

BAB V

HASIL PENELITIAN

A. Faktor budaya berpengaruh dalam menabung di BRI Syariah Tulungagung

Budaya merupakan aneka ragam tingkah laku, pola berpikir, pergaulan dan keserasian dalam hidup yang diterima atau diperbuat oleh anggota masyarakat, sehingga mereka menjadi berbeda dengan masyarakat lainnya. Kebudayaan itu sebenarnya merupakan ciri khusus masyarakat. Budaya merupakan tingkah laku, pola berpikir, pergaulan dan keserasian dalam hidup yang di perbuat dan diterima oleh anggota masyarakat, sehingga mereka menjadi berbeda (ciri khusus) dengan masyarakat lainnya.¹

Budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling dasar. Anak-anak yang sedang tumbuh mendapatkan seperangkat nilai, preferensi, persensi, dan perilaku dari keluarga meupum lembaga-lembaga lainnya. Dampak budaya terhadap perilaku konsumen bersifat alami dan otomatis. Contohnya, budaya yang menentukan standar dan aturan untuk seseorang kapan dan dimana akan makan dan menu apa yang tepat untuk disajikan pada waktu pagi, siang, dan malam. Budaya merupakan penentu keinginan yang paling mendasar.

Sesuai dengan penghitungan yang dilaksanakan maka hasil penelitian pada hipotesa pertama menyatakan “Faktor budaya berpengaruh dalam menabung di BRI Syariah Tulungagung.” Hasil penelitian ini didukung oleh

¹ Nazili Shaleh Ahmad, *Pendidikan dan Masyarakat*, (Yogyakarta: Bina Usaha), hlm. 28-29

penelitian yang dilaksanakan oleh Syafril dan Nuril Huda. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa faktor religius, ekonomi dan kelompok acuan, keluarga, kelas sosial, motivasi, pembelajaran dan memori berpengaruh signifikan dalam mengambil keputusan pemilihan pembiayaan mikro Bank Syariah Mandiri. Sedangkan faktor budaya dan persepsi tidak berpengaruh dalam pengambilan keputusan. Faktor yang dominan dalam pengambilan keputusan pemilihan pembiayaan mikro pada Bank Syariah Mandiri adalah faktor religius.² Kemudian penelitian yang dilaksanakan oleh Atin Yulaifah. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa secara keseluruhan variabel budaya, sosial, pribadi dan psikologi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah. Bila dibandingkan dengan ketiga variabel lainnya yaitu budaya, sosial, pribadi, dan psikologi memiliki pengaruh yang paling dominan. Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu sama-sama melihat seberapa besar pengaruh budaya, sosial terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.³

Budaya merupakan salah satu faktor yang memberikan pengaruh kepada minat ataupun keputusan seseorang dalam menentukan sebuah pilihan. Penting bagi sebuah perusahaan untuk mempertimbangkan budaya dalam melaksanakan strategi dan penempatan pemasaran, khususnya dalam penelitian ini yaitu berhubungan dengan minat menabung di Bank BRI Syariah.

Dari berbagai uraian tersebut maka dapat ditarik kesimpulan bahwasanya faktor budaya harus menjadi perhatian bagi pihak Bank BRI Syariah dalam meningkatkan minat masyarakat dalam menabung di Bank BRI

² Huda, Nuril. "Analisis Faktor Sosial Budaya dan Psikologis yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan pada Warung Mikro (Studi pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Banjarmasin)." *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)* 3.3 (2016): 257-268.

³ Atin Yulaifah, *Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologis Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah*, Skripsi UIN Syarif Hidayatullah, (Jakarta: 2011).

Syariah. Faktor ini tidak dapat disepelekan dalam hal menarik minat calon nasabah agar berkesan untuk menabung. Dengan pendekatan budaya, maka akan memudahkan minat lembaga Bank untuk menarik minat calon nasabahnya.

