

BAB V

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di Desa Gedangan, Kecamatan Karangrejo, Kabupaten Tulungagung menggunakan angket atau kuersioner yang diberikan kepada masyarakat desa Gedangan, kecamatan Karangrejo, kabupaten Tulungagung, sehingga hasil dari jawaban angket yang telah diolah menggunakan aplikasi SPSS 26.0 dapat disimpulkan sebagai berikut:

A. Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Dalam Memilih Bank Syariah di Desa Gedangan, Kecamatan Karangrejo, Kabupaten Tulungagung

Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat desa Gedangan, kecamatan Karangrejo, kabupaten Tulungagung dalam memilih Bank Syariah. Dengan demikian berarti bahwa semakin tinggi tingkat pengetahuan masyarakat maka minat memilih Bank Syariah akan semakin tinggi. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin Bank Syariah dapat memberikan informasi maka akan berdampak pula pada meningkatnya minat masyarakat dalam memilih Bank Syariah. Pengetahuan disini digunakan untuk mengartikan informasi baru sehingga akan menimbulkan minat memilih produk dan membuat keputusan pembelian produk tersebut. Hal tersebut dikarenakan masyarakat lebih mudah memahami dan mengetahui berbagai informasi produk yang ada di Bank Syariah yang akhirnya akan

menimbulkan minat dalam diri seseorang untuk memanfaatkan atau menggunakan produk tersebut dengan baik.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa, tingginya pengetahuan yang dimiliki masyarakat mengenai bank syariah berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk memilih bank syariah. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Philip Kotler yang menyebutkan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi minat perilaku konsumen yaitu faktor psikologis (motivasi, persepsi, kemampuan, pengetahuan, dan nilai-nilai spiritualisme/ tingkat keagamaan (*religiusitas*)). Pengetahuan merupakan suatu perubahan dalam perilaku suatu individu yang berasal dari pengalaman.¹⁰⁶ Pengetahuan tersebut didapatkan setiap individu melalui bangku sekolah dan lingkungan sekitar mereka. Oleh karena itu pengetahuan atas informasi yang didapatkan masyarakat akan menjadi bahan pertimbangan masyarakat dalam memilih bank syariah.

Untuk menguatkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, maka peneliti melakukan pengamatan dan observasi melalui kuersioner pada 97 responden yang telah diambil dari masyarakat desa Gedangan kecamatan Karangrejo. Dari observasi tersebut peneliti memperoleh rata-rata skor 3.53 yang dibulatkan menjadi 4 yang artinya setuju. Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan masyarakat yang tinggi akan mempengaruhi minat masyarakat dalam memilih bank syariah.

¹⁰⁶ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Cet. 2*, (Jakarta: Prenhalio, 2000), hal. 401

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Maskur Rosyid dan Halimatu Saidiah yang meneliti tentang pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung santri dan guru. Dimana dalam hasil penelitian tersebut tersebut menunjukkan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.¹⁰⁷ Penelitian yang dilakukan oleh Tiara yang meneliti pengaruh tingkat religiusitas, pengetahuan nasabah, pendapatan nasabah, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah. hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel religiusitas, pengetahuan nasabah, pendapatan nasabah dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah.¹⁰⁸

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat memilih bank syariah. Yang apabila semakin tinggi pengetahuan masyarakat, maka akan semakin tinggi pula minat masyarakat untuk memilih bank syariah tersebut. Dan begitu juga sebaliknya, semakin rendah pengetahuan masyarakat, maka minat masyarakat untuk memilih bank syariah akan semakin rendah.

¹⁰⁷ Maskur Rosyid dan Halimatu Saidiah, *Pengetahuan Perbankan Syariah dan Pengaruhnya terhadap Minat Menabung Santri dan Guru*, (Jurnal Islaminimoc, Vol. 7, No. 2 Agustus 2016), hal. 43

¹⁰⁸ Tiara, *Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan Nasabah, Pendapatan Nasabah, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus pada Nasabah PT Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu Magelang)*, (Salatiga: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2017)

B. Pengaruh Pendapatan Terhadap Minat Masyarakat Dalam Memilih Bank Syariah di Desa Gedangan, Kecamatan Karangrejo, Kabupaten Tulungagung

Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat desa Gedangan, kecamatan Karangrejo, kabupaten Tulungagung dalam memilih Bank Syariah. Dengan demikian berarti bahwa semakin tinggi tingkat pendapatan masyarakat maka minat memilih Bank Syariah akan semakin tinggi. Hal ini dikarenakan masyarakat yang memiliki pendapatan lebih akan cenderung menyisihkan sebagian pendapatannya dengan cara di tabung guna mencukupi kebutuhan di masa yang akan datang.

