

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Motivasi merupakan kekuatan yang ada pada diri seseorang yang mendorong atau menggerakkan untuk melakukan sesuatu guna mencapai tujuan, dalam hal ini mencapai kemaslahatan. Dalam dunia perbankan motivasi akan selalu berpengaruh pada proses peningkatan jumlah nasabah, sehingga motivasi harus mendapat perhatian khusus karena hal itu bisa mendorong proses dan kemajuan perbankan itu sendiri. Motivasi merupakan salah satu prasyarat yang sangat penting dalam proses peningkatan jumlah nasabah. Fasilitas pelayanan nasabah yang bagus, berkualitas, saling menguntungkan, kenyamanan, rasa percaya, dan fasilitas pendukung lainnya akan sia-sia jika tidak ada motivasi ketertarikan nasabah untuk menabung di bank syariah.

Mahasiswa adalah orang yang belajar di perguruan tinggi, baik di universitas, institut atau akademi. Mereka yang terdaftar sebagai murid di perguruan tinggi dapat disebut sebagai mahasiswa, seperti mahasiswa yang terdaftar di IAIN Tulungagung FEBI (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam) jurusan Bank Syariah. Mahasiswa merupakan agen pembawa perubahan. Dari tahun ke tahun jumlah mahasiswa jurusan Bank Syariah semakin meningkat, semakin banyak yang memilih jurusan tersebut. Mahasiswa jurusan Bank Syariah diberikan mata kuliah sesuai dengan jurusan, memberikan pemahaman

apa itu bank syariah, bagaimana cara bermuamalat sesuai syariat islam, menjelaskan produk-produk yang ada dalam bank syariah, dan sebagainya yang berkaitan dengan perbankan. Salah satu motivasi mahasiswa jurusan Bank Syariah memutuskan untuk memilih menabung di Bank Syariah, karena Bank Syariah sesuai dengan tata cara syariat Islam.

Perbankan merupakan salah satu lembaga keuangan yang melaksanakan tiga fungsi utama, yaitu menerima simpanaan uang, meminjamkan uang, dan memberikan jasa pengiriman uang. Di dalam sejarah perekonomian umat Islam, pembiayaan yang dilakukan dengan akad yang sesuai syariah telah menjadi bagian dari tradisi umat Islam sejak zaman Rasulullah Saw. Seperti menerima titipan harta, meminjamkan uang untuk keperluan konsumsi dan untuk keperluan bisnis, serta melakukan pengiriman uang, telah lazim dilakukan sejak zaman Rasulullah Saw. Dengan demikian, fungsi-fungsi utama perbankan modern, yaitu menerima deposit, menyalurkan dana dan melakukan transfer dana telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan umat islam, bahkan sejak zaman Rasulullah Saw. Keberadaan badan usaha pembiayaan non-bank yang mencoba menerapkan sistem bagi hasil semakin menunjukkan, bahwa masyarakat Indonesia membutuhkan hadirnya alternatif lembaga keuangan syariah untuk melengkapi pelayanan oleh lembaga keuangan konvensional yang sudah ada.

Bank syariah merupakan bank yang dalam melaksanakan segala aktivitasnya berdasarkan dan berusaha sesuai dengan prinsip syariah. Maka dari itu agar dalam menjalankan setiap kegiatan perbankan tidak keluar dari

prinsip syariah maka diperlukan dewan yang bertugas mengawasi jalannya praktek perbankan supaya benar-benar berjalan pada koridor syariat islam. Dewan itu adalah Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang berada dibawah naungan Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI). Inilah salah satu yang membedakan Bank Syariah dan Bank Konvensional.

Perkembangan bank syariah di Indonesia tergolong pesat. Dalam waktu kurang dari 15 tahun banyak bank-bank yang semula bersifat konvensional akhirnya membuka cabang perbankan yang bersifat syariah. Perusahaan-perusahaan perbankan tersebut bukanlan hanya sekedar mencoba untuk mengembangkan prinsip syariah di Indonesia, tetapi faktor yang lebih penting adalah permintaan konsumen untuk dibentuknya Bank Syariah. Pesatnya Bank Syariah karena bank syariah memiliki keistimewaan-keistimewaan. Salah satu keistimewaan yang utama adalah yang melekat pada konsep (*build in concept*) dengan berorientasi pada kebersamaan. Orientasi inilah yang menjadikan bank syariah mampu tampil sebagai alternative pengganti sistem bunga yang selama ini hukumnya masih diragukan oleh masyarakat muslim. Seperti yang dijelaskan didalam Al-Quran bahwa riba itu hukumnya haram, baik yang memberikan tambahan maupun yang menerimanya.

Al-Quran, surat Al-Baqarah ayat 275 :

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ
الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ
الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ
فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ﴿٢٧٥﴾

Artinya : Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka Berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah Telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang Telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang Telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya (275).¹

Berdasarkan kedua ayat tersebut, maka telah jelas bahwa riba dengan cara apapun hukumnya haram, karena riba sama dengan memakan harta benda orang lain dengan jalan yang bathil. Dan Allah telah menyediakan siksa yang pedih untuk orang yang melakukan riba. Sebagaimana dalam hadist, dari Jabir r.a: “Rosululloh SAW mengutuk penerima dan pembayar riba, orang yang mencatatnya, dan saksi mata dari transaksi tersebut dan mengatakan mereka semua sama (dalam dosa)”. H.R. Muslim, Tirmidzi dan Ahmad.

