BAB V

PEMBAHASAN

A. Pengaruh Pengetahuan terhadap Keputusan Menabung Nasabah di Bank Muamalat KCP Jombang.

Pengetahuan sesuai dengan teori yang diangkan dalam penelitian ini menurut Jhingan, ia mamaparkan bahwa pengetahuan adalah informasi yang telah diinterprestasikan oleh seseorang dengan menggunakan sejarah, pengalaman, dan skema interpretasi yang dimilikinya. Pengetahun didasari oleh tingkatpendidikan seseorang berpengaruh terhadap perubahan sikap dan perilaku sehat.¹⁷¹

Pengetahuan pada dasarnya juga dipangeruhi oleh faktor atau tingkat pendidikan yang lebih tinggi akan memudahkan seseorang atau masyarakat untuk menyerap informasi dan meng-implementasikanya dalam perilaku dan gaya hidup sehari-hari, khususnya dalam hal kesehatan. Pendidikan formal membentuk nilai bagi seseorang terutama dalam menerima hal baru.¹⁷²

Dari teori tersebut kemudian dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam pertumbuhan ekonomi, kekayaan alam yang melimpah saja belum cukup yang terpenting ialah pemanfaatannya secara tepat dengan teknologi, ditunjang dengan kualitas sumber daya manusia yang baik sehingga efisiensi dipertinggi dan sumber dapat dipergunakan dalam jangka waktu lebih lama. Kemudian hal ini akan menjadikan seseorang untuk mampu mengambil keputusan yang tepat.

¹⁷¹ Jhingan. L. M., penerjemah D. Guritno, *Ekonomi Pembangunan dan Perencanaan*, (Jakarta: Rajawali, 2014), hlm. 69.

¹⁷²*Ibid.*

Teori ini yang kemudian menjadikan landasan dalam penelitian ini. Sedangkan atas teori dalam variabel pengetahuan dan keputusan menabung turut saling berkaitan antara pengetahuan seseorang dalam mengambil keputusan atau dalam kajian dalam penelitian ini keputusan menabung di Bank Muamalat KCP Jombang.

Pengetahuan didasari oleh tingkat pendidikan seseorang berpengaruh terhadap perubahan sikap dan perilaku sehat. Tingkat pendidikan yang lebih tinggi akan memudahkan seseorang atau masyarakat untuk menyerap informasi dan mengimplementasikannya dalam perilaku dan gaya hidup sehari-hari, khususnya dalam hal kesehatan. Pendidikan formal membentuk nilai bagi seseorang terutama dalam menerima hal baru.¹⁷³

Pengetahuan menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah segala sesuatu yang diketahui, kepandaian.¹⁷⁴ Pengetahuan adalah informasi yang telah diinterpretasikan oleh seseorang dengan menggunakan sejarah, pengalaman, dan skema interpretasi yang dimilikinya. Selain itu, pengetahuan didasari atas sejumlah pengalaman dengan berbagai macam informasi tentang produk atau jasa tertentu yang dimiliki.

Sesuai dengan pengujian statistik yang dilaksanakan dalam penelitian ini dapat diketahui nilai signifikansi sebesar 0,01. Sesuai dengan jika nilai $sig. < 0,05$ maka artinya variabel X berpengaruh terhadap variabel Y, $0,01 < 0,05$ maka dapat dikatakan pada hipotesa yang pertama atau variabel X1 yaitu Pengetahuan berpengaruh terhadap Keputusan Menabung. Selain itu dengan

¹⁷³ Jhingan. L. M., penerjemah D. Guritno, *Ekonomi.....*, hlm. 69.

