

BAB V

PEMBAHASAN

Peneliti melakukan penelitian penelitian langsung dengan menyebar angket lewat *google form* yang diajukan kepada mahasiswa S1 IAIN Tulungagung Angkatan 2017. Peneliti kemudian mengolah data hasil jawaban angket yang telah diisi responden dengan menggunakan SPSS 25, maka tujuan yang akan dikemukakan dalam penelitian ini adalah untuk menjelaskan:

A. Pengaruh Persepsi Terhadap Kemampuan Menabung Mahasiswa Di Bank Syariah

Berdasarkan hasil dari output statistik dengan menggunakan SPSS 25. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Persepsi berpengaruh signifikan terhadap kemampuan menabung di bank syariah. Dari hasil uji t yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa persepsi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kemampuan menabung mahasiswa di bank syariah dan menunjukkan adanya pengaruh positif antara persepsi dan kemampuan menabung mahasiswa di bank syariah. Hal tersebut dibuktikan berdasarkan nilai sig. kurang dari α dan t_{hitung} lebih dari t_{tabel} . Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, dengan demikian berarti variabel persepsi berpengaruh positif dan signifikan atau artinya persepsi berpengaruh terhadap kemampuan menabung mahasiswa di bank syariah. Serta dari hasil koefisien regresi diperoleh nilai β dengan hasil positif atau memiliki pengaruh yang searah. Artinya jika persepsi semakin meningkat

maka akan semakin mempengaruhi kemampuan menabung mahasiswa di bank syariah, begitu pula sebaliknya, apabila persepsi semakin menurun atau buruk maka kemampuan menabung mahasiswa di bank syariah semakin menurun. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Eva Yasika Wijayati¹ dengan hasil variable persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kemampuan menabung masyarakat di bank syariah.

Penelitian ini dapat membuktikan bahwa persepsi sangat berpengaruh terhadap kemampuan menabung mahasiswa di bank syariah, karena mahasiswa sudah sadar perbedaan mengenai sistem yang ada di bank syariah dan sudah memahami perbedaan-perbedaannya. Hal ini sesuai dengan teori Kreitne dan Kinicki dalam buku perilaku organisasi wibowo bahwa persepsi adalah proses kognitif yang memungkinkan kita menginterpretasikan dan memahami sekitar kita.² Menurut Kotler salah satu factor yang mempengaruhi kemampuan seseorang adalah faktor psikologi yang didalamnya terdapat persepsi.³ Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin baik persepsi mahasiswa terhadap bank syariah, maka semakin meningkat pula kemampuan mahasiswa untuk menabung di bank syariah.

B. Pengaruh Lokasi Terhadap Kemampuan Menabung Mahasiswa Di Bank Syariah

¹ Eva Yasika Wijayati, "*Pengaruh Persepsi dan Pengetahuan Terhadap Kemampuan Menabung di Bank Syariah Pada Masyarakat Dukuh Krajan Pulosari Jambon Ponorogo*", (Skripsi: IAIN Ponorogo, 2019)

² Wibowo, "*Perilaku Organisasi*", (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), hlm. 59

³ Philip Kotlet, Gari Amstrong, *Dasar-dasar Pemasaran*, Edisi bahasa indonesia, jilid 2, (Jakarta: Prenggalindo, 2013), hlm 401

Berdasarkan hasil dari output statistik dengan menggunakan SPSS

25. Hal ini menunjukkan bahwa variabel lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kemampuan menabung di bank syariah. Dari hasil uji t yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa lokasi secara parsial tidak berpengaruh terhadap kemampuan menabung mahasiswa di bank syariah dan menunjukkan tidak adanya pengaruh positif antara lokasi dan kemampuan menabung mahasiswa di bank syariah. Hal tersebut dibuktikan berdasarkan nilai sig. lebih dari α dan t_{hitung} kurang dari t_{tabel} . Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_2 ditolak, dengan demikian berarti variabel lokasi tidak berpengaruh positif atau artinya lokasi tidak berpengaruh terhadap kemampuan menabung mahasiswa di bank syariah. Serta dari hasil koefisien regresi diperoleh nilai β dengan hasil negatif atau tidak memiliki pengaruh yang searah.