Bank syariah merupakan salah satu solusi yang diharapkan dapat melindungi nasabah dari rasa cemas, keraguan serta ketidak pastian yang

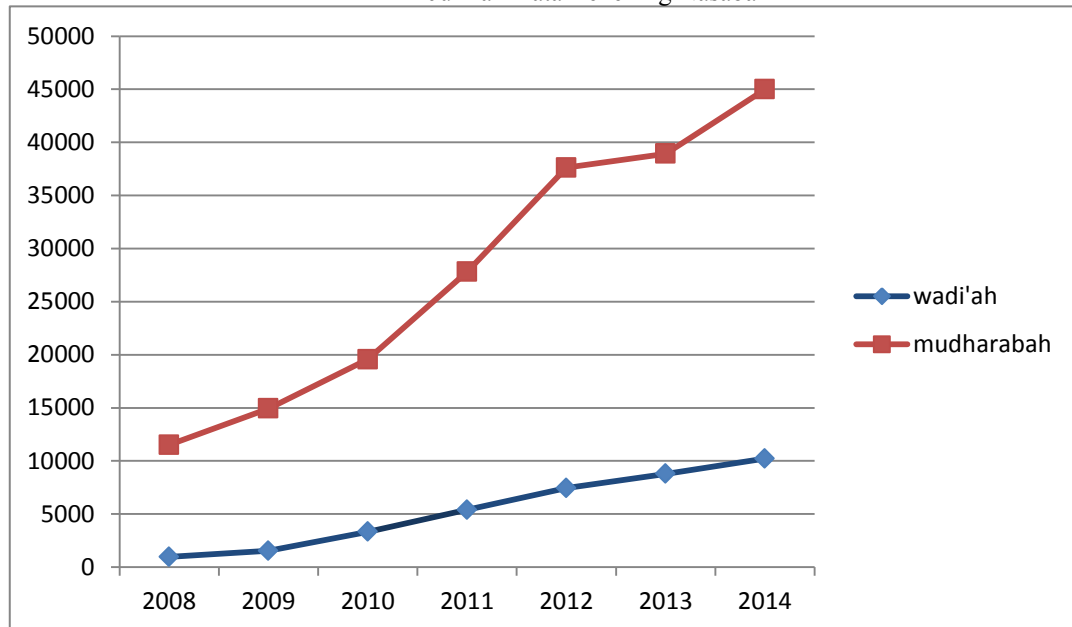
¹ H. Toha Putra. *Al-Qur'an dan terjemahannya*, (Semarang: CV. Asy-Syifa', 2001).

ditimbulkan dari perbankan konvensional. Hal ini dikarenakan bank syariah adalah bank yang beroperasi tanpa mengandalkan konsep bunga. Konsep yang diusung oleh bank syariah ini adalah nisbah bagi hasil, yang berlandaskan Al-Quran dan Hadist. Hal yang paling membedakan dan menjadi kelebihan dari konsep bagi hasil adalah konsep ini lebih menekankan pada kemaslahatan umat manusia, sedangkan konsep bunga lebih mementingkan pemenuhan pribadi tanpa memperhatikan dampak sosial yang terjadi. Dengan konsep bagi hasil ini, tidak heran bila nasabah bank syariah terdiri dari berbagai lapisan masyarakat. Mereka juga berasal dari berbagai ras, suku, bahkan berbagai agama, dan juga mahasiswa IAIN Tulungagung, jurusan Bank Syariah banyak yang memilih menabung di bank syariah.

Perkembangan bank syariah juga cukup bagus di Indonesia. Berdasarkan data yang dirilis Bank Indonesia (BI), aset Bank Syariah per Oktober 2013 sudah mencapai Rp. 179 triliun atau sekitar 4,4% dari aset perbankan nasional. Sementara DPK (Dana Pihak Ketiga) Rp.137 triliun. Total pembiayaan yang disalurkan Bank Syariah sebesar Rp.139 triliun, melebihi jumlah DPK. Hal ini mengidentifikasi FDR (*Financing to Deposit Ratio*) Bank Syariah diatas 100%. Peningkatan signifikan juga terjadi pada jumlah nasabah bank syariah, dari tahun 2012-2013 tumbuh besar 16,6%. Pada Oktober 2013, jumlah nasabah bank syariah mencapai 15,6 juta rekening baik nasabah baik nasabah DPK maupun nasabah pembiayaan. Jumlah itu meningkat

dibandingkan tahun 2012 dimana jumlah pemilik rekening sebanyak 13,4 juta nasabah.²

“Gambar 1.1”
“Jumlah Data Rekening Nasabah”



Sumber : Data diolah Statistik Perbankan Syariah

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa tabungan *wadi'ah* pada tahun 2008 sampai dengan tahun 2014 mengalami kenaikan terus, kecuali pada tahun 2013. Pada tahun 2008 sebesar 958, tahun 2009 sebesar 1.538, tahun 2010 sebesar 3.338, tahun 2011 sebesar 5.394, tahun 2012 sebesar 7.449, tahun 2013 mengalami kenaikan hanya sebesar 8.782, tahun 2014 sebesar 10.216.