¹⁷⁴ KBBI, diakses melalui <https://kbbi.kemdikbud.go.id/> pada tanggal 10 Oktober 2020 pukul 17.30 WIB.

membandingkan, penghitungan uji *T Parsial* berdasarkan *t* hitung dan *t* tabel, jika nilai *t* hitung > *t* tabel maka dapat dikatakan variabel independen memberikan berpengaruh terhadap variabel dependen dengan nilai $3,355 > 2,331$, yang dapat dikatakan memberikan pengaruh. Dengan demikian dapat dikatakan, hasil dari penelitian pada hipotesa pertama, "Ada pengaruh Pengetahuan terhadap Keputusan Menabung," atau Hipotesa pertama diterima.

Sesuai dengan perbandingan antara kajian teori dan hasil pengujian statistik menunjukkan bahwa pengetahuan merupakan sebuah hal yang penting dalam memberikan keputusan menabung bagi nasabah. Pengetahuan mampu memberikan pengaruhnya terhadap pilihan seseorang, sesuai dengan pengujian statistik juga dibuktikan bahwa adanya pengaruh pengetahuan terhadap keputusan menabung.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Romdhoni, dan Ratnasari,¹⁷⁵ hasil penelitiannya menunjukkan bahwa secara simultan antara pengetahuan, kualitas pelayanan, produk, dan religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan produk simpanan pada BMT Amanah Ummah Gumpang Kartasura.

Pengatahuan merupakan sebuah hal yang penting, karena dengan dimilikinya pengetahuan maka dapat memberikan pola pikir ataupun pertimbangan dalam memilih sesuatu. Sesuai dengan konteks dalam penelitian ini yaitu berhubungan dengan adanya pengaruh pengetahuan terhadap

¹⁷⁵ Abdul Haris Romdhoni, dan Dita Ratnasari, *Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah*, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Vol. 4 No. 2, 2018, hlm.136-147.

keputusan nasabah menabung di Bank Muamalat Indonesia. Dengan demikian penting bagi sebuah perusahaan untuk memberikan pengetahuan mengenai produk dan kualitas lembaga tersebut dalam hal ini yaitu Bank Muamalat KCP Jombang, agar calon nasabah ataupun nasabah lamanya memahami tentang produk-produknya.

Dengan diketahui produk dan kualitas yang dimiliki oleh Bank Muamalat KCP Jombang maka hal itu juga akan memudahkan nasabahnya untuk mengerti dan memahami apa saja produk dan bagaimana kualitas produk yang ditawarkan oleh Bank Muamalat KCP Jombang. Sehingga hal ini akan memberikan pengaruh nasabahnya dalam menggunakan layanan dan produk yang ditawarkan oleh Bank Muamalat KCP Jombang.

B. Pengaruh Motivasi terhadap Keputusan Menabung Nasabah di Bank Muamalat KCP Jombang.

Motivasi dikenal dalam teori hierarki kebutuhan. Hierarki kebutuhan merupakan teori motivasi yang dikembangkan oleh seorang psikolog yaitu Abraham Maslow pada 1940-an. Maslow berargumen bahwa: Manusia adalah binatang “dengan keinginan”: mereka mempunyai keinginan pembawaan untuk memuaskan serangkaian kebutuhan tertentu. Lebih jauh Maslow percaya bahwa kebutuhan-kebutuhan ini diatur dalam satu hierarki kepentingan dengan kebutuhan yang paling mendasar berada di dasar hierarki.¹⁷⁶

¹⁷⁶ Moorhead dan Griffin, *Perilaku Organisasi: Manajemen Sumber Daya Manusia/Organisasi*, (Jakarta: Salemba Empat, 2017), hlm. 90.

Motivasi menurut teori hierarki tersebut sangat kuat dipengaruhi oleh keinginan seseorang, keinginan menjadi dasar utama bagi masyarakat sebelum mengambil suatu keputusan. Sehingga sebuah keputusan yang hendak diambil oleh seseorang kemudian erat hubungannya dipengaruhi oleh keinginan seseorang. Keputusan menabung yang diambil seseorang tidak akan jauh terlepas dari keinginannya yang timbul dari dalam diri sendiri. Oleh karena itu, motivasi seseorang dapat menjadi sebuah kunci dalam mempengaruhi seseorang dalam mengambil sebuah keputusan.