Penelitian ini menunjukkan bahwa pendapatan masyarakat yang tinggi akan mempengaruhi minat. Hal ini sesuai dengan teori Philip Kotler bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu faktor pribadi. Faktor pribadi meliputi usia, tahap siklus hidup, gaya hidup, penghasilan pekerjaan (pendapatan) dan keadaan ekonomi. Pilihan produk setiap individu dipengaruhi oleh keadaan ekonomi: pendapatan yang dapat dibelanjakan (tingkat stabilitas dan pola waktu), tabungan dan asset (termasuk presentase asset likuid), utang, kekuatan, dan sikap terhadap pengeluaran dan tabungan.¹⁰⁹ Sejalan juga dengan teori dari Colin Mc Iver dan Goeffrey Naylor menyatakan bahwa tindakan membuka rekening bank itu biasanya dipicu oleh suatu perubahan dari pola penghasilan atau pengeluaran.

¹⁰⁹ Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Ketigabelas Jilid 1*, (Jakarta: Gelora Aksara Pratam, 2009), hal. 166

Misalnya banyaknya orang yang bekerja disuatu perusahaan tertentu yang mengharuskan memakai suatu bank tertentu dalam proses penerimaan gaji.¹¹⁰

Untuk menguatkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti, maka peneliti melakukan pengamatan dan observasi melalui kuersioner pada 97 responden yang diambil dari masyarakat desa Gedangan kecamatan Karangrejo. Dari observasi tersebut peneliti memperoleh rata-rata skor 3,50 yang dibulatkan menjadi 4 yang berarti setuju. Hal ini menunjukkan bahwa pendapatan masyarakat yang tinggi akan mempengaruhi minat masyarakat dalam memilih bank syariah.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tiara yang meneliti pengaruh tingkat religiusitas, pengetahuan nasabah, pendapatan nasabah, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah. hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel religiusitas, pengetahuan nasabah, pendapatan nasabah dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah.¹¹¹ Serta penelitian yang dilakukan oleh Raja Putra Harahap yang meneliti pengaruh pelayanan, pendapatan, dan religi terhadap minat menabung pada tabungan mudharabah di Bank Muamalat Cabang Balai Kota

¹¹⁰ Colin Mc Iver dan Goeffrey Naylor, *Pemasaran Jasa-Jasa Keuangan*, (Jakarta: Bina Aksara, 1987), hal. 9

¹¹¹ Tiara, *Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan Nasabah, Pendapatan Nasabah, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus pada Nasabah PT Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu Magelang)*, (Salatiga: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2017)

Medan. Dimana hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelayanan dan pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung.¹¹²

Berdasarkan uraian diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel pendapatan masyarakat dapat mempengaruhi tingginya minat masyarakat memilih bank syariah. Yang apabila semakin tinggi pendapatan yang diperoleh masyarakat, maka semakin tinggi pula pula minat masyarakat untuk memilih bank syariah tersebut. Dan begitu juga sebaliknya, semakin rendah pendapatan masyarakat, maka minat masyarakat untuk memilih bank syariah akan semakin rendah.

C. Pengaruh Keagamaan Terhadap Minat Masyarakat Dalam Memilih Bank Syariah di Desa Gedangan, Kecamatan Karangrejo, Kabupaten Tulungagung

Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel keagamaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat desa Gedangan, kecamatan Karangrejo, kabupaten Tulungagung dalam memilih Bank Syariah. Dengan demikian berarti bahwa semakin tinggi tingkan keagamaan masyarakat maka minat memilih bank syariah akan semakin tinggi. Hal ini dikarenakan apabila masyarakat memiliki pengetahuan agama, paham akan perintah dan larangan Allah maka masyarakat akan menjauhi apapun yang dilarang oleh agama termasuk menjauhi riba, maysir dan gharar. Oleh karena itu agama disini dapat dikatakan sebagai keyakinan hati seseorang dalam meyakini segala larangan

¹¹² Raja Sakti Putra Harahap, *Faktof-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Menabung Pada Tabungan Mudharabah Di Bank Muamalat Cabang Balai Kota Medan*, (Jurnal Al-Qasd, Vol. 1, No.1, 2016)

yang telah dilarang agama, sehingga agama merupakan faktor penting untuk menimbulkan minat masyarakat dalam memilih bank syariah.