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa tabungan *mudharabah* pada tahun 2008 sampai dengan tahun 2014 mengalami kenaikan terus, kecuali pada tahun 2013. Pada tahun 2008 sebesar 11.513, tahun 2009 sebesar 14.937,

² Bank Indonesia, www.bi.go.id

tahun 2010 sebesar 19.570, tahun 2011 sebesar 27.806, tahun 2012 sebesar 37.623, tahun 2013 mengalami kenaikan hanya sebesar 38.924, tahun 2014 sebesar 44.992.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Motivasi Mahasiswa terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Bank Syariah)”

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian latar belakang seperti yang telah dijabarkan di atas, maka diambil suatu rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh antara *physiological needs* terhadap keputusan menabung di Bank Syariah?
2. Apakah terdapat pengaruh antara *safety needs* terhadap keputusan menabung di Bank Syariah?
3. Apakah terdapat pengaruh antara *social needs* terhadap keputusan menabung di Bank Syariah?
4. Apakah terdapat pengaruh antara *esteem needs* terhadap keputusan menabung di Bank Syariah?
5. Apakah terdapat pengaruh antara *self actualization needs* terhadap keputusan menabung di Bank Syariah?

C. Tujuan Penelitian

Secara umum tujuan penelitian ini adalah:

1. Menguji pengaruh antara *physiological needs* terhadap keputusan menabung Bank Syariah?
2. Menguji pengaruh antara *safety needs* terhadap keputusan menabung di Bank Syariah?
3. Menguji pengaruh antara *social needs* terhadap keputusan menabung di Bank Syariah?
4. Menguji pengaruh antara *esteem needs* terhadap keputusan menabung di Bank Syariah?
5. Menguji pengaruh antara *self actualization needs* terhadap keputusan menabung di Bank Syariah?

D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritiss
 - a. Untuk menambah referensi terhadap kajian sosiologi terkait dengan motivasi mahasiswa dan keputusan menabung.
 - b. Sebagai bahan acuan dan referensi pada penelitian sejenis yang dilakukan dimasa yang akan datang.
2. Manfaat Praktis
 - a. Memberikan motivasi orang-orang untuk menabung di Bank Syariah.

- b. Sebagai bahan literatur atau rujukan peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian yang lebih luas..

E. Ruang Lingkup Dan Keterbatasan Masalah

1. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini meliputi variabel-variabel yang diteliti, populasi atau subjek penelitian dan lokasi penelitian dengan penjabaran sebagai berikut :

a. Variabel-variabel yang diteliti

Variabel adalah atribut dari sekelompok orang atau objek (benda) yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.³ Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua variabel yaitu variabel independen atau biasa disebut dengan variabel bebas dan variabel dependen atau biasa disebut variabel terikat. Variabel bebas yaitu variabel yang mempengaruhi variabel lain sedangkan variabel terikat yaitu variabel yang dipengaruhi variabel lain.

Berkaitan dengan hal ini, sesuai dengan judul penelitian yang diajukan, maka peneliti menentukan variabel-variabel sebagai berikut :

- Variabel bebas (variabel independen) diasumsikan dengan variabel X

³ Ali Mauludi, *Teknik Memahami Statistika 1*, (Jakarta: Alim's Publishing, 2013), hlm. 29

Peneliti menentukan bahwa *physiological needs*, *safety needs*, *social needs*, *esteem needs*, dan *self actualization* adalah variabel X, karena faktor ini diduga dapat mempengaruhi keputusan menabung.

- Variabel terikat (variabel dependen) diasumsikan dengan variabel Y
Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah keputusan menabung.

b. Populasi atau subjek penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Yang terlibat dalam penelitian ini adalah mahasiswa IAIN Tulungagung jurusan Bank Syariah.

2. Keterbatasan Penelitian

Adapun batasan masalah yang akan diteliti adalah sebagai berikut:

Penelitian ini hanya dibatasi pada responden mahasiswa jurusan Perbankan Syariah IAIN Tulungagung

F. Definisi Operasional

a. Definisi Konseptual

1. Variabel Independen (X)

- Physiological needs* (kebutuhan fisiologis) merupakan kebutuhan yang harus dipenuhi untuk dapat tetap hidup, termasuk

makanan, perumahan, pakaian, udara untuk bernapas, dan sebagainya.⁴

- b. *Safety needs* (kebutuhan rasa aman) merupakan kebutuhan keselamatan, merasa aman dari setiap jenis ancaman fisik atau kehilangan, serta merasa terjamin.⁵
- c. *Social needs* (kebutuhan sosial) merupakan kebutuhan manusia, manusia cenderung menginginkan untuk menjalin hubungan secara sosial, berinteraksi dengan sesama/lawan jenisnya
- d. *Esteem needs* (kebutuhan akan penghargaan) percaya diri dan harga diri maupun kebutuhan akan pengakuan orang lain.⁶
- e. *Self actualization needs* (kebutuhan aktualisasi diri) merupakan kebutuhan pemenuhan diri, yaitu kebutuhan untuk menunjukkan potensi, kelebihan, keahlian, skill maupun ilmu yang dimiliki seseorang.⁷

2. Variabel Dependen (Y)

Keputusan merupakan kegiatan untuk memberikan pedoman kepada orang atau organisasi dalam mengambil keputusan, sekaligus memperbaiki proses pengambilan keputusan dalam kondisi tidak pasti.⁸

⁴ Dr. Hamzah B. Uno, M.Pd, *Teori Motivasi dan Pengukurannya*. Hal.41

⁵ *Ibid.*

⁶ *Ibid.* Hal.42

⁷ *Ibid.* hal.42

⁸ Prawirosentono Drs.,MBA, Suyadi, "*Strategi Pengambilan Keputusan Bisnis*". (Jakarta: Bumi Aksara 2002).

b. Definisi Operasional

Peneliti ingin meneliti pengaruh dorongan peserta didik yang terdaftar di IAIN Tulungagung jurusan perbankan syariah terhadap kegiatan untuk memberikan pedoman mengambil keputusan menabung di Bank yang beroperasi didasarkan tata cara bermu'amalat secara Islam.