Sesuai dengan hasil pengujian statistik yang dilaksanakan dapat diketahui nilai signifikansi sebesar 0,04. Sesuai dengan jika nilai $sig. < 0,05$ maka artinya variabel X berpengaruh terhadap variabel Y, $0,004 < 0,05$ maka dapat dikatakan pada hipotesa yang kedua atau variabel Motivasi berpengaruh terhadap Keputusan Menabung. Selain itu dengan membandingkan, penghitungan uji *T Parsial* berdasarkan t hitung dan t tabel, jika nilai t hitung $>$ t tabel maka dapat dikatakan variabel independen memberikan pengaruh terhadap variabel dependen dengan nilai $3,014 > 2,311$ yang dapat dikatakan memberikan pengaruh. Dengan demikian dapat dikatakan, hasil dari penelitian pada hipotesa kedua, "Ada Pengaruh Motivasi terhadap Keputusan Menabung," atau Hipotesa kedua diterima.

Motivasi berasal dari bahasa latin yang berbunyi *move* yang berarti dorongan atau menggerakkan. Pentingnya motivasi karena motivasi adalah hal yang menyebabkan, menyalurkan, dan mendukung perilaku manusia. Menurut American Encyclopedia, motivasi adalah kecenderungan (suatu sikap yang

merupakan pertentangan) dalam diri seseorang yang membangkitkan topangan dan tindakan. Motivasi meliputi faktor kebutuhan biologis dan emosional yang hanya dapat diduga dari pengamatan tingkah laku manusia.¹⁷⁷

Menurut Merle J. Moskowitz motivasi didefinisikan secara umum sebagai “inisiasi dan pengarahan tingkah laku dan pelajaran motivasi sebenarnya merupakan pelajaran tingkah laku.”¹⁷⁸ Sedangkan menurut Edwin B. Flippo, Motivasi adalah “suatu keahlian, dalam mengarahkan pegawai dan organisasi agar mau bekerja secara berhasil, sehingga keinginan para pegawai dan tujuan organisasi sekaligus tercapai.”¹⁷⁹

Motivasi dapat didefinisikan pula sebagai kesediaan untuk mengeluarkan tingkat upaya yang tinggi kearah tujuan- tujuan yang hendak dicapainya, yang dikondisikan sebagai kemampuan upaya untuk memenuhi suatu kebutuhan individual.¹⁸⁰ Jadi secara keseluruhan motivasi dapat diartikan sebagai pemberi daya penggerak yang menciptakan kegairahan seseorang agar mereka mau bekerja sama, bekerja efektif, dan terintegrasi dengan segala upayanya untuk mencapai kepuasan.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Mayasari, dkk,¹⁸¹ Hasil uji t menunjukkan bahwa motivasi nasabah berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung di bank syariah. Hal ini dibuktikan

¹⁷⁷ Setiadi. *Perilaku Konsumen; Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen: edisi revisi* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), hlm. 25-26.

¹⁷⁸ *Ibid.*, hlm. 26.

¹⁷⁹ *Ibid.*, hlm. 27.

¹⁸⁰ *Ibid.*, hlm. 28.

¹⁸¹ Hesti Mayasari, Nurlina, dan Elly Wardiningsih, *Pengaruh Motivasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Sinarmas Syariah Padang*, Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol.8 No. 2, 2017.

dengan nilai $t_{hitung} 4,629 > t_{tabel} 1,990$. Sedangkan kualitas pelayanan juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung di bank syariah, dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} 4,167 > t_{tabel} 1,990$.

