

BAB V

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Setelah dilakukan penelitian secara langsung dengan melakukan penyebaran kuesioner atau angket yang ditunjukkan kepada nasabah di Bank Syariah. Selanjutnya data dari hasil jawaban responden atas kuesioner atau angket tersebut akan diolah peneliti dengan menggunakan bantuan dari aplikasi computer SPSS 16.0. Berdasarkan pada hasil olahan statistic, maka dapat dikemukakan dalam penelitian ini yang menjelaskan:

A. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Mahasiswa Menabung pada Bank Syariah di Tulungagung

Hasil pengujian menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa menabung pada Bank Syariah di Tulungagung. Hal ini dibuktikan dengan hasil dari t hitung dari variabel kualitas pelayanan yang menunjukkan bahwa nilai t hitung $>$ t tabel. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima. Karena ketika semakin bagus pelayanan yang diberikan bank maka dapat meningkatkan minat mahasiswa untuk menabung di Bank Syariah. Dan sebaliknya apabila pelayanan yang diberikan buruk atau tidak sesuai dengan yang diinginkan maka minat menabung akan mengalami penurunan.

Hasil penelitian diatas sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Tjiptono bahwa kualitas pelayanan dipandang sebagai salah satu komponen yang perlu diwujudkan oleh perusahaan, karena memiliki pengaruh untuk mendapatkan

kualitas pelayanan merupakan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Hal yang dapat menjadi tingkat keunggulan untuk memenuhi harapan konsumen pada kualitas pelayanan seperti bukti fisik, keandalan ketanggapan, jaminan dan empati.¹ Dengan memberikan kualitas pelayanan yang sesuai dengan apa yang diharapkan nasabah maka nasabah akan percaya dan merasa aman dalam menggunakan jasa/produk bank. Sehingga dapat memberikan pengaruh terhadap peningkatan pada jumlah nasabah dan bank dapat mempertahankan nasabah lama. Hasil penelitian penulis ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aisyah², dan Ali Mahmudi³ yang menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menabung.

B. Pengaruh Atribut Produk terhadap Minat Mahasiswa Menabung pada Bank Syariah di Tulungagung

Hasil pengujian menunjukkan bahwa pengaruh atribut produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa menabung pada Bank Syariah di Tulungagung. Hal ini dibuktikan dengan hasil dari t hitung dari variabel kualitas pelayanan yang menunjukkan bahwa nilai t hitung > t tabel. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa

¹ Reza Dimas Sigit dan Farhan Oktafani, "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Lapangan Futsal (Studi Kasus pada IFI Futsal Bandung)", *JURNAL*, September 2014

² Aisyah, *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Nasabah untuk Menabung (Study Kasus pada PT. Bank Mega Syariah Cabang Semarang)*, (Semarang: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2013)

³ Ali Mahmudi, *Pengaruh Kualitas Produk Tabungan dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung di BTM Tumang cabang Salatiga*, (Salatiga: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2015)

atribut produk yang telah diterapkan oleh pihak Bank Syariah sesuai dengan yang diinginkan nasabah.

Hasil penelitian diatas sesuai dengan teori Iqbal yang menyatakan bahwa atribut produk islam adalah atribut produk khas yang ada pada bank syariah, berupa fitur produk yang sesuai dengan system keuangan syariah, indikator prinsip-prinsip yang digunakan adalah tidak ada unsur riba, menggunakan system bagi hasil, tidak ada unsur gharar, tidak ada unsur judi dan digunakan untuk investasi yang halal. Antonio menjelaskan beberapa hal pokok yang diperhatikan oleh bank syariah khususnya dalam pembiayaan menyangkut beberapa hal, yaitu : apakah objek pembiayaan halal, proyek pembiayaan bukan untuk perjudian atau asusila, dan menimbulkan kerugian bagi masyarakat⁴. Hasil penelitian penulis ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Isyahrul Aji Purnawan⁵, dan Roni Andespa⁶ yang menunjukkan bahwa atribut produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung.