G. Sistematika Penelitian Skripsi

Bab I : Pendahuluan

Di Bab ini menjelaskan tentang (a) Latar Belakang, (b) Rumusan Masalah, (c) Tujuan Penelitian, (d) Kegunaan Penelitian, (e) Definisi Operasional, (f) Sistematika Penulisan Skripsi

Bab II : Landasan Teori

Di Bab ini Menjelaskan tentang (a) *Physiological needs*, (b) *Safety needs*, (c) *Social need*, (d) *Esteem needs*, (e) *Self actualization needs*, (f) Motivasi, (g) Perbankan Syariah, dan (h) Keputusan Menabung (i) Penelitian Terdahulu (j) Kerangka Berfikir (k) Hipotesis Penelitian

Bab III : Metode Penelitian

Bab ini menjelaskan tentang (a) Pendekatan dan Jenis Penelitian, (b) Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian, (c) Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran, (d) Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian, (e) Teknik Analisis Data.

Bab IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Menjelaskan tentang laporan-laporan (a) Hasil Penelitian dan (b) Pembahasan Hasil Penelitian.

Bab V : Penutup

Di Bab ini berisi tentang (a) Kesimpulan, inti dari bab yang telah diuraikan dibab sebelumnya dan (b) Saran

BAB II

LANDASAN TEORI

A. *Physiological needs* (kebutuhan fisiologis)

Teori kebutuhan fisiologis juga disebut “*Behaviour theoris*”. Menurut teori ini semua tindakan manusia itu berakar pada usaha memenuhi kepuasan dan kebutuhan organik atau kebutuhan untuk kepentingan fisik.⁹ *Physiological needs* (kebutuhan fisiologis) merupakan kebutuhan yang harus dipenuhi untuk dapat tetap hidup, termasuk makanan, perumahan, pakaian, udara untuk bernapas, dan sebagainya.¹⁰ Manifestasi kebutuhan ini terlihat dalam tiga hal pokok, sandang, pangan dan papan. Bagi karyawan, kebutuhan akan gaji, uang lembur, perangsang, hadiah-hadiah dan fasilitas lainnya seperti rumah, kendaraan dll. Menjadi motif dasar dari seseorang mau bekerja, menjadi efektif dan dapat memberikan produktivitas yang tinggi bagi organisasi.

Psikologi juga disebut sebagai kepribadian. Berdasarkan definisi dari Allport, Kretch dan Crutchfield, serta Heuken dapat disimpulkan pokok-pokok pengertian kepribadian sebagai berikut.¹¹

- a) Kepribadian merupakan kesatuan yang kompleks, yang terdiri dari aspek psikis, seperti : inteligensi, sifat, sikap, minat, cita-cita, dst. serta aspek fisik, seperti : bentuk tubuh, kesehatan jasmani, dst.

⁹ Sardiman A.M, *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*. Hal. 82

¹⁰ Dr. Hamzah B. Uno, M.Pd, *Teori Motivasi dan Pengukurannya*. Hal.41

¹¹ Drs. Kuntjojo, M.Pd, *Pendidikan Bimbingan Dan Konseling Universitas Nusantara PGRI Kediri* . Kediri : 2009

b) Kesatuan dari kedua aspek tersebut berinteraksi dengan lingkungannya yang mengalami perubahan secara terus-menerus, dan terwujudlah pola tingkah laku yang khas atau unik.

Ada beberapa konsep yang berhubungan erat dengan kepribadian bahkan kadang-kadang disamakan dengan kepribadian. Konsep-konsep yang berhubungan dengan kepribadian adalah :¹²

1. *Character* (karakter), yaitu penggambaran tingkah laku dengan menonjolkan nilai (banar-salah, baik-buruk) baik secara eksplisit maupun implisit.
2. *Temperament* (temperamen), yaitu kepribadian yang berkaitan erat dengan determinan biologis atau fisiologis.
3. *Traits* (sifat-sifat), yaitu respon yang senada atau sama terhadap sekelompok stimuli yang mirip, berlangsung dalam kurun waktu (relatif) lama.
4. *Type attribute* (ciri), mirip dengan sifat, namun dalam kelompok stimuli yang lebih terbatas.
5. *Habit* (kebiasaan), merupakan respon yang sama dan cenderung berulang untuk stimulus yang sama pula. Konsep-konsep di atas sebenarnya merupakan aspek-aspek atau komponen-komponen kepribadian karena pembicaraan mengenai kepribadian senantiasa mencakup apa saja yang ada di dalamnya, seperti karakter, sifat-sifat, dst. Interaksi antara berbagai aspek tersebut kemudian terwujud sebagai kepribadian.