Sesuai dengan kajian penelitian terdahulu yang dilaksanakan maka menunjukkan bahwa adanya pengaruh motivasi seseorang terhadap keputusan menabung. Khususnya dalam penelitian ini yaitu keputusan menabung bagi nasabah Bank Muamalat KCP Jombang. Motivasi merupakan hal penting dalam tahapan pola pemikiran seseorang dalam mengambil keputusan. Bahkan sesuai dengan teori yang diangkat dalam penelitian ini menyatakan bahwa motivasi sudah timbul dari awal seseorang mengetahui mengenai sebuah barang atau benda.

Motivasi pada dasarnya merupakan sebuah keinginan, sehingga penting bagi sebuah perusahaan untuk mampu menimbulkan perasaan ini bagi nasabahnya. Motivasi yang dimiliki nasabah maka akan memberikan potensi besar seseorang dalam melakukan keputusan menabung. Sesuai dengan konteks dalam penelitian ini, motivasi akan memberikan keinginan yang kemudian berakhir dengan sebuah keputusan, yaitu menabung di Bank Muamalat KCP Jombang.

C. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Menabung Nasabah di Bank Muamalat KCP Jombang.

Promosi didasarkan pada teori menurut Hamali, merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir, dimana perusahaan mempromosikan seluruh produk jasa yang dimilikinya, baik langsung maupun tidak langsung. Promosi

merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan memperhatikan konsumennya.¹⁸² Promosi pada dasarnya juga harus diimbangi dengan kualitas produk yang baik. Dimana kualitas produk yang telah direncanakan dengan baik serta telah ditentukan harga jualnya secara tepat, belum menjamin keberhasilan dalam pemasarannya, oleh karenanya itu produk tersebut haruslah diperkenalkan kepada konsumen.

Hubungan antara kedua variabel ini, yaitu promosi merupakan sebuah kegiatan yang mampu membuka pandangan konsumen mengenai sebuah produk, yang mana promosi juga akan memberikan pengaruhnya terhadap keputusan seseorang, khususnya berkaitan dengan penelitian ini berhubungan dengan keputusan menabung bagi nasabah Bank Muamalat KCP Jombang.

Sesuai dengan penghitungan tersebut dapat diketahui nilai signifikansi sebesar 0,04. Sesuai dengan jika nilai $sig. < 0,05$ maka artinya variabel X berpengaruh terhadap variabel Y, $0,04 < 0,05$ maka dapat dikatakan pada hipotesa yang ketiga atau variabel Promosi berpengaruh terhadap Keputusan Menabung. Selain itu dengan membandingkan, penghitungan uji *T Parsial* berdasarkan t hitung dan t tabel, jika nilai t hitung $>$ t tabel maka dapat dikatakan variabel independen memberikan berpengaruh terhadap variabel dependen dengan nilai $3,012 > 2,311$, yang dapat dikatakan memberikan pengaruh. Dengan demikian dapat dikatakan, hasil dari penelitian pada hipotesa ketiga, "Ada pengaruh Promosi terhadap Keputusan Menabung," atau Hipotesa ketiga diterima.

¹⁸² Arif Yusuf Hamali, *Pemahaman.....*, hlm. 206.

Promosi merupakan kegiatan marketing mix yang terakhir, dimana perusahaan mempromosikan seluruh produk jasa yang dimilikinya, baik langsung maupun tidak langsung. Promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan memperhatikan konsumennya.¹⁸³

Menurut Swastha dan Irawan, promosi adalah arus informasi yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran.¹⁸⁴ Produk yang telah direncanakan dengan baik serta telah ditentukan harga jualnya secara tepat, belum menjamin keberhasilan dalam pemasarannya, oleh karenanya itu produk tersebut haruslah diperkenalkan kepada konsumen.