C. Pengaruh Fasilitas terhadap Minat Mahasiswa Menabung pada Bank Syariah di Tulungagung

Penelitian ini untuk meneliti apakah fasilitas tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa menabung pada bank syariah di Tulungagung, berdasarkan

⁴ Rutmaira Sitinjak, “Analisis Pengaruh Atribut Produk Islami dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah pada PT Bank Negara Indonesia Syariah (BNI Syariah) Pekanbaru”, *Jom FEKON* Vol.2 No.2 Oktober 2015, hal. 5

⁵ Isyahrul Aji Purnawan, *Analisis Pengaruh Iklan, Atribut Produk, Brand Image dan Persepsi terhadap Minat nasabah Menabung di Bank BRI Syariah KC Semarang*, (Salatiga: Skripsi, 2019)

⁶ Roni Andespa, “Pengaruh Atribut Produk terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Syariah”, *Jurnal Kajian Ekonomi Islam* Vol. 3, No. 2, Juli-Desember 2018.

analisis data dengan menggunakan uji t atau persial menyatakan bahwa fasilitas tidak mempunyai pengaruh terhadap minat mahasiswa menabung pada bank syariah di Tulungagung. Hal tersebut dinyatakan dengan diperolehnya nilai t hitung lebih besar dari t tabel maka H_1 diterima dan H_0 ditolak. Dengan semakin baik fasilitas yang diberikan pihak bank dalam memenuhi kebutuhan nasabah maka akan semakin menarik minat nasabah untuk menyimpan uangnya pada bank tersebut.

Sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Rhenald Kasali, fasilitas dapat didefinisikan sebagai sarana dan prasarana yang penting dalam usaha meningkatkan kepuasan seperti memberi kemudahan dan kenyamanan bagi pengguna jasa. Apabila fasilitas yang disediakan sesuai dengan kebutuhan, maka nasabah akan merasa puas. Perusahaan yang memberikan suasana menyenangkan dengan desain fasilitas yang menarik akan mempengaruhi nasabah dalam melakukan transaksi.⁷ Hasil penelitian penulis ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ayu Wandira⁸ dan Saima Maruba Ritonga⁹ yang menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung.

⁷ Saenawati dan Desi, "Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Mandiri Persero TBK di Sampit", *Jurnal Terapan Manajemen dan Bisnis*, I (2017), Hal.60.

⁸ Ayu Wandira, *Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan terhadap Minat Nasabah Menabung di Bank Syariah (Studi pada Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung Bandar Lampung)*, (Lampung: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2018)

⁹ Saima Maruba Ritonga, *Pengaruh Kualitas produk dan Fasilitas terhadap Minat Nasabah Menabung pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. cabang Padangsidimpuan CAPEM Panyabungan*, (Padangsidimpuan: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2017)

D. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Atribut Produk, dan Fasilitas terhadap Minat Mahasiswa Menabung pada Bank Syariah di Tulungagung

Secara simultan variabel kualitas pelayanan, atribut produk dan fasilitas berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa menabung pada Bank Syariah di Tulungagung. Hal ini ditunjukkan dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1), atribut produk (X2), dan fasilitas (X3) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa menabung pada Bank Syariah di Tulungagung. Adapun besar persentase determinasi (R²) yang diberikan variabel kualitas pelayanan, atribut produk, dan fasilitas terhadap minat nasabah menabung memberikan kontribusi sebesar 67,1% sedangkan sisanya 6,83% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Dengan demikian bahwa jika kualitas pelayanan yang diberikan baik, karyawan ramah dan cepat tanggap maka akan meningkatkan minat nasabah menabung, begitu juga dengan atribut produk yang diberikan bank ketika atribut produk yang diberikan sesuai dengan kebutuhan nasabah maka juga dapat meningkatkan minat nasabah untuk menabung dan semakin lengkapnya fasilitas yang diberikan perusahaan kepada nasabah maka semakin tinggi juga minat nasabah untuk menabung.