¹² Alwisol, *Psikologi Kepribadian*. Malang : Penerbit Universitas Muhammadiyah Malang.2005

B. *Safety needs* (kebutuhan rasa aman)

Safety needs (kebutuhan rasa aman) merupakan kebutuhan keselamatan, merasa aman dari setiap jenis ancaman fisik atau kehilangan, serta merasa terjamin.¹³ Kebutuhan rasa aman merupakan kebutuhan setelah kebutuhan fisiologi terpenuhi, maka akan mengarah pada akan keselamatan. Pada waktu seseorang telah mempunyai pendapatan yang cukup untuk memenuhi semua kebutuhan kejiwaan, seperti, membeli makanan dan perumahan, maka akan mengarah kepada menyediakan jaminan melalui pengambilan polis asuransi, mendaftarkan diri untuk perserikatan pekerja, dan sebagainya.

Ada beberapa karakteristik dari keamanan mencakup 3 hal yaitu *pervasiveness* (mempengaruhi/mengisi), *perception* (persepsi), dan *management (managemen)* :¹⁴

1. *Pervasiveness*

Kemanan adalah pengisi, mempengaruhi segalanya. Secara khusus, individu sangat memperhatikan kemanan pada setiap atau semua aktivitasnya, termasuk makan, bernafas, tidur, bekerja, dan bermain. Secara umum, individu mengasumsikan atau bertanggung jawab terhadap kemanan dari mereka sendiri.

¹³ *Ibid.*

¹⁴ Craven, *Fundamental of Nursing : human health and function*. Philadelphia : 2000.

2. *Perception*

Persepsi seseorang terhadap bahaya mempengaruhi dalam penyusunan keamanan ke dalam aktivitas sehari-hari mereka. Pengukuran keamanan efektif hanya sejauh sebagai seseorang yang mengerti secara akurat dan menghindari bahaya. Manusia tidak mengerti faktor-faktor keamanan, tetapi mereka belajar secara sendiri melalui proses kehidupan mereka. Kematangan membawa dalam menyusun hal-hal yang mungkin membahayakan dan menyadari betapa pentingnya keamanan. Keluarga, guru, pekerja kesehatan dan hukum berkontribusi dalam meningkatkan tingkat pengetahuan dan kesadaran akan keamanan dan prinsip-prinsip pencegahan injuri.

3. *Management*

Seseorang mungkin pada suatu waktu menyadari bahaya dalam lingkungannya. Ia akan mengukur terhadap hal tersebut untuk mencegah bahaya dan mempraktekkan keamanan. Ia harus bisa mengukur, membedakan mana yang bisa membuat keamanannya terjaga dan mana yang akan membahayakan keselamatannya. Kemampuan seseorang untuk melindungi dirinya juga di pengaruhi oleh beberapa sebab : genetik, status kesehatan, lingkungan, status psikososial, penggunaan alkohol dan obat-obatan tertentu.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi keselamatan dan keamanan, yaitu :

1. Faktor Usia

Ini erat kaitannya dengan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki individu. Anak-anak biasanya belum mengetahui tingkat bahaya dari suatu lingkungan yang dapat menyebabkan cedera pada mereka. Sedangkan lansia umumnya akan mengalami penurunan sejumlah fungsi organ yang dapat menghambat kemampuan mereka untuk melindungi diri, salah satunya adalah kemampuan persepsi-sensorik.

2. Gangguan persepsi sensori

Persepsi-sensorik yang akurat terhadap stimulus lingkungan merupakan hal yang vital bagi keselamatan individu. Individu yang mengalami gangguan persepsi-sensorik (pendengaran, penglihatan, penciuman, sentuhan) berisiko tinggi mengalami cedera

3. Tingkat kesadaran

Segala bentuk gangguan kesadaran (misal: pengaruh narkotik, obat penenang, alkohol; disorientasi; tidak sadar; kurang tidur, halusinasi) dapat membahayakan keselamatan dan keamanan seseorang.

4. Status mobilitas dan Kesehatan

Klien dengan gangguan ekstremitas (misal: paralisis, lemah otot, gangguan keseimbangan tubuh, inkoordinasi) berisiko tinggi mengalami cedera. Sedangkan klien yang lemah karena penyakit atau prosedur pembedahan tidak selalu waspada dengan kondisi mereka.

5. Keadaan Emosi

Emosi yang tidak stabil akan mengubah kemampuan seseorang dalam mempersepsikan bahaya lingkungan. Situasi yang penuh tekanan dapat menurunkan tingkat konsentrasi, mengganggu penilaian, dan menurunkan kewaspadaan terhadap stimulus eksternal.

6. Kemampuan Berkomunikasi

Klien dengan gangguan bicara atau afasia, individu dengan hambatan bahasa dan mereka yang tidak dapat membaca atau buta huruf beresiko mengalami cedera.

7. Tingkat pengetahuan tentang keamanan

Informasi tentang keamanan sangat penting guna menurunkan tingkat bahaya lingkungan. Dalam hal ini perawat bertanggung jawab memberikan informasi yang akurat kepada klien yang berada di rumah sakit.

8. Gaya Hidup

Gaya Hidup yang menyebabkan individu beresiko tinggi antara lain lingkungan kerja yang tidak aman, lingkungan perumahan di daerah rawan (misal: sungai, lereng gunung, jalan raya), tingkat sosial ekonomi yang rendah, akses yang mudah untuk mendapatkan obat-obatan dan lain-lain.