Mengkomunikasikan tentang suatu produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan, maka terdapat sebuah kegiatan yang paling menguntungkan bagi perusahaan yaitu dengan menggunakan bauran promosi atau promotion mix. Bauran Promosi meliputi periklanan (*advertising*), penjualan personal (*personal selling*), promosi penjualan (*sales promotion*), hubungan masyarakat (*public relation*), informasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) dan pemasaran langsung (*direct marketing*).¹⁸⁵

Menentukan bauran promosi perusahaan dapat memilih sebuah strategi yang tepat. Menurut Apri Budianto terdapat dua strategi bauran promosi. Terdapat dua strategi bauran promosi yaitu strategi promosi dorong (*push*) dan strategi promosi tarik (*pull*). Strategi dorong adalah strategi promosi yang

¹⁸³ Arif Yusuf Hamali, *Pemahaman.....*, hlm.206.

¹⁸⁴ Basu Swasta dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern, edisi kedua, cetakan ketiga belas*, (Yogyakarta: Penerbit Liberty,2008), hlm. 349.

¹⁸⁵ Philip Kotler and Armstrong Gary, *Dasar-dasar Pemasaran*, (Jakarta: PT. Ikrar Mandiri Abadi, 1997), hlm. 112.

memerlukan penggunaan wiraniaga dan promosi perdagangan untuk mendorong produk melalui saluran.¹⁸⁶

Promosi dapat menjadi sebuah opsi lain untuk memberikan pengetahuan kepada konsumennya, selain itu promosi juga akan memberikan motivasi bagi seseorang untuk menabung. Sesuai dengan konteks dalam penelitian ini yaitu promosi mampu memberikan pengaruhnya terhadap keputusan menabung di Bank Muamalat KCP Jombang.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Hasibuan, dan Wahyuni,¹⁸⁷ Hasil pengujian data menggunakan SPSS versi 17 maka dapat disimpulkan bahwa pada uji Adjusted R-Square, 38,5% menjelaskan hubungan dan kontribusi variabel pengetahuan masyarakat dan minat penerapan nilai-nilai Islam dalam mempengaruhi keputusan menggunakan produk tabungan, dan sisanya sebesar 61,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model regresi ini. Hal ini berarti variabel pengetahuan dan minat penerapan nilai-nilai Islam memiliki pengaruh terhadap keputusan menggunakan produk tabungan.

Dari berbagai uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa promosi merupakan bagian terpenting dalam kegiatan penawaran jasa ataupun produk, karena seseorang yang tidak memiliki pengetahuan maupun motivasi untuk menggunakan sebuah produk dapat berubah dan berkeinginan untuk menggunakan sebuah produk akibat adanya promosi yang dilaksanakan.

¹⁸⁶ *Ibid.*, hlm. 160.

¹⁸⁷ Faisal Umardani Hasibuan, dan Rahma Wahyuni, *Pengaruh Pengetahuan Masyarakat dan Minat Penerapan Nilai Islam Terhadap Keputusan Menggunakan Tabungan Perbankan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kota Langsa)*, Jurnal Imliah Ekonomi Islam, Vol. 6 No.1, 2020, hlm.22-33.

Khususnya dalam penelitian ini, maka promosi memberikan pengaruhnya terhadap keputusan menabung nasabah di Bank Muamalat KCP Jombang.

Sehingga penting bagi perusahaan untuk melaksanakan kegiatan promosi dengan tepat, sesuai dengan kajian teori dalam penelitian ini. Promosi dapat dilaksanakan dengan beberapa pola, yang mana ketepatan penggunaan promosi maka akan memberikan dampak kepada kemampuan sebuah perusahaan untuk melakukan perluasan pasar. Yaitu sesuai dengan konteks dalam penelitian ini berkaitan dengan keputusan menabung nasabah Bank Muamalat KCP Jombang.

D. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Menabung Nasabah di Bank Muamalat KCP Jombang.

Kualitas layanan dalam penelitian ini yaitu mengacu pada teori yang dipaparkan oleh Barata. Kualitas layanan yaitu tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi konsumen. Apabila jasa yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa. Dipersepsikan baik dan memuaskan.¹⁸⁸

Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas jasa dianggap buruk. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan suatu perusahaan itu ialah seberapa jauh

¹⁸⁸Atep Adya Barata, *Dasar – dasar Pelayanan Prima*, (Jakarta : PT Elex Komputindo, 2015), hlm. 39.

ia dapat memenuhi harapan para pelanggannya, yang mana sebuah kualitas layanan akan memberikan pengaruh atau dampak kepada keputusan nasabah.