Penelitian ini menunjukkan bahwa tingginya keagamaan yang dimiliki masyarakat akan mempengaruhi minat. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Philip Kotler bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah faktor Psikologis yang meliputi motivasi, persepsi konsumen, sikap konsumen, nilai-nilai spiritualisme/ tingkat keagamaan.¹¹³ Menurut Djalaludin Keagamaan atau sering disebut religiusitas yaitu kedalaman seseorang dalam meyakini suatu agama dengan disertai tingkat pengetahuan agamanya yang diwujudkan ke dalam pengalaman nilai agama yaitu mematuhi aturan dan menjalankan kewajiban dengan ikhlas di kehidupan sehari-hari yang bersangkutan dengan ibadah. Maka dorongan agama harus terpenuhi untuk mencapai kepuasan.¹¹⁴ Sehingga dapat diartikan bahwa tingkat keagamaan setiap individu dapat mempengaruhi minat seseorang tersebut untuk menggunakan atau memilih bank syariah.

Untuk menguatkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, maka peneliti melakukan pengamatan dan observasi melalui kuersioner pada 97 responden yang diambil dari masyarakat desa Gedangan kecamatan Karangrejo. Dari observasi tersebut peneliti memperoleh rata-rata skor 3,77 Yang dibulatkan menjadi 4 yang artinya setuju. Hal ini menunjukkan bahwa keagamaan masyarakat yang tinggi akan mempengaruhi minat masyarakat dalam memilih bank syariah.

¹¹³ Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Ketigabelas Jilid 1*, (Jakarta: Gelora Aksara Pratam, 2009), hal. 166

¹¹⁴ Djalauddin, *Psikologi Agama*, (Jakarta: PT Grafindo Persada, 2010), hal. 256

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Desi Fatmawati yang meneliti pengaruh Pendapatan, Religiusitas, dan Informasi Produk terhadap Intensi Menabung di Bank Syariah. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Variabel Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.¹¹⁵ Penelitian yang dilakukan oleh Tiara yang meneliti pengaruh tingkat religiusitas, pengetahuan nasabah, pendapatan nasabah, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel religiusitas, pengetahuan nasabah, pendapatan nasabah dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah.¹¹⁶

Akan tetapi, hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Raja Putra Harahap yang meneliti pengaruh pelayanan, pendapatan, dan religi terhadap minat menabung pada tabungan mudharabah di Bank Muamalat Cabang Balai Kota Medan. Dimana dalam penelitian ini memperoleh hasil bahwa variabel religiusitas tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di Bank Muamalat. Hal ini dikarenakan masyarakat Medan lebih meningkatkan nilai ekonomi. Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Desi Fatmawati, Tiara yang menyatakan bahwa variabel religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat

¹¹⁵ Desi Fatmawati, *Pengaruh Pengetahuan Pendapatan, Religiusitas, dan Informasi Terhadap Intensi Menabung di Bank Syariah Pada Kalangan Santri Mahasiswa PP Wahid Hasyim di Sleman*, (Yogyakarta: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2015).

¹¹⁶ Tiara, *Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan Nasabah, Pendapatan Nasabah, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus pada Nasabah PT Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu Magelang)*, (Salatiga: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2017)

menabung di bank syariah. Hal ini karena variabel keagamaan (*religiusitas*) merupakan kunci aturan dalam kehidupan sehari-hari agar terhindar dari perbuatan dosa yang telah dilarang agama dan mendapat pahala dengan menjalankan perintah-Nya. Dalam menjalankan setiap aktivitas perbankan syariah selalu menggunakan prinsip-prinsip yang ada di Agama Islam seperti menghindari riba, gharar dan maysir yang merupakan dosa besar. Tingkat kesadaran yang tinggi dalam menjalankan perintah Allah SWT merupakan salah satu bentuk amalan dalam menjalankan syariat Islam dengan memilih mengalokasikan dananya ke bank syariah. Hal tersebut dikarenakan setiap individu yang memiliki pengetahuan agama akan merasa takut dengan hukuman Allah SWT atas dosa yang dilakukan di dunia termasuk riba, maysir dan gharar. Dengan demikian tingginya tingkat keagamaan (*religiusitas*) yang dimiliki oleh masyarakat, akan meningkatkan minat masyarakat untuk memilih bank syariah.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa keagamaan masyarakat dapat mempengaruhi minat masyarakat memilih bank syariah, yang apabila semakin tinggi keagamaan masyarakat, maka akan semakin tinggi pula minat masyarakat untuk memilih bank syariah tersebut. Dan begitu juga sebaliknya, semakin rendah keagamaan masyarakat, maka minat masyarakat untuk memilih bank syariah akan semakin rendah.