9. Lingkungan

Kondisi lingkungan yang tidak aman dapat mengancam keselamatan dan keamanan individu. Stimulus lingkungan seperti bunyi

yang sangat keras dapat menyebabkan gangguan pada fungsi pendengaran. Bahan-bahan berbahaya seperti racun, zat kimia, emisi, logam berat (merkuri), racun bakteri (tetanus, difteri, botulisme) dapat mengakibatkan kerusakan pada jaringan saraf. Lebih lanjut, kondisi ini dapat menyebabkan gangguan pada fungsi normal tubuh, baik yang sifatnya sementara atau menetap.¹⁵

C. *Social needs* (kebutuhan sosial)

Social needs (kebutuhan sosial) merupakan kebutuhan manusia, manusia cenderung menginginkan untuk menjalin hubungan secara sosial, berinteraksi dengan sesama/lawan jenisnya.¹⁶ Kebutuhan sosial merupakan kebutuhan pada ketika seseorang telah memuaskan kebutuhan fisiologis dan rasa aman, kebutuhan selanjutnya adalah kebutuhan hubungan antarmanusia. Cinta dan kasih sayang yang diperlukan pada tingkat ini, mungkin disadari melalui hubungan-hubungan antarpribadi yang mendalam, tetapi juga dicerminkan dalam kebutuhan untuk menjadi bagian berbagai kelompok sosial. Masyarakat juga juga menilai suatu pekerjaan dengan dasar hubungan kemitraan sosial yang ditimbulkan. Contohnya seperti pedagang atau penjual, penjual baju salah satu contohnya. Masyarakat saling berinteraksi dan berkomunikasi satu sama lain, sambil menjual dagangannya.

¹⁵ Ibid.

¹⁶ Maslow, A.H, "A Theory of Human Motivation", (1943). 50

Hakekat masyarakat dan makna manusia sebagai makhluk sosial. Dalam bahasa Inggris kata masyarakat disebut *society*, asal katanya *socius* yang berarti kawan. Adapun kata masyarakat berasal dari bahasa Arab yaitu *syirk*, artinya bergaul. Adanya saling bergaul ini tentu karena ada bentuk-bentuk aturan hidup yang bukan disebabkan oleh manusia sebagai perseorangan, melainkan oleh unsur-unsur kekuatan lain dalam lingkungan sosial yang merupakan kesatuan.¹⁷

Dalam masyarakat manusia tidaklah dapat hidup sendiri. Mereka hidup berinteraksi dengan orang lain. Dalam interaksi itulah manusia harusnya memiliki suatu etika hidup bermasyarakat. Etika bisa dipakai dalam arti nilai-nilai dan norma-norma yang menjadi pegangan bagi seseorang atau suatu kelompok dalam mengatur tingkah lakunya. Nilai erat hubungannya dengan masyarakat, baik dalam bidang etika yang mengatur kehidupan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Manusia sebagai makhluk yang bernilai akan memaknai nilai sebagai suatu yang objektif, apabila ia memandang nilai itu ada tanpa ada yang menilainya, tetapi ada sebagian sesuatu yang ada dan menuntun manusia dan kehidupannya. Jadi nilai memang tidak akan ada dan tidak akan hadir tanpa hadirnya penilaian. Oleh karena itu nilai melekat dengan subjek penilaian.

¹⁷ Soelaeman, *Suatu Telaah tentang : Manusia, Religi, Pendidikan*. Jakarta : Dekdikbud 1988

D. *Esteem needs* (kebutuhan akan penghargaan)

Esteem needs (kebutuhan akan penghargaan) merupakan kebutuhan akan kedudukan dan promosi dibidang kepegawaian. Kebutuhan akan simbol-simbol dalam statusnya seseorang serta prestise yang ditampilkannya.¹⁸ Percaya diri dan harga diri maupun kebutuhan akan pengakuan orang lain.¹⁹ Dalam kaitannya dengan pekerjaan, memiliki pekerjaan yang dapat diakui sebagai manfaat, menyediakan sesuatu yang dapat dicapai, serta pengakuan umum dan kehormatan di dunia luar.

Ada beberapa prinsip-prinsip dalam pemberian penghargaan. Sukarni menyebutkan beberapa prinsip dalam pemberian penghargaan ini, diantaranya adalah:

1. Kehangatan dan keantusiasan.

Dalam memberikan penguatan hendaknya menunjukkan kehangatan dan keantusiasan secara efektif baik suara, mimik maupun gerakan badan.

2. Makna.

Bila guru mengatakan kepada seorang peserta didik, "karangan anda sangat baik", padahal karangan tersebut bukan hasil karyanya, maka penguatan yang diberikan tidak bermakna bagi peserta didik. Sebaiknya guru mengatakan, "karangan akan lebih baik jika anda

¹⁸ Maslow, A.H, "A Theory of Human Motivation", (1943). 50

¹⁹ Dr. Hamzah B. Uno, M.Pd, *Teori Motivasi dan Pengukurannya*. Hal.42

berusaha sendiri”. Dengan cara ini penguatan yang diberikan wajar dan bermakna bagi peserta didik yang bersangkutan.

3. Hindarkan pemberian respon yang negatif. Respon negatif seperti komentar yang bernada menghina, ejekan, kata-kata kasar, sindirian dan sebagainya, perlu dihindari karena akan mematahkan semangat peserta didik dalam mengembangkan dirinya.²⁰

Peran penghargaan dalam meningkatkan motivasi belajar siswa. Hubungan antara penghargaan dengan motivasi merupakan hubungan sebab akibat. Artinya, dengan adanya sebab penghargaan, maka akan mengakibatkan timbulnya motivasi belajar bagi siswa.

