

BAB V

PEMBAHASAN

A. Citra Perusahaan terhadap Minat Menabung Nasabah di PT Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung Sudirman

Sesuai hasil pengolahan data dengan ditunjukkan melalui uji t variabel citra perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah, penelitian ini sama seperti yang ada di penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nurul Khotimah⁶⁹, jika melalui uji t variabel citra perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah.

Peneliti menarik kesimpulan sesuai hasil penyebaran kuesioner bahwa nasabah lebih memperhatikan ruangan kantor bersih, nyaman dan penataannya rapi, produknya sesuai yang diharapkan, pegawai bank tanggap keluhan nasabah, bank yang sudah terpercaya sejak lama dan mempunyai reputasi yang baik. Respon menyatakan kurang setuju dengan citra perusahaan mengenai logo bank. Dapat dilihat pada salah satu pertanyaan ditunjukkan PT BSI Tbk. KCP Tulungagung Sudirman mempunyai logo menarik bernilai kecil diantara pertanyaan yang lain.

Jika diamati maka semakin baik pihak bank memberikan citra perusahaan kepada nasabah sesuai kebutuhannya dengan itu supaya minat nasabah dapat tertarik menabung di bank tersebut. Teori yang dikemukakan oleh Rudi Haryanto⁷⁰, dari citra perusahaan sendiri merupakan persepsi

⁶⁹ *Ibid*, Nurul Khotimah, “Pengaruh Religuitas, Kepercayaan, Citra Perusahaan dan Sistem Bagi Hasil terhadap Minat Menabung dan Loyalitas di Bank Syariah Mandiri”,...

⁷⁰*Ibid*, Rudi Haryanto, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*,...

seseorang mengenai hal baik perusahaan maupun produknya sesuai pengalaman yang diperoleh. Sesuai hasil jawaban kuesioner dari keenam pertanyaan variabel citra perusahaan, terdapat 1 responden yang menjawab tidak setuju mengenai logo yang menarik. Dalam hal ini terlihat bahwa logo bank tidak mempengaruhi nasabah untuk menabung pada bank tersebut. Tetapi nasabah akan tertarik apabila saat sebagian dananya disimpan di bank mereka merasa produk yang sesuai diharapkan, ruangan kantor bersih, pegawai tanggap keluhan nasabah, serta bank mempunyai reputasi baik di kalangan nasabah.

B. Pengaruh Kualitas Perusahaan terhadap Minat Menabung Nasabah di PT BSI Tbk. KCP Tulungagung Sudirman

Sesuai hasil pengolahan data dengan ditunjukkan melalui uji t variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah, penelitian ini sama seperti yang ada yang terdapat pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Arum Mayang Sari, jika melalui uji t variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah.

Peneliti menarik kesimpulan sesuai hasil penyebaran kuesioner bahwa nasabah lebih memperhatikan penampilan pegawai rapi, bersih dan berperilaku ramah. Respon menyatakan ragu-ragu kualitas pelayanan mengenai pegawai cepat dan tanggap dalam melayani keperluan nasabah. Respon menyatakan kurang setuju dengan pegawai cepat dan tanggap melayani keperluan nasabah.

Jika diamati maka semakin berkualitas pegawai memberikan kualitas pelayanan kepada nasabah sesuai yang diinginkan, dengan itu supaya minat nasabah dapat tertarik menabung di bank tersebut. Teori dari jurnal yang dikemukakan oleh Rizal Zulkarnain, HER Taufik, dan Agus David Ramdansyah⁷¹ merupakan bentuk dari penyajian produk dan jasa sesuai standar perusahaan agar sesuai pelayanan yang diharapkan konsumen. Sesuai hasil jawaban kuesioner dari kelima pertanyaan variabel citra perusahaan, dari 18 responden yang menjawab ragu-ragu mengenai pelayanan pegawai yang tanggap dalam melayani keperluan nasabah. Oleh karena itu pegawai harus lebih baik lagi dalam melayani keperluan nasabah apapun, agar tetap menjadi nasabah di PT Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung Sudirman.

C. Pengaruh Pengetahuan Produk Bank terhadap Minat Menabung Nasabah di PT BSI Tbk. KCP Tulungagung Sudirman

Sesuai hasil pengolahan data ditunjukkan melalui uji t variabel pengetahuan produk bank mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat menabung di PT Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung Sudirman. Seperti penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yuli Astari, mengenai uji t yang telah dianalisis jika pengetahuan produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung nasabah.

⁷¹Rizal Zulkarnain, HER Taufik, dan Agus David Ramdansyah, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus PT Bank Syariah Mu’amalah Cilegon)”, Jurnal Manajemen dan Bisnis Vol. 2 No. 01, 2020, hal. 3.

Dapat dilihat kesimpulannya indikator mengenai pengetahuan produk, masing- masing pertanyaan yang terdapat di kuesioner diantaranya produk sesuai prinsip Islam, manfaat dan keuntungan bagi hasil, perbedaan bagi hasil dan bunga, pengetahuan tentang riba dan tentang kontribusi sosial di PT Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung Sudirman terbukti menciptakan minat menabung nasabah. Teori sesuai yang telah dikemukakan Donny Herdianto menyatakan bahwa Pengetahuan produk adalah kumpulan bermacam informasi mengenai jenis produk, merek, atribut, fitur, harga dan kepercayaan mengenai produk. Jadi, semakin nasabah mengetahui bermacam- macam pengetahuan produk lebih detail mereka akan lebih mudah untuk melakukan kegiatan transaksi apapun yang diminatinya.

D. Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan dan Pengetahuan Produk Bank terhadap Minat Menabung Nasabah di PT BSI Tbk. KCP Tulungagung Sudirman

Hasil dari pengolahan data dengan menggunakan uji regresi linier berganda ditunjukkan bahwa secara simultan variabel citra perusahaan, kualitas pelayanan dan pengetahuan produk bank mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat menabung di PT BSI Tbk. KCP Tulungagung Sudirman. Seperti yang kita lihat sesuai uji f atau secara simultan bernilai f hitung ($10,535 > 3,94$) dan signifikansi ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian sesuai penelitian terdahulu yang ditunjukkan oleh Ahmad wahid Syahrizal

R.⁷² secara simultan variabel Pengetahuan dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan positif terhadap minat menabung. Dan penelitian yang dilakukan oleh Suciati Rahayu Tri Fatimah yang menunjukkan bahwa secara simultan variabel Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap minat menabung.

Minat menabung merupakan keinginan seseorang sebelum menjadi nasabah untuk mencari banyak informasi mengenai produk yang sesuai mereka butuhkan atau bisa jadi kecenderungan seseorang yang sudah menjadi nasabah di bank tersebut mengenai produk yang di minatnya untuk melakukan serangkaian transaksi yang berkaitan menyimpan dana atau menabung di bank tersebut.⁷³ Dalam mencapai hal tersebut , peran bank syariah sebagai sarana untuk menyimpan dana atau menabung perlu diseimbangi dengan peningkatan citra perusahaan, kualitas pelayanan, dan pengetahuan produk bank yang berkualitas, jika semakin meningkatnya kualitas tersebut dalam memenuhi kegiatan transaksi peningkatan nasabah penabungpun juga meningkat.

⁷² *Ibid*, Ahmad Wahid Syahrizal R, *Pengaruh Promosi, Pengetahuan Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus pada BRI Syariah KC Semarang),...*

⁷³ Yulia Putri, dkk, *Strategi meningkatkan Minat Menabung di Bank Syariah melalui Penerapan Religuitas*, Jurnal Manajemen dan Bisnis, Vol.16, No. 1 (2019),hal 81.