Hasil Penelitian ini sejalan dengan penelitian Muhammad Fajar Fahrudin⁴ yang menyatakan bahwa lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kemampuan menabung nasabah. Penelitian ini terbanding terbalik dengan penelitian oleh Risqa Ramadhani Tyas⁵ yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh pada kemampuan menabung nasabah. Hal ini sesuai dengan teori Kasmir, penentuan lokasi suatu cabang bank merupakan salah satu kebijakan yang sangat penting.⁶ Sehingga

⁴ Muhammad Fajar Fahrudin, *"Pengaruh Promosi, Lokasi dan Kualitas Layanan terhadap Kemampuan Menabung Nasabah Bank Mandiri Surabaya"*, (Jurnal, STIE Perbanas Surabaya, 2015)

⁵ Risqa Ramadhani Tyas, *"Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kemampuan Nasabah Menabung di BMT Sumber Mulia Tuntung"*, (Jurnal, IAIN Salatiga)

⁶ Kasmir, *"Pemasaran Bank"*. (Jakarta: Prenada Media, 2005), hlm.163

Lokasi Bank Syariah yang tidak berpengaruh terhadap kemampuan mahasiswa menabung pada bank syariah dalam penelitian ini karena semakin canggih system perbankan membuat mahasiswa yang ingin melakukan transaksi menabung tidak perlu pergi kelokasi bank, melainkan bias lewat fasilitas bank syariah seperti internet banking dan mobile banking. Sehingga lokasi bank syariah yang jelas, lalu lintas yang lancar, tempat parker yang luas hal ini tidak selalu akan meningkatkan kemampuan nasabah untuk menabung pada bank syariah.

C. Pengaruh Promosi Terhadap Kemampuan Menabung Mahasiswa Di Bank Syariah

Berdasarkan hasil dari output statistik dengan menggunakan SPSS 25. Hal ini menunjukkan bahwa variabel promosi berpengaruh yang signifikan terhadap kemampuan menabung di bank syariah. Dari hasil uji t yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kemampuan menabung mahasiswa di bank syariah dan menunjukkan adanya pengaruh positif antara promosi dan kemampuan menabung mahasiswa di bank syariah. Hal tersebut dibuktikan berdasarkan nilai sig. kurang dari α dan t_{hitung} lebih dari t_{tabel} . Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_3 diterima, dengan demikian berarti variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan atau artinya promosi berpengaruh terhadap kemampuan menabung mahasiswa di bank syariah. Serta dari hasil koefisien regresi diperoleh nilai β dengan hasil positif atau memiliki pengaruh yang searah. Artinya jika promosi semakin meningkat

maka akan semakin mempengaruhi kemampuan menabung mahasiswa di bank syariah, begitu pula sebaliknya, apabila promosi semakin menurun atau buruk maka kemampuan menabung mahasiswa di bank syariah semakin menurun. Hasil Penelitian ini sejalan dengan penelitian Erika Adheya Rahma⁷ bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap kemampuan menabung nasabah.

Penelitian ini dapat membuktikan bahwa promosi sangat berpengaruh terhadap kemampuan menabung mahasiswa di bank syariah, karena dalam menabung di bank syariah promosi yang dilakukan bank syariah sangat berpengaruh terhadap kemampuan menabung, karena promosi yang sangat baik akan mempengaruhi atau berpengaruh terhadap kemampuan menabung mahasiswa di bank syariah. Hal ini didukung oleh teori Kasmir yang menyatakan bahwa promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya.⁸

D. Pengaruh pengetahuan Produk Terhadap Kemampuan Menabung Mahasiswa Di Bank Syariah

Berdasarkan hasil dari output statistik dengan menggunakan SPSS 25. Hal ini menunjukkan bahwa variabel pengetahuan produk berpengaruh yang signifikan terhadap kemampuan menabung di bank syariah. Dari hasil uji t yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa pengetahuan

⁷ Erika Adheya Rahma, "Analisis Pengaruh Lokasi, Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Kemampuan Menabung di BPRS Bangun Drajat Warga Yogyakarta", (Skripsi: UIN Sunan Kali Jaga, 2018)

⁸ Kasmir, "Manajemen Perbankan", (Jakarta: PT Raja Grafindo Indonesia, 2014), hlm.

produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kemampuan menabung mahasiswa di bank syariah dan menunjukkan adanya pengaruh positif antara pengetahuan produk dan kemampuan menabung mahasiswa di bank syariah. Hal tersebut dibuktikan berdasarkan nilai sig. kurang dari α dan t_{hitung} lebih dari t_{tabel} . Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_4 diterima, dengan demikian berarti variabel pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan atau artinya pengetahuan produk berpengaruh terhadap kemampuan menabung mahasiswa di bank syariah. Serta dari hasil koefisien regresi diperoleh nilai β dengan hasil positif atau memiliki pengaruh yang searah. Artinya jika pengetahuan produk semakin meningkat maka akan semakin mempengaruhi kemampuan menabung mahasiswa di bank syariah, begitu pula sebaliknya, apabila pengetahuan produk semakin menurun atau buruk maka kemampuan menabung mahasiswa di bank syariah semakin menurun.

Penelitian ini dapat membuktikan bahwa pengetahuan produk sangat berpengaruh terhadap kemampuan menabung mahasiswa di bank syariah, karena dalam menabung di bank syariah terlebih dahulu seseorang harus memiliki pengetahuan tentang produk yang ditawarkan, jadi jika pengetahuan produk semakin baik maka kemampuan menabungnya juga akan semakin baik. Hasil penelitian ini relevan dengan teori dari Ratih, yang menyatakan bahwa: Pengetahuan yang dalam kaitannya dengan kemampuan nasabah adalah berkaitan erat dengan pengetahuan konsumen. Pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki oleh

konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa.⁹ Selain itu juga terdapat teori dari Nurul yang menyatakan bahwa pengetahuan adalah informasi yang telah diinterpretasikan oleh seseorang dengan menggunakan sejarah, pengalaman dan skema interpretasi yang dimilikinya.¹⁰ Sehingga dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa, pengetahuan yang bersumber dalam diri seseorang mempengaruhi timbulnya kemampuan diri seseorang. Dalam hal ini pengetahuan mahasiswa terhadap produk bank syariah berpengaruh terhadap kemampuan mahasiswa untuk menabung.

E. Pengaruh Persepsi, Lokasi, Promosi dan Pengetahuan Produk Terhadap Kemampuan Menabung Mahasiswa Di Bank Syariah

Berdasarkan hasil dari output statistik dengan menggunakan SPSS 25. Hal ini menunjukkan bahwa variabel promosi berpengaruh yang signifikan terhadap kemampuan menabung di bank syariah. Dari hasil uji f yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa persepsi, lokasi, promosi dan pengetahuan produk berpengaruh secara simultan terhadap kemampuan menabung mahasiswa di bank syariah.

Hasil penelitian ini didukung penelitian yang dilakukan oleh Ayun Sekar Widodoati (2018)¹¹ bahwa persepsi, pengetahuan produk tabungan

⁹ Ratih Hurriyati, "Pemasaran dan Loyalitas Konsumen", (Bandung: CV. Alfabeta, 2005), hlm.84

¹⁰ Nurul Indarti, et al. "Manajemen Pengetahuan": Teori dan Praktik (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2014), hlm. 14

¹¹ Ayun Sekar Widodoati, Jurnal: "Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank dan Persepsi Nasabah Mengenai Suku Bunga Simpanan Terhadap Kemampuan Menabung Nasabah", (Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta, 2018)

berpengaruh terhadap kemampuan menabung nasabah. Hasil ini sejalan dengan teori kemampuan menurut Akhmat Sudrajat bahwasannya kemampuan dihubungkan dengan kecakapan, dan kecakapan mempengaruhi potensi yang ada pada individu.¹²Dapat disimpulkan bahwa persepsi, lokasi, promosi dan pengetahuan produk bank syariah maka akan mempengaruhi kemampuan nasabah tersebut untuk menabung. Begitu pula dengan mahasiswa, mahasiswa akan semakin mampu untuk menabung di bank syariah apabila persepsi mahasiswa terhadap bank syariah semakin bagus, lokasi bank syariah yang mudah untuk di jangkau, promosi bank syariah yang semakin bagus dan pengetahuan mahasiswa tentang produk bank syariah semakin bagus, maka akan mempengaruhi kemampuan mahasiswa untuk menabung. Sehingga tingkat kemampuan mahasiswa untuk menabung juga akan semakin meningkat.

¹² Sriyanto, "*Pengertian Kemampuan...*", hlm. 14