Motivasi dan Jenisnya Menurut Mc. Donald motivasi adalah perubahan energi dalam diri seseorang yang ditandai dengan munculnya “feeling” dan ditandai dengan tanggapan terhadap adanya tujuan.²¹ Dari pengertian yang dikemukakan Mc. Donald ini, maka dapat diambil tiga cakupan pengertian di dalamnya.

1. Bahwa motivasi itu mengawali terjadinya perubahan energi pada diri setiap individu manusia. Perkembangan motivasi akan membawa beberapa perubahan energi di dalam diri manusia yang selanjutnya akan diwujudkan dalam bentuk aktivitas fisiknya.
2. Motivasi ditandai dengan munculnya rasa/”*feeling*”, afeksi seseorang. Dalam hal ini motivasi relevan dengan persoalan-persoalan kejiwaan, afeksi, dan emosi yang dapat menentukan tingkah laku manusia.

²⁰ Sukarni Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu PendekatanPraktik*. Jakarta : 2010

²¹ Sardiman A.M, *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*. Hal. 74

3. Motivasi akan dirangsang karena ada tujuan. Jadi motivasi dalam hal ini sebenarnya merupakan respons dari suatu aksi, yaitu tujuan. Motivasi memang muncul dari dalam diri manusia, tapi kemunculannya karena terangsang oleh adanya unsur lain, dalam hal ini adalah tujuan.²²

E. *Self actualization needs* (kebutuhan aktualisasi diri)

Self actualization needs (kebutuhan aktualisasi diri) merupakan kebutuhan pemenuhan diri, yaitu kebutuhan untuk menunjukkan potensi, kelebihan, keahlian, skill maupun ilmu yang dimiliki seseorang.²³ Kebutuhan ini ditempatkan paling atas pada hierarki Maslow dan berkaitan dengan keinginan pemenuhan diri.²⁴ Kebutuhan ini untuk mewujudkan diri sendiri yaitu mengembangkan bakat dengan usaha mencapai hasil dalam bidang pengetahuan, sosial, dan pembentukan pribadi. Ketika kebutuhan lain sudah terpenuhi, seseorang ingin mencapai secara penuh potensinya. Tahap terakhir ini mungkin hanya tercapai oleh beberapa orang.

Aktualisasi diri adalah kebutuhan naluriah pada manusia untuk melakukan yang terbaik dari yang dia bisa. Istilah ini digunakan dalam berbagai teori psikologi, seperti oleh Kurt Goldstein, Abraham Maslow, dan Carl Rogers. Goldstein adalah ahli yang pertama melihat bahwa kebutuhan ini menjadi motivasi utama manusia, sementara kebutuhan

²² *ibid.*

²³ *ibid.* hal.42

²⁴ Maslow, A.H, "A Theory of Human Motivation", (1943).

lainnya hanyalah manifestasi dari kebutuhan tersebut. Namun yang membuat istilah ini lebih mengemuka adalah teori Maslow tentang hirarki kebutuhan, yang menganggapnya sebagai tingkatan tertinggi dari perkembangan psikologis yang bisa dicapai bila semua kebutuhan dasar sudah dipenuhi dan pengaktualisasian seluruh potensi dirinya mulai dilakukan.

Banyak contoh yang dapat menunjukkan bahwa kita melakukan aktualisasi diri, salah satu contohnya adalah disaat kita berteman, banyak teman yang kita kenal banyak juga pandangan hidup dan gaya hidup yang berbeda-beda, meskipun begitu kita harus bisa memilah mana yang baik dan mana yang buruk, tapi bukan dengan menjauhkan teman kita yang memiliki sifat atau kebiasaan buruk. Tapi alangkah baiknya kalau kita mengajaknya untuk menjadi lebih baik lagi.

Ada beberapa faktor penghambat dalam beraktualisasi diri. Sebagai kebutuhan paling tinggi diantara kebutuhan lainnya, aktualisasi diri menjadi kebutuhan paling sedikit dapat dicapai oleh manusia, karena tidak mudah dimulai, hal tersebut lebih sering dilawan maupun dihalangi, beberapa halangan dalam beraktualisasi diri adalah sebagai berikut:²⁵

1. Berasal dari dalam individu

Yaitu, berupa ketidaktahuan, keraguan dan bahkan juga rasa takut dari individu untuk mengungkapkan potensi-potensi yang dimilikinya, sehingga potensi itu tetap laten, potensi diri merupakan modal yang perlu

²⁵ http://id.wikipedia.org/wiki/Aktualisasi_diri. Diakses Kamis 21 Mei 10.00 WIB

diketahui, digali dan dimaksimalkan.²⁶ Perubahan hanya dapat terjadi jika seseorang mengetahui potensi yang ada dalam dirinya kemudian mengarahkan potensi itu kepada tindakan tepat dan teruji.