Sesuai dengan kajian teori mengenai kualitas layanan, yaitu kualitas layanan sebuah perusahaan akan memberikan gambaran mengenai harapan dari pelanggannya mengenai sebuah produk yang hendak diambilnya. Dengan demikian penting bagi sebuah perusahaan untuk memberikan kualitas layanan yang prima terhadap nasabahnya. Kemudian akan memberikan dampaknya terhadap keputusan nasabah, khususnya dalam penelitian ini berhubungan dengan keputusan menabung nasabah Bank Muamalat KCP Jombang.

Sesuai dengan hasil pengujian statistik yang dilaksanakan dapat diketahui nilai signifikansi sebesar 0,03. Sesuai dengan jika nilai $sig. < 0,05$ maka artinya variabel X berpengaruh terhadap variabel Y, $0,03 < 0,05$ maka dapat dikatakan pada hipotesa yang keempat atau variabel X4 yaitu Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Menabung. Selain itu dengan membandingkan, penghitungan uji *T Parsial* berdasarkan t hitung dan t tabel, jika nilai t hitung $>$ t tabel maka dapat dikatakan variabel independen memberikan berpengaruh terhadap variabel dependen dengan nilai $3,105 > 2,311$, yang dapat dikatakan memberikan pengaruh. Dengan demikian dapat dikatakan, hasil dari penelitian pada hipotesa keempat, "Ada Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Menabung," atau Hipotesa ketiga diterima.

Untuk membuat perusahaan lebih unggul dari para pesaingnya adalah memberikan pelayanan yang berkualitas dan memenuhi tingkat kepentingan konsumen. Menurut Kasmir, mengemukakan bahwa "Pelayanan diberikan

sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah. Tindakan tersebut dapat dilakukan melalui cara langsung melayani pelanggan atau menempatkan sesuatu dimana pelanggan atau nasabah sudah tahu tempatnya atau pelayanan melalui telepon".¹⁸⁹ Tindakan yang dilakukan untuk memenuhi keinginan pelanggan akan sesuatu produk atau jasa yang mereka butuhkan memerlukan pelayanan dari karyawan perusahaan. Hanya saja pelayanan yang diberikan terkadang berbentuk langsung dan tidak langsung.

Kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dalam hal ini ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu *expected service* dan *perceived service*. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dikategorikan baik atau memuaskan. Begitupun sebaliknya, apabila kualitas pelayanan yang diterima lebih rendah dan tidak memuaskan sama sekali dari yang diharapkan oleh konsumen tersebut, maka kualitas pelayanan dikategorikan buruk.¹⁹⁰

Apabila jasa yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa. Dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan,

¹⁸⁹Teuku Aliansyah, dkk, *Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh*, Jurnal Manajemen, Vol. 1 No.1, November, hlm. 33.

¹⁹⁰*Ibid.*

maka kualitas jasa dianggap buruk. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan suatu perusahaan itu ialah seberapa jauh ia dapat memenuhi harapan para pelanggannya.¹⁹¹

Berdasarkan definisi di atas, kualitas pelayanan bisa diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan dari pelanggan di perusahaan. Kualitas pelayanan juga bergantung pada beberapa hal, yaitu sistem, teknologi dan manusia. Dari faktor manusia sendiri sangat memegang kontribusi terbesar dari kualitas pelayanan terhadap perusahaan. Kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Saputra dan Anwar,¹⁹² hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi mahasiswa menentukan minat menabung. Hal ini dapat dilihat bahwa persepsi mahasiswa memiliki nilai probabilitas signifikan $0,000 <$ dari tingkat kepercayaan $0,005$. Oleh karena itu, asumsi yang disajikan dalam penelitian ini diterima. Ini berarti persepsi memiliki dampak yang positif untuk menjadi minat pelanggan.