D. Pengaruh secara Simultan antara Pengetahuan, Pendapatan, dan Keagamaan terhadap Minat Masyarakat desa Gedangan dalam Memilih Bank Syariah

Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif terhadap variabel pengetahuan, pendapatan, dan keagamaan terhadap minat masyarakat dalam memilih bank syariah. Berdasarkan hasil uji F menunjukkan secara simultan bahwa variabel pengetahuan, pendapatan, dan keagamaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam memilih bank syariah. Dari penelitian ini terlihat tiga variabel mempengaruhi sebesar 79,8%, dan sisanya dipengaruhi variabel lain diluar variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Dengan demikian hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa bank syariah dapat memanfaatkan pengetahuan, pendapatan, dan keagamaan untuk mempromosikan, memasarkan produk yang ada di bank syariah dan menarik minat masyarakat untuk memilih bank syariah.

Penelitian ini menunjukkan bahwa tingginya pengetahuan masyarakat, tingginya pendapatan yang diperoleh masyarakat, dan tingginya tingkat keagamaan yang dimiliki masyarakat akan mempengaruhi minat masyarakat dalam memilih bank syariah. hasil dari penelitian ini sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Philip Kotler bahwa perilaku konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya yaitu penghasilan (pendapatan),

pengetahuan, dan nilai-nilai spiritualisme (*religiusitas*).¹¹⁷ Hal ini karena, setiap orang yang memiliki pengetahuan terhadap suatu produk tertentu, secara otomatis akan lebih cenderung ingin membeli atau mengonsumsi produk tersebut, begitu juga pada pendapatan seseorang yang tinggi akan membuat seseorang tersebut ingin menggunakan uangnya untuk membeli produk tersebut, dan keagamaan atau religiusitas merupakan keyakinan dalam hati seseorang terhadap aturan bagi kehidupan sehari-hari.¹¹⁸ Perpaduan antara variabel pengetahuan yang tinggi dapat menarik minat masyarakat ditambah dengan keagamaan yang baik akan memperkuat minat masyarakat untuk memilih mengalokasikan dananya ke bank syariah, serta variabel pendapatan tinggi akan memberikan dampak signifikan pada minat masyarakat untuk memilih bank syariah. Perpaduan dari ketiga variabel tersebut secara simultan memberikan efek positif terhadap minat masyarakat dalam memilih bank syariah.

Penelitian ini sesuai dengan hasil yang dilakukan oleh Desi Fatmawati Penelitian ini yang meneliti pengaruh pendapatan, religiusitas, dan informasi produk terhadap intensi menabung di bank syariah pada kalangan santri mahasiswa PP Wahid di Sleman. Penelitian ini menyimpulkan bahwa secara simultan antara pendapatan, religiusitas, dan informasi produk berpengaruh

¹¹⁷ Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Ketigabelas Jilid 1*, (Jakarta: Gelora Aksara Pratam, 2009), hal. 166

¹¹⁸ Djalauddin, *Psikologi Agama*, (Jakarta: PT Grafindo Persada, 2010), hal. 256

positif dan signifikan terhadap intensi menabung di bank syariah pada kalangan santri mahasiswa PP Wahid di Sleman.¹¹⁹

Penelitian yang dilakukan oleh Raja Putra Harahap yang meneliti pengaruh pelayanan, pendapatan, dan religi terhadap minat menabung pada tabungan mudharabah di Bank Muamalat cabang balai kota Medan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa secara simultan antara variabel pelayanan, pendapatan, dan religi berpengaruh terhadap minat menabung pada tabungan Mudharabah di Bank Muamalat cabang balai kota Medan.¹²⁰

Penelitian yang dilakukan oleh Tiara yang meneliti pengaruh tingkat religiusitas, pengetahuan nasabah, pendapatan nasabah, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah. penelitian ini menyimpulkan bahwa secara simultan antara tingkat religiusitas, pengetahuan nasabah, pendapatan nasabah, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah.¹²¹

Berdasarkan pembahasan mengenai semua hasil pengujian hipotesis di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa secara persial maupun simultan masing-masing variabel yang terdiri dari pengetahuan, pendapatan, dan keagamaan mempengaruhi minat masyarakat dalam memilih bank syariah.

¹¹⁹ Desi Fatmawati, *Pengaruh Pengetahuan Pendapatan, Religiusitas, dan Informasi Terhadap Intensi Menabung di Bank Syariah Pada Kalangan Santri Mahasiswa PP Wahid Hasyim di Sleman*, (Yogyakarta: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2015)

¹²⁰ Raja Sakti Putra Harahap, *Faktof-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Menabung Pada Tabungan Mudharabah Di Bank Muamalat Cabang Balai Kota Medan*, (Jurnal Al-Qasd, Vol. 1, No.1, 2016)

¹²¹ Tiara, *Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan Nasabah, Pendapatan Nasabah, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus pada Nasabah PT Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu Magelang)*, (Salatiga: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2017)

semakin tinggi pengetahuan, pendapatan, dan keagamaan masyarakat, maka akan semakin tinggi pula minat masyarakat untuk memilih bank syariah.