B. Faktor status sosial berpengaruh dalam menabung di BRI Syariah Tulungagung

Status sosial merupakan kedudukan seseorang dalam kelompok atau masyarakat atau bisa disebut dengan pembagian masyarakat kedalam kelas-kelas yang berbeda atau strata yang berbeda. Status sosial menurut Santrock dalam Bintana Afiati mendefinisikan status sosial ekonomi sebagai pengelompok orang-orang berdasarkan kesamaan karakteristik pekerjaan, pendidikan dan ekonomi.⁴

W. S Winkel menyatakan bahwa pengertian status sosial mempunyai makna suatu keadaan yang menunjukkan pada kemampuan finansial keluarga dan perlengkapan materi yang dimiliki. Sedangkan Santrock dalam Bintana Afiati mendefinisikan status sosial ekonomi sebagai pengelompok orang-orang berdasarkan kesamaan karakteristik pekerjaan, pendidikan dan ekonomi. Beragamnya orang yang ada disuatu lingkungan akan memunculkan diferensiasi sosial (pembeda-beda) atau pelapisan sosial.⁵

Sesuai dengan penghitungan tersebut dapat dalam penelitian ini, hasil dari penelitian pada hipotesa kedua, ” Faktor status sosial berpengaruh dalam menabung di BRI Syariah Tulungagung.” Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilaksanakan oleh Denisa Irawaty Nababab dan Haroni Doli Harmoraron. Hasil penelitiannya menjelaskan bahwa faktor yang

⁴ Yayah Bahjatussaniah, Nuraini, dan Achmadi, *Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa*, vol4, no.12 (2015).

⁵ *Ibid.*

mempengaruhi masyarakat kecamatan Medan dalam memilih Bank sebagai sumber pendanaan adalah tingkat bunga yang di tetapkan untuk sejumlah kredit yang di pinjam nasabah. Sistem administrasi di dalam pengurus kredit, kegunaan yang ditetapkan oleh pihak bank untuk masing-masing kredit, dan kredibilitas bank di kalangan masyarakat.⁶ Kemudian. penelitian yang dilaksanakan oleh Fika Rima Dari hasil penelitian yang di lakukan oleh Fika Rima yaitu terdapat 5 faktor yang terbentuk, terdiri dari faktor pertama yaitu faktor produk dan agama, faktor kedua yaitu merk dan pelayanan, faktor ketiga yaitu faktor tempat, faktor yang keempat yaitu fasilitas dan promosi, faktor kelima yaitu faktor dorongan, sosialisasi, dan lainnya.⁷

Adanya status sosial masyarakat yang berbeda-beda dari masing-masing keluarga menyebabkan terjadinya perbedaan kondisi atau keadaannya dengan masyarakat disekitarnya. Definisi status sosial telah didefinisikan dengan berbagai cara, dengan definisi yang biasanya terdiri atas status sosial (posisi, kelas) dan indikator ekonomi (kesejahteraan, pendidikan).

Dari berbagai uraian diatas, status sosial seseorang dapat menjadi sebuah pertimbangan bagi pihak Bank BRI Syariah dalam menarik minat masyarakat. Status sosial menjadi salah satu faktor penting dalam menumbuhkan minat menabung seseorang. Dengan mempertimbangkan faktor status sosial maka pihak Bank BRI Syariah dapat melakukan segmentasi promosi pada klasifikasi status sosial yang tepat sesuai dengan bentuk produk perbankan yang ditawarkan.

⁶ Denisa Irawaty nasabah dan Haroni Doli Harmoraron, “ Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Kecamatan Medan Helvetia dalam Memilih Lembaga Keuangan Sebagai Sumber Pendanaan” Jurnal ekonomi dan keuangan Vol. 1 no. 6, (Medan: 2013), hlm. 23

⁷ Etta dan Sopiah, *Perlaku Konsumen*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2013), hlm. 278

C. Faktor referensi berpengaruh dalam menabung di BRI Syariah Tulungagung

Referensi merupakan sumber acuan (petunjuk), atau bisa disebut dengan sekelompok orang yang secara nyata mempengaruhi perilaku seseorang. Referensi adalah kelompok yang memberikan pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang⁸ Sebuah kelompok referensi bagi seseorang adalah kelompok yang memberikan pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang. Kelompok yang memberikan pengaruh langsung kepada seseorang disebut kelompok keanggotaan, yakni kelompok dimana seseorang menjadi anggotanya dan saling berinteraksi.⁹

