

BAB V

PEMBAHASAN

A. Pengaruh Pengetahuan terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah Mandiri

Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel pengetahuan memiliki pengaruh yang searah terhadap minat yang artinya bahwa semakin tinggi pengetahuan akan meningkatkan minat masyarakat menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin Bank Syariah Mandiri mampu memberikan informasi terkait beragam produk yang ditawarkan seperti produk pembiayaan, pendanaan dan produk jasa, informasi terkait syarat dan prosedur untuk menjadi nasabah, informasi tentang sistem dan akad yang digunakan, maka akan meningkatkan pengetahuan masyarakat yang akan berdampak pada meningkatnya pula minat masyarakat untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri. Pengetahuan di sini dipergunakan untuk menerjemahkan informasi baru, serta untuk menimbulkan suatu minat terhadap suatu produk dan membuat pilihan keputusan.

Penelitian ini menunjukkan bahwa tingginya pengetahuan yang dimiliki masyarakat akan mempengaruhi minat. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori dari Schiffman dan Kanuk yang menyebutkan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi minat yaitu pengetahuan produk, seseorang yang mengenal dan memiliki pengetahuan terhadap produk tertentu akan cenderung ingin membeli

produk tersebut.⁹² Oleh karenanya, dapat dikatakan bahwa pengetahuan atas informasi Bank Syariah Mandiri dapat dijadikan pertimbangan masyarakat dalam melakukan analisis atas minat untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri.

Untuk menguatkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, peneliti melakukan pengamatan dan observasi melalui kuisioner pada 100 responden yang diambil dari masyarakat di Desa Wonorejo Kecamatan Sumbergempol. Dari observasi tersebut peneliti memperoleh rata-rata skor 3,72 yang dibulatkan menjadi 4 yang artinya setuju. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat setuju bahwa pengetahuan yang dimiliki akan mempengaruhi minat masyarakat untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri.

Penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian oleh Abdul Haris Romdhoni yang meneliti pengaruh pengetahuan, kualitas pelayanan, produk dan religiusitas terhadap minat nasabah. Di mana hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menggunakan produk simpanan.⁹³ Dalam penelitian tersebut variabel pengetahuan memiliki kontribusi paling besar dibanding dengan variabel lainnya dalam mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan produk simpanan. Serta penelitian yang dilakukan Chindy Audina dan Sista Pramita yang meneliti pengaruh pelayanan, lokasi, pengetahuan, dan sosial terhadap keputusan menabung. Di mana hasil penelitian tersebut juga menunjukkan

⁹² Hani Handoko dan Basu Swasta, *Perilaku Konsumen*,... hal. 16

⁹³ Abdul Haris Romdhoni dan Dita Ratnasari, "Pengaruh Pengetahuan, Kualitas...,hal. 146

bahwa pengetahuan berpengaruh terhadap keputusan menabung.⁹⁴

Akan tetapi, hasil penelitian ini tidak sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Fajar Mujaddid dan Pandu Tezar Adi Nugroho yang meneliti pengaruh pengetahuan, reputasi, lingkungan dan religiusitas terhadap minat pelajar SMK menabung di bank syariah. Di mana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat pelajar SMK dalam menabung di bank syariah. Hal ini dapat diartikan bahwa pengetahuan yang dimiliki oleh pelajar SMK khususnya program studi perbankan syariah tidak mempengaruhi minat menabung di bank syariah, dikarenakan ada faktor lain yang lebih mempengaruhi minat menabung. Berdasarkan identifikasi pengetahuan pelajar, bahwa banyak dari mereka yang masih beranggapan bahwa bank syariah tidak jauh berbeda dengan bank konvensional dalam sistem pelayanan operasional maupun transaksinya.⁹⁵

Berdasarkan penjelasan di atas, disimpulkan bahwa pengetahuan berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri. Semakin tinggi tingkat pengetahuan, maka akan semakin tinggi pula minat masyarakat menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri.

