

BAB V

PEMBAHASAN

A. Pengaruh Motivasi terhadap Keputusan Mahasiswa Perbankan Syariah Semester 7 IAIN Tulungagung Menjadi Nasabah Bank Syariah

Berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah. Dari hasil perhitungan nilai koefisien regresi dapat diketahui bahwa setiap kenaikan satu satuan unit pada variabel motivasi, akan menaikkan variabel keputusan dan sebaliknya, jika variabel motivasi mengalami penurunan satu satuan unit, maka variabel keputusan akan mengalami penurunan.

Hal ini dibuktikan dengan perhitungan nilai t hitung (6,368) lebih besar dari tabel 1,662 dan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil penelitian ini dapat menjelaskan bahwa semakin besar motivasi maka semakin besar pula mahasiswa yang memutuskan untuk menjadi nasabah bank syariah.

Penelitian ini mendukung penelitian Muhammad Iqbal, Abdul Hamid dan Mastura¹ yang bertujuan untuk melihat pengaruh dan pemahaman terhadap keputusan masyarakat dalam memilih bank syariah. Metode yang dilakukan adalah dengan teknik *purposive sampling* dengan sampel 84 orang. Hasil dari penelitian ini adalah motivasi, perilaku dan pemahaman berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam memilih bank syariah di Aceh Tamiang baik secara parsial maupun simultan. Motivasi, perilaku dan pemahaman berpengaruh terhadap keputusan masyarakat dalam memilih bank

¹ Muhammad Iqbal, Abdul Hamid dan Mastura, "Pengaruh Motivasi, Perilaku dan Pemahaman terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah di Aceh Tamiang", *Jurnal Investasi slam*, Volume IV Nomor 2, September 2019.

syariah di Aceh Tamiang sebesar 47,1% sedangkan 52,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Persamaan dengan penelitian yang diteliti adalah sama-sama memiliki variabel x motivasi dan variabel y keputusan serta metode pengambilan sampelnya. Perbedaannya terletak pada lokasi penelitian.

Wahyu Utami, Marijati Sengen dan M. Yudy Rachman² juga melakukan penelitian, dimana penelitian tersebut didukung oleh penelitian ini. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari faktor religiusitas, kelompok referensi dan motivasi terhadap keputusan masyarakat menabung di bank syariah. Metode yang digunakan adalah purposive sampling sebanyak 100 responden. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa faktor religiusitas, kelompok referensi dan motivasi berpengaruh positif terhadap keputusan masyarakat untuk menabung di bank syariah baik secara parsial maupun simultan. Persamaannya dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan motivasi sebagai variabel x dan keputusan sebagai variabel y, selain itu juga sama-sama menggunakan metode *purposive sampling*. Perbedaannya terletak pada lokasi penelitian jumlah sampel.

Menurut As'ad, motivasi dikenal dengan istilah dorongan, dorongan atau tenaga tersebut merupakan gerak jiwa dan jasmani untuk berbuat sehingga motivasi tersebut merupakan driving force yang menggerakkan manusia untuk bertingkah laku dan di dalam perbuatannya itu mempunyai tujuan tertentu.³

² Wahyu Utami, Marijati Sengen dan M. Yudy Rachman, "Analisis Pengaruh Religiusitas, Kelompok Referensi dan Motivasi terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah (Studi pada Nasabah Bank Syariah di Kota Banjarmasin)", *Jurnal Wawasan Manajemen, Volume 3 Nomor 1, Februari 2015*.

³M. As'ad, *Psikologi Islam: Seri Sumber Daya Manusia*, (Yogyakarta: Liberty, 2004), hal. 45.

Berdasarkan hasil penelitian, motivasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah. Artinya pada mahasiswa Perbankan Syariah semester 7 IAIN Tulungagung, motivasi menjadi salah satu pertimbangan keputusan dalam memilih bank yang digunakan, dalam hal ini adalah bank syariah. Jadi dapat disimpulkan bahwa semakin besar motivasi yang dimiliki mahasiswa Perbankan Syariah semester 7 IAIN Tulungagung maka semakin besar pula yang memutuskan untuk menjadi nasabah bank syariah.

B. Pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Mahasiswa Perbankan Syariah Semester 7 IAIN Tulungagung Menjadi Nasabah Bank Syariah

Berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah. Dari hasil perhitungan nilai koefisien regresi dapat diketahui bahwa setiap kenaikan satu satuan unit pada variabel kepercayaan, akan menaikkan variabel keputusan dan sebaliknya, jika variabel kepercayaan mengalami penurunan satu satuan unit, maka variabel keputusan akan mengalami penurunan.

Hal ini dibuktikan dengan perhitungan nilai t hitung (6,368) lebih besar dari t tabel 1,662 dan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil penelitian ini dapat menjelaskan bahwa semakin besar kepercayaan, maka semakin besar pula mahasiswa yang memutuskan untuk menjadi nasabah bank syariah.

Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Rika Yulianti, Marijati Sangen dan Ahmad Rifani⁴, yang bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh nilai-nilai agama, kualitas layanan, promosi, dan kepercayaan secara simultan terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah di Banjarmasin, mengetahui dan menganalisis pengaruh nilai-nilai agama terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah di Banjarmasin, mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah di Banjarmasin, mengetahui dan menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah di Banjarmasin, mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah di Banjarmasin. Penelitian ini menggunakan metode non probability sampling serta teknik *purposive sampling*, dengan mengambil sampel sebanyak 100 responden. Hasil dari penelitian ini adalah nilai-nilai agama, kualitas layanan, promosi dan kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah di Banjarmasin baik secara parsial maupun simultan.

Ada penelitian lain yang juga didukung oleh penelitian ini, yaitu penelitian dari Tika Yulianti⁵ yang bertujuan untuk mengetahui seberapa kuat pengaruh bauran pemasaran yang terdiri dari (produk, harga, lokasi, dan promosi), pengetahuan, dan kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menjadi nasabah bank syariah pada BTN Syariah KC

⁴ Rika Yulianti, Marijati Sangen dan Ahmad Rifai, "Pengaruh Nilai-Nilai Agama, Kualitas Layanan, Promosi dan Kepercayaan terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah di Banjarmasin", *Jurnal Wawasan Manajemen*, Vol. 4 Nomor 2, Juni 2016.

⁵ Tika Yulianti, *Pengaruh Buran Pemasaran, Pengetahuan dan Kepercayaan terhadap Keputusan Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus pada BTN Syariah KC Semarang)*, (Institut Agama Islam Negeri Salatiga: Skripsi, 2018).

Semarang. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *probability sampling* dengan Sampel yang diambil sebanyak 100 responden. Hasil uji penelitian yang dilakukan, menunjukkan bahwa variabel produk, harga, lokasi, promosi berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan masyarakat menjadi nasabah bank syariah di BTN Syariah KC Semarang, sedangkan variabel pengetahuan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan masyarakat menjadi nasabah bank syariah di BTN Syariah KC Semarang, dan variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat menjadi nasabah bank syariah di BTN Syariah KC Semarang. Namun, secara bersama-sama variabel produk, harga, lokasi, promosi, pengetahuan dan kepercayaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat menjadi nasabah di BTN Syariah KC Semarang. Persamaan dengan penelitian yang dilakukan adalah sama-sama menggunakan pengetahuan dan kepercayaan sebagai variabel x dan keputusan menjadi nasabah bank syariah sebagai variabel y, teknik pengambilan data sama dan hasil variabel kepercayaan terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah. Perbedaannya, jumlah responden, tempat dan waktu penelitian dan hasil uji untuk variabel pengetahuan.

Menurut Kotler, kepercayaan adalah kesediaan perusahaan untuk bergantung pada mitra bisnis.⁶

Berdasarkan hasil penelitian, kepercayaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah. Artinya pada mahasiswa Perbankan Syariah semester 7 IAIN Tulungagung,

⁶ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Indeks, 2009), hal. 180.

kepercayaan merupakan hal yang harus ada dalam pengambilan keputusan dalam memilih bank yang digunakan, dalam hal ini adalah bank syariah. Jadi dapat disimpulkan bahwa semakin besar kepercayaan yang dimiliki mahasiswa Perbankan Syariah semester 7 IAIN Tulungagung maka semakin besar pula yang memutuskan untuk menjadi nasabah bank syariah

C. Pengaruh Motivasi dan Kepercayaan terhadap Keputusan Mahasiswa Perbankan Syariah Semester 7 Menjadi Nasabah Bank Syariah

Dari uji F yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa F_{hitung} ($97,797$) $> F_{tabel}$ ($2,71$) dan nilai sig. ($0,000$) $>$ taraf signifikansi ($0,05$), maka berdasarkan penelitian ini dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_4 diterima, yang artinya secara simultan (bersama-sama) motivasi dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa perbankan syariah IAIN Tulungagung semester 7 menjadi nasabah bank syariah.

Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian yang dilakukan oleh Megawati⁷ yang bertujuan untuk menguji pengaruh pengetahuan dan motivasi terhadap keputusan memilih perbankan syariah. Menggunakan metode kuantitatif dengan sampel sebanyak 91 orang nasabah BRI Syariah Cabang Kendari. Hasil yang diperoleh adalah pengetahuan dan motivasi berpengaruh dan signifikan secara simultan terhadap keputusan menabung di BRI Syariah. Persamaan dengan penelitian yang dilakukan adalah variabel x dan y serta metode yang digunakan juga kuantitatif, sedangkan perbedaannya terletak pada pengambilan sampel, kalau dalam penelitian Megawati dengan teknik

⁷ Megawati, *Pengaruh Pengetahuan dan Motivasi terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah (Studi kasus Bank BRISyariah KC. Kendari)*, (Institut Agama Islam Negeri Kendari: Skripsi, 2018).

Field research, berbeda dengan penelitian yang dilakukan dengan *probability sampling*. Selain itu juga berbeda jumlah sampel yang diambil.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa kedua variabel bebas yaitu motivasi dan kepercayaan sangat dibutuhkan sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan mahasiswa Perbankan Syariah semester 7 IAIN Tulungagung menjadi nasabah bank syariah.