Dari berbagai uraian diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan seringkali dikonseptualisasikan sebagai perbandingan antara harapan pelayanan dengan persepsi kinerja aktual, bila tingkat operasional penelitian pada bidang kajian kualitas layanan, yang berdasarkan pada model kesenjangan. Bahkan

¹⁹¹ Atep Adya Barata, *Dasar.....*, hlm. 39.

¹⁹² Hendrik Saputra dan Moch. Khoirul Anwar, *Pengaruh Persepsi Mahasiswa Program Studi Non Ekonomi Islam Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah*, Jurnal Ekonomi Islam, Vol. 2 No. 1, 2019, hlm.67-76.

telah disetujui juga bahwa kualitas layanan adalah konsep multidimensi yang dapat memberikan pengaruh bagi pilihan seseorang.

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima. Dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank Muamalat KCP Jombang akan menjadi sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi konsumen.

E. Pengaruh Pengetahuan, Motivasi, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Menabung Menabung di Bank Muamalat KCP Jombang.

Keputusan menabung dalam penelitian ini, didasarkan pada konsep keputusan konsumen yang merupakan proses pengkombinasian pengetahuan untuk menyeleksi terhadap dua pilihan atau lebih agar mendapatkan solusi dari masalah yang dihadapinya dalam membeli sesuatu. Suatu proses keputusan membeli bukan sekedar mengetahui berbagai faktor yang akan mempengaruhi pembeli, tetapi berdasarkan peranan dalam pembelian dan keputusan untuk membeli. Pengambilan keputusan konsumen adalah proses pemecahan masalah yang diarahkan pada sasaran. Menurut Kolter dan Keller formula AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) adalah formula yang paling sering digunakan untuk membantu perencanaan sebuah iklan secara menyeluruh, dan formula tersebut dapat diterapkan pada sebuah iklan. Perencanaan ini terdiri

atas; Perhatian (*Attention*), membuat ketertarikan sebuah produk (*Interest*), membuat pelanggan untuk memiliki produk tersebut (*Desire*), dan mengajak pelanggan untuk melakukan tindakan akhir yang berupa pembelian (*Action*).¹⁹³

Dari teori tersebut dapat diketahui bahwa keputusan konsumen merupakan proses pengkombinasian pengetahuan untuk menyeleksi terhadap dua pilihan atau lebih agar mendapatkan solusi dari masalah yang dihadapinya dalam membeli sesuatu. Suatu proses keputusan membeli bukan sekedar mengetahui berbagai faktor yang akan mempengaruhi pembeli, tetapi berdasarkan peranan dalam pembelian dan keputusan untuk membeli. Pengambilan keputusan konsumen adalah proses pemecahan masalah yang diarahkan pada sasaran.

Sesuai dengan pengujian ststitik yang dialskanakan dalam penelitian ini dengan menggunakan Uji F simultan dilakukakn untuk menguji apakah variabel independen yang sudah dimasukkan dalam model regresi berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Pengaruh variabel Pengetahun, Motivasi, Promosi, dam Kualitas Pelayanan secara simultan terhadap Keputusan Menabung. Dari hasil pengujian tersebut dapat diketahui, jika nilai *sig.* < 0,05 maka variabel X berpengaruh terhadap Y. Maka dapat diketahui $0,000 < 0,05$ sehingga dari perbandingan pada uji signifikansi dapat dinyatakan hipotesa diterima. Kemudian, dengan membandingkan nilai F hitung yaitu sebesar 13,988 dan F tabel sebesar 2,37. Sehingga dapat diketahui bahwa $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ ($13,988 > 2,37$) atau dari hasil perbandingan tersebut

¹⁹³ *Ibid.*, hlm. 25.

dinyatakan memberikan pengaruh. Dengan demikian “Ada Pengaruh Pengetahuan, Motivasi, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Menabung,” atau dapat dinyatakan jika uji secara bersama-sama variabel X memberikan pengaruh terhadap variabel Y.