B. Pengaruh Lokasi terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah Mandiri

⁹⁴ Chindy Audina Putribasutami dan R.A. Sista Paramita, "Pengaruh Pelayanan, Lokasi..., hal. 157

⁹⁵ Fajar Mujaddid dan Pandu Tezar Adi Nugroho, "Pengaruh Pengetahuan, Reputasi..., hal. 34

Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel lokasi memiliki pengaruh yang searah terhadap minat yang artinya bahwa semakin baik dan strategis suatu lokasi akan meningkatkan minat masyarakat menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri. Hasil ini menunjukkan bahwa Bank Syariah Mandiri memiliki lokasi yang berada di dekat jalan raya sehingga mudah dijangkau transportasi umum, dekat dengan pusat kota, terlihat jelas dari tepi jalan, dan suasana ruang tunggu yang nyaman sehingga memberikan nilai tambah di mata masyarakat sehingga berdampak pada meningkatnya pula minat masyarakat untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri. Menurut Lupiyoadi pemilihan lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat menentukan tercapainya tujuan badan usaha dalam pengertian lain lokasi adalah tempat di mana perusahaan harus bermarkas melakukan operasi.⁹⁶ Oleh karenanya Bank Syariah Mandiri perlu mempertimbangkan lokasi yang akan dijadikan kantor baik dari segi keamanan, kenyamanan, kemudahan, dan fasilitas yang tersedia.

Penelitian ini menunjukkan bahwa lokasi yang baik akan mempengaruhi minat. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori dari Schiffman dan Kanuk yang menyebutkan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi minat yaitu lokasi. Penentuan lokasi kantor yang strategis dan mudah dijangkau akan mempengaruhi minat beli seseorang.⁹⁷ Oleh karenanya, dapat dikatakan bahwa pemilihan lokasi yang baik pada Bank Syariah Mandiri, dapat dijadikan

⁹⁶ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi (Edisi 3)*, (Jakarta: Salemba Empat, 2013), hal. 61

⁹⁷ Hani Handoko dan Basu Swasta, *Perilaku Konsumen*,... hal. 16

pertimbangan masyarakat dalam melakukan analisis atas minat untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri.

Untuk menguatkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, peneliti melakukan pengamatan dan observasi melalui kuisioner pada 100 responden yang diambil dari masyarakat di Desa Wonorejo Kecamatan Sumbergempol. Dari observasi tersebut peneliti memperoleh rata-rata skor 3,77 yang dibulatkan menjadi 4 yang artinya setuju. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat setuju bahwa lokasi yang baik dan strategis akan mempengaruhi minat masyarakat untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri.

Penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Roni Andespa yang meneliti pengaruh atribut produk terhadap minat menabung nasabah. Di mana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa lokasi mempengaruhi minat menabung nasabah di bank syariah. Atribut-atribut lokasi seperti letak bank yang strategis, mudah ditemukan, jarak yang dekat dan lokasi yang nyaman menjadi faktor pendorong minat menabung masyarakat di bank syariah.⁹⁸

Akan tetapi, hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Atwal Arifin dan Husnul Khotimah, yang meneliti pengaruh produk, pelayanan, promosi dan lokasi terhadap keputusan masyarakat memilih bank syariah. Di mana hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan masyarakat memilih

⁹⁸ Roni Andespa, "Pengaruh Atribut Produk ...", hal. 189

bank syariah di Surakarta.⁹⁹ Lokasi bank tidak mempengaruhi keputusan masyarakat memilih bank syariah karena lokasi bank syariah hanya berada pada satu titik ditengah kota, berbeda dengan lokasi kantor bank konvensional yang memiliki cabang di berbagai lokasi.

Berdasarkan penjelasan di atas, disimpulkan bahwa lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri. Semakin baik dan strategis suatu lokasi, maka akan semakin tinggi pula minat masyarakat menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri.