Sesuai dengan penghitungan yang dilaksanakan maka dapat diketahui hasil dari penelitian pada hipotesa ketiga, ” Faktor referensi berpengaruh dalam menabung di BRI Syariah Tulungagung.” Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilaksanakan oleh Elsa Wilna. Hasil analisis ini menunjukkan bahwa pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan menabung nasabah sebesar 4,80%. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Wilna, diantaranya variabelnya berbeda dan tempat studi kasusnya juga tidak sama, dalam penelitian ini dilakukan pada nasabah BRI Syariah Tulungagung. Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian Wilna sama-sama meneliti kelompok acuan (referensi) terhadap keputusan nasabah.¹⁰

⁸ Philip Kotler & Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama, 2009), hlm. 170

⁹ Ibid., 171

¹⁰ Elsa Wilna, Pengaruh Promosi dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Tabungan Simpedes pada PT. Bank Rakyat Indoensia (Persero) TBK Kantor Cabang Brigjen Sudiarto Semarang, *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol. 4 No. 2, tahun 2015.

Kelompok referensi mempengaruhi anggota dengan tiga cara, mereka memperkenalkan perilaku dan gaya hidup baru kepada seseorang, mereka mempengaruhi sikap dan konsep diri, dan mereka menciptakan tekanan kenyamanan yang dapat mempengaruhi pilihan produk dan merek. Jika pengaruh kelompok kuat, pemasar harus menentukan cara menjangkau dan mempengaruhi pemimpin opini kelompok. Pemimpin opini kelompok merupakan orang yang menawarkan informasi informal tentang produk tertentu. Contohnya mana yang terbaik dari beberapa merek atau bagaimana produk tertentu dapat digunakan.

Dari uraian diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwasnya faktor referensi merupakan salah satu faktor penting dalam menarik minat calon nasabah. Dengan diketahuainya sebuah kelompok dengan kecenderungannya, maka hal ini akan memudahkan pihak Bank BRI Syariah untuk memperkenalkan dan memasarkan produk-produknya. Sehingga apa yang dilaksanakan dapat berjalan dengan maksimal.

D. Faktor persepsi berpengaruh dalam menabung di BRI Syariah Tulungagung

Persepsi merupakan tanggapan (penerimaan) langsung dari sesuatu, atau merupakan proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui panca inderanya. Persepsi, dapat diartikan sebagai proses seorang individu memilih, mengorganisasi, dan menafsirkan masukan informasi untuk menciptakan sebuah gambaran yang bermakna tentang dunia.

Seseorang yang termotivasi siap untuk melakukan suatu perbuatan. Bagaimana seseorang yang termotivasi berbuat sesuatu adalah di pengaruhi oleh persepsinya terhadap situasi yang dihadapinya. Persepsi dapat diartikan

sebagai proses seorang individu memilih, mengorganisasi, dan menafsirkan masukan informasi untuk menciptakan sebuah gambaran yang bermakna tentang dunia. Persepsi tergantung bukan hanya pada sifat rangsangan fisis, tetapi juga hubungan rangsangan dengan medan sekelilingnya dan kondisi dalam diri individu.

Sesuai dengan penghitungan yang dilaksanakan maka dapat diketahui hasil dari penelitian pada hipotesa keempat, "Faktor persepsi berpengaruh dalam menabung di BRI Syariah Tulungagung." Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilaksanakan oleh Himyar Pasrizal, Ubud Salim dan Umar Nimran. Hasil penelitiannya menunjukkan pengaruh hubungan variabel yang terkuat adalah dari variabel strategi pemasaran terhadap variabel keputusan menjadi nasabah, yaitu sebesar 0,69. Pengaruh hubungan variabel terlemah adalah pengaruh variabel kepribadian terhadap keputusan menjadi nasabah sebesar 0.05. Sedangkan untuk variabel kepribadian terhadap keputusan menjadi nasabah sebesar 0,054, dan variabel kelas sosial sebesar 0,251 dan yang terakhir variabel budaya terhadap keputusan menjadi nasabah sebesar 0,006¹¹.

Orang dapat muncul dengan persepsi yang berbeda terhadap obyek rangsangan yang sama karena tiga proses yang berkenaan dengan persepsi yaitu penerima rangsangan secara selektif, perubahan makna informasi secara selektif, dan mengingat sesuatu secara selektif. Berdasarkan berbagai definisi persepsi diatas, secara umum persepsi dapat diartikan sebagai proses pemberian makna, interpretasi dari stimuli dan sensasi yang diterima oleh

¹¹ Himyar Pasrizal, Ubud Salim dan Umar Nimran, " pengaruh Kepribadian, kelas sosial, dan budaya Pengusaha terhadap Strategi Pemasaran dan Keputusan menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri di Sumatera Utara" Jurnal aplikasi manajemen Vol.10 no 4, (Malang: 2012), hlm. 718-720

individu, dan sangat mempengaruhi faktor-faktor internal maupun eksternal masing-masing individu tersebut.