Hasil penelitian ini, yaitu mengacu pada konsep keuangan syariah, didukung oleh penelitian yang dilakukan Hasibuan, dan Wahyuni,¹⁹⁴ Hasil pengujian data menggunakan SPSS versi 17 maka dapat disimpulkan bahwa pada uji Adjusted R-Square, 38,5% menjelaskan hubungan dan kontribusi variabel pengetahuan masyarakat dan minat penerapan nilai-nilai Islam dalam mempengaruhi keputusan menggunakan produk tabungan, dan sisanya sebesar 61,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model regresi ini. Hal ini berarti variabel pengetahuan dan minat penerapan nilai-nilai Islam memiliki pengaruh terhadap keputusan menggunakan produk tabungan.

Kemudian secara umum berkaitan dengan imbas adanya peningkatan jumlah nasabah maka akan memberikan profit bagi Bank Muamalat KCP Jombang, sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Pratama dkk,¹⁹⁵ hasil penelitian menunjukkan bahwa secara bersama-sama diperoleh kesimpulan bahwa pembiayaan *mudharabah*, pembiayaan *musyarakah* dan sewa *ijarah* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap tingkat profitabilitas. Persamaan dalam penelitian ini yaitu mengkaji mengenai keuangan di Bank

¹⁹⁴ Faisal Umardani Hasibuan, dan Rahma Wahyuni, *Pengaruh Pengetahuan Masyarakat dan Minat Penerapan Nilai Islam Terhadap Keputusan Menggunakan Tabungan Perbankan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kota Langsa)*, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Vol. 6 No.1, 2020, hlm.22-33.

¹⁹⁵ Ditha Nada Pratama, Lia Dwi Martika dan Teti Rahmawati, *Pengaruh Pembiayaan Mudharabah, Pembiayaan Musyarakah dan Sewa Ijarah Terhadap Profitabilitas*, (JRKA Volume 3 Issue 1, Februari 2017, hlm. 53 - 68.

Muamalat. Perbedaannya yaitu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pembiayaan *mudharabah*, pembiayaan *musyarakah* dan sewa *ijarah* baik secara parsial maupun secara bersama–sama terhadap tingkat profitabilitas pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. dalam 8 tahun periode.

Keputusan dan keuntungan pada dasarnya merupakan tujuan akhir dari berbagai proses yang dilalui oleh setiap perusahaan, karena dengan adanya keuntungan maka perusahaan akan tetap mampu menjaga eksistensinya. Dalam prosesnya penting bagi sebuah perusahaan untuk melaksanakan berbagai kegiatan agar mampu meningkatkan jumlah nasabahnya, atau sesuai dengan kajian dalam penelitian ini yaitu keputusan nasabah dalam menabung di Bank Muamalat KCP Jombang.

Penting bagi sebuah perusahaan untuk menentukan bahwa konsumen mampu memutuskan untuk menabung di Bank Muamalat KCP Jombang, yang mana hal itu dapat dilaksanakan dengan stimulus yaitu khususnya dalam penelitian ini dengan memanfaatkan pengetahuan, motivasi, promosi dan kualitas layanan hingga dapat memberikan pengaruhnya terhadap keputusan menabung nasabahnya.

Dengan berbagai rangkaian tersebut, maka hal itu juga akan mendatangkan profit atau keuntungan bagi Bank Muamalat KCP Jombang. Dengan demikian harapannya pihak perusahaan juga akan dapat memberikan eksistensinya. Karena seiring dengan banyaknya keputusan nasabah yang melakukan pembiayaan di Bank Muamalat KCP Jombang, juga akan memberikan imbas positif terhadap kondisi keuangan perusahaan tersebut.