C. Pengaruh Religiusitas terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah Mandiri

Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel religiusitas memiliki pengaruh positif tidak signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri. Hal ini menunjukkan bahwa variabel religiusitas memiliki pengaruh yang searah terhadap minat yang artinya bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang, maka akan tinggi pula pemahaman masyarakat terhadap transaksi yang dilarang oleh agama seperti riba, maysir, dan gharar akan meningkatkan minat masyarakat menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa religiusitas tidak signifikan, karena masyarakat menggunakan bank syariah berdasarkan faktor kebutuhan bukan karena faktor agama, meskipun seluruh masyarakat Desa Wonorejo beragama Islam namun tidak semua memiliki tingkat

⁹⁹ Atwal Arifin dan Husnul Khotimah, "Pengaruh Produk, Pelayanan...", hal. 182

religiusitas yang sama dan pemahaman masyarakat tentang hukum riba, gharar dan maysir.

Penelitian ini menunjukkan bahwa tingginya religiusitas yang dimiliki masyarakat akan mempengaruhi minat. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori dari Schiffman dan Kanuk yang menyebutkan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi minat yaitu tingkat religiusitas.¹⁰⁰ Menurut Djalaludin keberagamaan atau religiusitas adalah suatu yang amat penting bagi kehidupan manusia. Dorongan beragama merupakan salah satu dorongan yang bekerja dalam diri manusia sebagaimana seperti dorongan-dorongan yang lain seperti makan, minum, intelek dan sebagainya. Maka dorongan beragama pun menuntut untuk dipenuhi, sehingga pribadi manusia mencapai kepuasan dan ketenangan.¹⁰¹

Untuk menguatkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, peneliti melakukan pengamatan dan observasi melalui kuisioner pada 100 responden yang diambil dari masyarakat di Desa Wonorejo Kecamatan Sumbergempol. Dari observasi tersebut peneliti memperoleh rata-rata skor 4,06 yang dibulatkan menjadi 4 yang artinya setuju. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat setuju bahwa religiusitas yang dimiliki seseorang akan mempengaruhi minat masyarakat untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri.

Penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sayyidatul Maghfiroh yang meneliti pengaruh religiusitas, pendapatan, dan

¹⁰⁰ Hani Handoko dan Basu Swasta, *Perilaku Konsumen*,... hal. 16

¹⁰¹ Djalaludin, *Psikologi Agama*, (Jakarta: PT. Rata Grafindo Persada Empat, 1995), hal. 43

lingkungan sosial terhadap minat menabung di bank syariah pada santri. Di mana hasil penelitian menunjukkan bahwa minat menabung di bank syariah pada santri tidak dipengaruhi oleh religiusitas.¹⁰² Hal ini karena menabung merupakan kegiatan investasi merupakan kebutuhan duniawi sehingga faktor religiusitas tidak mempengaruhi minat menabung santri di bank syariah.

Akan tetapi, penelitian ini tidak sesuai dengan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fajar Mujaddid dan Pandu Tezar yang meneliti pengaruh pengetahuan, reputasi, lingkungan dan religiusitas terhadap minat pelajar SMK menabung di bank syariah. Di mana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap minat pelajar SMK menabung di bank syariah. Hal ini dapat diartikan faktor Religiusitas (agama) dengan tujuan menjalankan apa yang diperintahkan Allah SWT dan menjauhi apa yang dilarang-Nya. Bentuk upaya dalam transaksi perbankan untuk terhindarnya dari riba, gharar, dan maysir merupakan faktor pendorong untuk pengambilan keputusan menabung di bank syariah. Tingkat kesadaran yang tinggi dalam menjalankan perintah agama merupakan salah satu bentuk amalan dalam menjalankan syariat Islam dengan cara menabung di bank syariah. Dengan tingginya tingkat religiusitas yang ada pada masyarakat, akan meningkatkan minat masyarakat khususnya pelajar menabung di bank syariah.

