

BAB V

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

A. Pengaruh Lingkungan Sosial terhadap Minat Mahasiswa Menabung (studi kasus mahasiswa Perbankan Syariah FEBI IAIN Tulungagung)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh faktor lingkungan sosial tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah (studi kasus mahasiswa Perbankan Syariah FEBI IAIN Tulungagung). Artinya, faktor lingkungan sosial tidak memiliki pengaruh terhadap minat mahasiswa menabung.

Seseorang yang berminat pada suatu objek maka akan cenderung merasa senang bila berkecimpung di dalam objek tersebut sehingga akan memperlihatkan perhatian yang besar terhadap objek.¹³⁶ Lingkungan sosial memiliki peran tersendiri dalam mempengaruhi sikap dan konsep pribadi seseorang. Meskipun lingkungan sosial yang dimiliki mahasiswa berbeda, hal tersebut tidak mempengaruhi minat mereka untuk menabung dengan menggunakan bank syariah. Hal tersebut dikarenakan mahasiswa memilih bank syariah tidak memperhatikan adanya kelompok acuan seperti lingkungan keluarga, masyarakat, sebaya, dan lingkungan sekolah yang memberikan rekomendasi untuk menabung dengan menggunakan bank syariah. Mereka lebih cenderung berminat menggunakan bank syariah karena keinginan sendiri

¹³⁶Fahmi Gunawan, *Senarai Penelitian Pendidikan, Hukum, dan Ekonomi*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), hal. 5

dan bukan paksaan dari keluarga, meskipun terdapat beberapa keluarga yang menganggap bahwa bank syariah sama halnya dengan bank konvensional.

Hal ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Fifin Zuriatul Casvi, dengan judul *Pengaruh Pengetahuan, Lingkungan Sosial, dan Lokasi Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Santri di Bank Syariah (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Rudlatul Qur'an Mangkang Kulon, Tugu, Semarang)* yang menyatakan bahwa lingkungan sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung santri di bank syariah.¹³⁷

B. Pengaruh Emosional terhadap Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah FEBI IAIN Tulungagung)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh variabel emosional tidak berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah (studi kasus mahasiswa Perbankan Syariah FEBI IAIN Tulungagung). Artinya faktor emosional tidak memiliki pengaruh terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah.

Faktor emosional lebih cenderung kepada sikap nasabah ketika memutuskan untuk menyimpan uangnya pada suatu bank dengan dua perspektif yaitu masa sekarang dan masa setelah adanya kematian.¹³⁸

¹³⁷Fifin Zuriatul Casvi, *Pengaruh Pengetahuan, Lingkungan Sosial, dan Lokasi Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Santri di Bank Syariah (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Rudlatul Qur'an Mangkang Kulon, Tugu, Semarang)*, (Semarang: Skripsi tidak Diterbitkan, 2019)

¹³⁸Susianty Selaras Ndari, Amelia Vinayastri dan Khusniyati Masykuroh, *Metode Perkembangan Sosial Emosi Anak Usia Dini*, (Tasikmalaya: Edu Publisher, 2018), hal. 11

Kecenderungan untuk melakukan sesuatu didasarkan pada emosi dari diri seseorang.

Mahasiswa memiliki faktor emosional yang berbeda seperti adanya rasa kenyamanan, kemudahan, empati, keamanan kesehatan maupun yang lain. Dapat diartikan bahwa seseorang memiliki emosional dan penilaian berbeda terhadap suatu objek. Dalam penelitian ini emosional tidak memiliki pengaruh terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah. Hal tersebut dikarenakan mahasiswa tidak memperhatikan adanya ketaatan beragama sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa menabung di bank syariah. Seperti agama melarang adanya unsur *maysir*, *gharar* dan *riba* yang tidak terdapat pada bank syariah, tetapi tidak sedikit mahasiswa yang menghiraukan dan lebih memilih menggunakan bank konvensional. Kurangnya rasa keamanan dan kenyamanan yang diberikan oleh bank syariah sehingga menyebabkan minat mahasiswa menabung di bank syariah menjadi berkurang.

Hal ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Riski Utama yang berjudul Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional terhadap Keputusan Nasabah Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya dalam Memilih Produk Tabungan Lembaga Keuangan Syariah yang menyatakan bahwa variabel faktor emosional berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan nasabah.¹³⁹

¹³⁹Riski Utama, *Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional terhadap Keputusan Nasabah Mahasiswa UIN Sunan Amel Surabaya dalam Memilih Produk Tabungan Lembaga Keuangan Syariah*, (Surabaya: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2019)

C. Pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Minat Mahasiswa Menabung (Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah FEBI IAIN Tulungagung)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh variabel pengetahuan produk berpengaruh secara signifikan terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah (studi kasus mahasiswa Perbankan Syariah FEBI IAIN Tulungagung). Artinya pengetahuan produk memiliki pengaruh terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah.

Pengetahuan produk merupakan informasi yang diperoleh dari berbagai macam produk.¹⁴⁰ Memahami pengetahuan konsumen sangat penting bagi pemasar. Informasi tentang apa yang akan dibeli, dimana membeli, dan kapan akan membeli tergantung pada pengetahuan konsumen. pengetahuan konsumen akan mempengaruhi keputusan pembelian bahkan pembelian ulang.¹⁴¹

Mahasiswa perbankan syariah di IAIN Tulungagung tentunya sudah tidak asing lagi dengan produk tabungan di bank syariah. Mereka sudah memiliki pengetahuan khusus terkait perbankan syariah dibandingkan dengan kaum awam yang masih asing dengan perbankan syariah. Dalam penelitian ini pengetahuan produk memiliki pengaruh terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah. Hal ini karena mahasiswa memperhatikan adanya karakteristik produk, manfaat produk dan kepuasan produk yang diberikan

¹⁴⁰Ani Nur Faidah dan Samsul Anam, *Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Perilaku Memilih Lembaga Keuangan Syariah Dengan Sikap Terhadap Produk Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Masyarakat Muslim Desa Gambiran Kecamatan Mojoagung Kabupaten Jombang, Journal of Islamic and Business*, Vol. 08 No. 01, 2018, hal. 1528

¹⁴¹¹⁴¹Rifqy Suprpto dan M. Zaky Wahyuddin, *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*, (Ponorogo: Myria Publisher, 2020), hal. 19

oleh bank syariah sehingga hal tersebut dapat menumbuhkan minat mahasiswa.

Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Nugrahainy Siti Nurafifah dalam penelitian yang berjudul Pengaruh Pendapatan Mahasiswa dan Pengetahuan Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa FTIK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta) dimana variabel pengetahuan tentang bank syariah memberikan pengaruh yang positif terhadap minat nasabah menabung di bank syariah.¹⁴²

D. Pengaruh Lingkungan Sosial, Emosional dan Pengetahuan Produk terhadap Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah FEBI IAIN Tulungagung)

Berdasarkan hasil dari uji F test diperoleh variabel lingkungan sosial, emosional dan pengetahuan produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah (studi kasus mahasiswa Perbankan Syariah FEBI IAIN Tulungagung). Artinya, terdapat pengaruh signifikan antara lingkungan sosial, emosional dan pengetahuan produk terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah.

Dari pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa lingkungan sosial (X1) tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah, hal tersebut dikarenakan mahasiswa memilih bank syariah tidak memperhatikan adanya kelompok acuan seperti dari lingkungan keluarga,

¹⁴²Nugrahainy Siti Nurafifah, *Pengaruh Pendapatan Mahasiswa dan Pengetahuan Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa FTIK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)*, (Jakarta: Skripsi tidak Diterbitkan 2020)

masyarakat, sebaya, dan lingkungan sekolah yang memberikan rekomendasi untuk menabung dengan menggunakan bank syariah. Mereka lebih cenderung berminat karena keinginan sendiri dan bukan paksaan dari keluarga ataupun orang lain. Pada faktor emosional (X2) tidak memiliki pengaruh terhadap minat mahasiswa menabung, hal tersebut dikarenakan mahasiswa tidak memperhatikan adanya ketaatan beragama sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa menabung di bank syariah. Selain itu kurangnya rasa keamanan dan kenyamanan yang diberikan oleh bank syariah sehingga minat mahasiswa menabung di bank syariah menjadi berkurang. Faktor pengetahuan produk (X3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat mahasiswa menabung, hal tersebut dikarenakan mahasiswa memperhatikan adanya karakteristik produk, manfaat produk dan kepuasan produk yang diberikan oleh bank syariah sehingga hal tersebut dapat menumbuhkan minat mahasiswa.

Hal tersebut sesuai dengan pendapat dari Fahmi Gunawan yang menjelaskan bahwa terdapat tiga faktor yang mempengaruhi timbulnya minat, yaitu dorongan dari dalam, motif sosial, dan faktor emosional atau perasaan.¹⁴³ Adanya pengetahuan produk yang sudah dimiliki seseorang akan lebih memudahkan seseorang untuk tertarik pada produk tersebut.

¹⁴³Fahmi Gunawan, *Senarai Penelitian Pendidikan, Hukum, dan Ekonomi*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), hal. 5