Dari berbagai uraian diatas dapat dipahami mengenai persepsi mengandung suatu proses dalam diri untuk mengetahui dan mengevaluasi sejauh mana kita mengetahui orang lain, pada proses ini kepekaan dalam diri seseorang terhadap lingkungan sekitar mulai terlihat. Cara pandang seseorang akan menentukan kesan yang dihasilkan dari proses persepsi. Proses interaksi tidak dapat dilepaskan dari cara pandang atau persepsi satu individu terhadap individu yang lain, sehingga memunculkan apa yang dinamakan persepsi masyarakat. Persepsi atau pandangan pribadi seseorang penting menjadi salah satu faktor yang dipertimbangkan bagi pihak Bank BRI Syariah dalam menumbuhkan minat konsumen.

E. Faktor situasi ekonomi berpengaruh dalam menabung di BRI Syariah Tulungagung

Situasi sosial merupakan suatu kondisi tertentu dimana berlangsung hubungan antara individu yang satu dengan individu yang lain atau terjadi saling berhubungan antara dua individu atau lebih. Situasi ekonomi merupakan Keadaan ekonomi ini meliputi pendapatan yang dibelanjakan (tingkat pendapatan, stabilitas, dan pola waktunya), tabungan dan kekayaan (termasuk persentase yang likuid) hutang, kekuatan untuk meminjam dan pendirian terhadap belanja dan menabung.

Situasi ekonomi seseorang akan mempengaruhi pilihan produk. Pemasar barang-barang yang sensitif terhadap pendapatan yang terdiri dari pendapatan pribadi, tabungan dan suku bunga. Jika indikator ekonomi menunjukkan resesi, pemasar dapat mengalami langkah-langkah untuk

merancang ulang, mereposisi dan menetapkan harga kembali untuk produk mereka secara seksama. Beberapa pasar menargetkan konsumen yang mempunyai banyak uang dan sumber daya, menetapkan harga yang sesuai.

Sesuai dengan penghitungan tersebut dapat diketahui hasil dari penelitian pada hipotesa kelima, "Faktor situasi ekonomi berpengaruh dalam menabung di BRI Syariah Tulungagung." Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilaksanakan oleh Karlana Aprianti. Hasil penelitian ini menunjukkan variabel independen sosial budaya yang terdiri dari kelas sosial (X1), kelompok acuan (X2), keluarga (X3), Religiusitas (X4), ekonomi (X5) dan pemahaman hukum riba (X6) yang berpengaruh positif dan signifikan adalah religiusitas (X4), ekonomi (X5) dan pemahaman hukum riba (X6). Sedangkan variabel kelas sosial (X1), kelompok acuan (X2), dan keluarga (X3) tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.

Dari berbagai uraian tersebut maka penting bagi pihak Bank BRI Syariah untuk mempertimbangkan faktor situasi ekonomi seseroang dalam melakukan ataupun menawarkan produk banknya. Dengan situasi ekonomi yang baik, maka hal itu juga akan memudahkan bagi pihak calon nasabah untuk menabung, dan calon nasabah potensial yang mampu menggunakan produk tabungan inilah patut menjadi perhatian bagi pihak Bank BRI Syariah, agar tetap menjalin kerjasama menguntungkan antara kedua belah pihak.

F. Faktor budaya, status sosial, referensi, persepsi, dan situasi ekonomi berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat menabung di BRI Syariah Tulungagung

Minat merupakan suatu alat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut atau hal-hal lain yang

mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu¹² Minat pelaku (*behavioral intention*) merupakan minat seseorang untuk melakukan sesuatu tentang perilaku tertentu. Bahwa minat seseorang untuk melakukan sesuatu perilaku diperkirakan oleh sikapnya terhadap perilaku dan bagaimana mereka berfikir orang lain akan menilainya jika dia melakukan perilaku.¹³

Sesuai dengan hasil pengujian yang dilaksanakan dapat diketahui, jika “Faktor budaya, status sosial, referensi, persepsi, dan situasi ekonomi berpengaruh secara bersama-sama dalam menabung di BRI Syariah Tulungagung.” Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilaksanakan oleh Aeni Wahyuni. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa budaya, psikologis, dan pribadi secara persial (t) budaya, psikologis, dan pribadi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Maka dari ketiga variabel tersebut yang memiliki pengaruh sangat dominan terhadap keputusan nasabah adalah variabel psikologis. Secara bersama-sama (simultan) faktor budaya, psikologis dan pribadi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan murabahah pada BMT Bina Ummat Mandiri Tambang, maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis Ho ditolak dan Ha di terima, ketiga variabel bebas (budaya, psikologis dan kepribadian) secara bersama-sama memberikan pengaruh terhadap variabel terikat (keputusan nasabah) sebesar 61,6% sedangkan sisanya 38,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitiannya.¹⁴ Kemudian oleh Ahmad Fuad Azhar. Bahwa dari hasil dari uji determinasi dapat diketahui *Adjusted R Square* adalah 0,594, berarti bahwa variabel kepercayaan, jaminan rasa aman dan aksesibilitas

¹² Andi Mappiare, *Psikologi Remaja*, (Surabaya: Usaha Nasional), hlm. 62

¹³ Jogiyanto, *Sistem Teknologi Keperilakuan*, (Yogyakarta: Andi, 2007), hlm. 116

¹⁴ Aeni Wahyuni, “Pengaruh Budaya, Psikologis dan Pribadi Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Pembiayaan Murabahah pada BMT Bina Ummat Mandiri Tambang di Riau” (Riau : fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau) hlm. 23

dalam menerangkan variasinya terdapat variabel dependennya sebesar 59,4% sedangkan sisanya sebesar 40,6% (100-59,4%) diterangkan oleh faktor atau variabel lain diluar model regresi yang dianalisis. Serta terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kepercayaan terhadap minat menabung di Bank BRI Unit Kasihan, tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel jaminan rasa aman terhadap minat menabung di Bank BRI Unit Kasihan, dan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel aksesibilitas terhadap minat menabung di Bank BRI Unit Kasihan.

Dalam menjalankan fungsi minat hubungan erat dengan pikiran dan perasaan. Manusia memberi penilaian dan juga menentukan untuk memilih sesuatu keputusan. Minat merupakan kecenderungan hati yang tinggi terhadap Perilaku konsumen merupakan kegiatan yang terlibat dalam mendapatkan, menggunakan, menghabiskan produk maupun jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan ini. *The American Marketing Association* mengartikan perilaku konsumen sebagai: *perilaku konsumen adalah interaksi dinamis antara afeksi dan kognisi, perilaku, dan lingkungannya dimana manusia melakukan kegiatan pertukaran dalam hidup mereka*. Dari pengertian diatas terdapat ide penting yaitu perilaku konsumen adalah dinamis (*aktif*), hal tersebut melibatkan interaksi antara afeksi dan kognisi, perilaku dan kejadian disekitar, hal tersebut melibatkan pertukaran.¹⁵

Minat erat kaitannya dengan keputusan nasabah merupakan suatu hal yang diputuskan konsumen untuk pilihan atas tindakan pembelian barang atau jasa. Jadi keputusan (*decisions*) dan pilihan (*choice*), yaitu pilihan dari dua atau

¹⁵ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen (perspektif kontemporer pada Motif, tujuan, dan keinginan konsumen) edisi revisi ke 5*, (Jakarta: PT Kencana Putra Utama, 2013), hlm. 2

kemungkinan lebih. Keputusan nasabah adalah suatu hal yang diputuskan konsumen untuk memutuskan pilihan atas tindakan pembelian barang atau jasa.

Dari berbagai uraian tersebut dapat diketahui minat erat kaitannya dengan keputusan yang diambil oleh seseorang, minat merupakan bagian penting dalam menentukan pengambilan keputusan. Sehingga penting bagi pihak Bank BRI Syariah untuk memperhatikan minat seseorang, sebagai acuan utama dalam menarik calon nasabah agar menggunakan produk perbankan yang ditawarkan oleh Bank BRI Syariah.