Berdasarkan penjelasan di atas, disimpulkan bahwa religiusitas berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri. Semakin tinggi tingkat religiusitas

¹⁰² Sayyidatul Maghfiroh, "Pengaruh Religiusitas, Pendapatan..., hal. 221

masyarakat, maka akan semakin tinggi pula minat masyarakat menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri.

D. Pengaruh Pengetahuan, Lokasi dan Religiusitas terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah Mandiri

Berdasarkan hasil uji hipotesis menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif variabel pengetahuan, lokasi dan religiusitas terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri. Berdasarkan hasil uji F menunjukkan secara simultan bahwa variabel pengetahuan, lokasi dan religiusitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri. Hasil ini menunjukkan bahwa Bank Syariah Mandiri mampu memanfaatkan pengetahuan, lokasi dan religiusitas untuk memasarkan produk-produknya dan menarik minat masyarakat menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri.

Penelitian ini menunjukkan bahwa tingginya pengetahuan yang dimiliki masyarakat, baiknya suatu lokasi bank, dan tingginya religiusitas yang dimiliki masyarakat akan mempengaruhi minat. Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat dari Schiffman dan Kanuk bahwa faktor yang mempengaruhi minat diantaranya adalah pengetahuan, lokasi dan religiusitas.¹⁰³ Hal ini karena, seseorang yang mengenal dan memiliki pengetahuan terhadap produk tertentu akan cenderung ingin membeli produk tersebut, pemilihan lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat menentukan tercapainya tujuan badan

¹⁰³ Hani Handoko dan Basu Swasta, *Perilaku Konsumen*,... hal. 16

usaha,¹⁰⁴ dan keberagaman atau religiusitas adalah sesuatu yang amat penting bagi kehidupan manusia sehingga dapat mempengaruhi minat seseorang.¹⁰⁵

Penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian oleh Abdul Haris Romdhoni dan Dita Ratnasari yang meneliti pengaruh pengetahuan, kualitas pelayanan, produk dan religiusitas terhadap minat menggunakan produk simpanan pada lembaga keuangan mikro syariah. Penelitian ini menyimpulkan bahwa secara simultan antara pengetahuan, kualitas pelayanan, produk, dan religiusitas berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah menggunakan produk simpanan pada BMT Amanah Ummah Gumpang Kartasura.¹⁰⁶

Penelitian dari Sayyidatul Maghfiroh yang meneliti pengaruh religiusitas, pendapatan, dan lingkungan sosial terhadap minat menabung di bank syariah pada santri. Penelitian ini menyimpulkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh positif religiusitas, pendapatan, dan lingkungan sosial terhadap minat menabung di bank syariah pada santri Pesantren Mahasiswi Darush Shalihah.¹⁰⁷

Penelitian dari Fajar Mujaddid dan Pandu Tezar yang meneliti pengaruh pengetahuan, reputasi, lingkungan dan religiusitas terhadap minat pelajar SMK menabung di bank syariah. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pengetahuan, reputasi, lingkungan dan religiusitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.¹⁰⁸

¹⁰⁴ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi (Edisi 3)*, (Jakarta: Salemba Empat, 2013), hal. 61

¹⁰⁵ Djalaludin, *Psikologi Agama*, (Jakarta: PT. Rata Grafindo Persada Empat, 1995), hal. 43

¹⁰⁶ Abdul Haris Romdhoni dan Dita Ratnasari, "*Pengaruh Pengetahuan, Kualitas...*", hal. 146

¹⁰⁷ Sayyidatul Maghfiroh, "*Pengaruh Religiusitas, Pendapatan...*", hal. 221

¹⁰⁸ Fajar Mujaddid dan Pandu Tezar Adi Nugroho, "*Pengaruh Pengetahuan, Reputasi...*", hal.

Berdasarkan penjelasan di atas, disimpulkan bahwa variabel pengetahuan, lokasi dan religiusitas secara simultan berpengaruh positif terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri. Semakin tinggi pengetahuan, lokasi dan religiusitas maka akan semakin besar pula minat masyarakat menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri.