karena mahasiswa cenderung lebih melek terhadap teknologi, jadi informasi yang di dapat bukan hanya dari pengetahuan yang mereka miliki, tetapi juga

melalui teknologi. Sehingga dapat meningkatkan keinginan untuk menentukan minat memilih bank syariah guna kepentingan masa depannya.

Adanya pengaruh pengetahuan terhadap minat mahasiswa perbankan syariah menabung di bank syariah karena pengetahuan yang dimiliki mahasiswa perbankan syariah dapat memunculkan keinginan untuk memilih produk bank syariah, sehingga mahasiswa perbankan syariah berminat menabung di bank syariah.

Pengaruh lokasi terhadap minat mahasiswa perbankan syariah menabung di bank syariah karena, lokasi dapat menentukan minat mahasiswa perbankan syariah menabung di bank syariah. salah satunya lokasi yang strategis dan mudah dijangkau umum sangat mempermudah masyarakat untuk menabung.

## **F. Implikasi Penelitian**

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat dikemukakan implikasi secara teoritis dan praktis sebagai berikut:

### **1. Implikasi Teoritis**

- a. Untuk menguji dengan metode regresi analisis berganda di dalam penelitian ini dipresentasikan oleh variabel kualitas pelayanan, promosi, pengetahuan, dan lokasi mempunyai pengaruh terhadap minat mahasiswa perbankan syariah menabung di bank syariah. Empat variabel tersebut memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa perbankan syariah menabung di bank syariah.

- b. Hal ini menunjukkan bahwa minat mahasiswa perbankan syariah mampu memberikan kontribusi yang besar terhadap bank syariah. Sehingga minat mahasiswa perbankan syariah menambah pendapatan bank syariah yaitu dengan cara menabung.

## 2. Implikasi Praktis

Hasil penelitian ini memiliki implikasi positif bagi pihak bank syariah. Bank syariah dapat meningkatkan kualitas pelayanan, promosi, pengetahuan, dan juga lokasi agar dapat meningkatkan pula minat mahasiswa perbankan syariah menabung di bank syariah. Kualitas yang diberikan oleh bank menjadi faktor mahasiswa dalam memilih bank syariah. Dengan pengetahuan yang dimiliki maka mahasiswa dapat memilih bank syariah. Bank syariah merupakan bank yang tidak menggunakan sistem bunga dan juga kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah juga sesuai prinsip syariah. Sehingga banyak mahasiswa perbankan syariah serta masyarakat yang tertarik menjadi nasabah bank syariah.