2. Berasal dari luar atau masyarakat

Yaitu berupa kecenderungan mendepersonalisasi individu, perpresesian sifat-sifat, bakat atau potensi-potensi. Hambatan ini dapat berasal dari masyarakat, keluarga maupun kebudayaanya.²⁷ Proses pengaktualisasian diri ini baru dapat teraih bila lingkungan secara kondusif memberi kebebasan individu untuk berlatih mengembangkan potensinya secara optimal yang dibantu melalui proses pendidikan. Begitu juga dengan kebudayaan, seringkali kebudayaan tidak mendukung upaya aktualisasi potensi diri seseorang karena perbedaan karakter. Selain factor lingkungan dan juga kebudayaan, factor keluarga juga menjadi salah satu factor yang mungkin dapat mempengaruhi proses pencapaian aktualisasi anak. Salah satu factor keluarga yang mempunyai peranan penting dalam pengaktualisasian diri adalah praktik pengasuhan anak, jika anak terlalu dilindungi dan tidak diperbolehkan untuk menunjukkan perilaku-perilaku yang baru dipelajarinya, mengeksplorasi ide-ide baru ataupun melatih kemampuan baru, mereka seperti dihalangi untuk menjadi dewasa, terhambat dalam perkembangan dan pengungkapan dirinya sendiri dalam berbagai kegiatan yang merupakan hal penting untuk mencapai aktualisasi diri, sebaliknya, orang tua yang terlalu memberikan kebebasan kepada

²⁶ *Ibid*

²⁷ *Ibid.*

anak-anaknya, juga dapat lebih berbahaya. Maslow memperingatkan bahwa kebebasan yang berlebihan yang didapat di usia anak-anak, akan membawa mereka kearah kecemasan dan rasa tidak aman, hambatan pada kebutuhan akan rasa aman, hal ini akan menghambat pertumbuhan selanjutnya. Keseimbangan antara kebebasan dan juga peraturan sangat diperlukan

3. Berasal dari pengaruh negatif

Alasan lain yang juga menjadi penyebab kegagalan pencapaian aktualisasi diri adalah apa yang disebut Maslow sebagai Jonah kompleks.²⁸ Hal tersebut mengacu kepada ketakutan-ketakutan dan keragu-raguan terhadap kemampuan yang kita miliki, secara bersamaan kita merasa takut dan gentar dengan kemungkinan-kemungkinan tertinggi yang kita miliki, tetapi dalam semua hal itu ketakutan merupakan penyebab utama. Aktualisasi selalu memerlukan keberanian. Bahkan ketika kebutuhan yang paling dasar telah terpenuhi, kita tidak bias hanya bias duduk diam dan menunggu suatu kesempatan untuk mencapai aktualisasi diri dan pemenuhan diri. Ada proses yang harus diambil, disiplin dan juga control diri. Terlihat lebih mudah dan lebih aman ketika kita menjalani hidup sebagaimana adanya dibanding mencari tantangan-tantangan baru. Orang-orang yang mengaktualisasikan diri secara terus menerus menguji dan menentang diri mereka sendiri. Mereka meninggalkan rasa aman dan kenyamanan yang mereka punyan dan meninggalkan kebiasaan-kebiasaan

²⁸ Dr. Hamzah B. Uno, M.Pd, *Teori Motivasi dan Pengukurannya*. Hal.41

dan sikap-sikap yang biasa mereka lakukan. Hambatan ini merupakan pengaruh negative yang dihasilkan oleh kebutuhan yang kuat akan rasa aman. Oleh individu-individu yang kebutuhan akan rasa amannya terlalu kuat, pengambilan resiko, perbuatan kesalahan, dan pelepasan kebiasaan lama yang tidak konstruktif itu justru akan merupakan hal-hal yang mengancam dan menakutkan, dan pada gilirannya ketakutan ini akan mendorong individu-individu tersebut untuk bergerak mundur menuju pemuasan kebutuhan akan rasa aman.

F. Motivasi

a. Pengertian Motivasi

Motivasi berasal bahasa latin yang berbunyi *movere* yang berarti dorongan dan menggerakkan. Pentingnya motivasi Karena motivasi adalah hal yang menyebabkan, menyalurkan dan mendukung manusia. Menurut para ahli atau pendapat lain yang dikutip oleh *Engel* dalam *American Encyclopedia*, motivasi adalah kecenderungan (suatu sifat yang merupakan pokok pertentangan) dalam diri seorang yang membangkitkan topangan.²⁹ Motivasi merujuk dua pengertian, yaitu motif dan dorongan. Motif didefinisikan sebagai keinginan ataupun keadaan dari dalam hati seorang yang mengarahkan atau menyalurkan perilaku sampai pada tujuan. Sedangkan dorongan adalah kebutuhan psikologis

²⁹ Nugroho, J. Setiadi “*Prilaku Konsumen Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*”, (PT Prenada Media Group, Jakarta : 2003), hal.25

dasar yang berhubungan dengan lapar, haus, serta perlindungan fisik. Dalam hubungan dengan pemasaran, motivasi digunakan untuk memprediksi perilaku konsumen mengenai apa yang akan dilakukan berkaitan dengan produk tertentu.³⁰

Motivasi adalah alasan dari konsumen untuk berperilaku, perilaku yang ditunjukkannya merupakan hasil dari dorongan untuk mengurangi ketegangan yang dirasakan karena kebutuhan tidak terpenuhinya. Oleh karena itu, sangat penting bagi pemasar untuk dapat menciptakan produk yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Sedangkan menurut Freddy Rangkuti dalam bukunya mengatakan bahwa motivasi adalah kekuatan yang mendorong individu untuk melakukan suatu tindakan. Kekuatan yang mendorong tersebut dihasilkan oleh ketegangan sebagai hasil dari kebutuhan yang tidak terpenuhi. Individu secara sadar dan tidak sadar berusaha untuk mengurangi ketegangan tersebut melalui perilaku yang dapat memenuhi kebutuhannya dan mengurangi stres yang dirasakannya.³¹ Dua Aplikasi Penting dalam Motivasi

Ada dua aplikasi penting dalam teori motivasi adalah

a) Segmentasi.

Para pemasar bisa menggunakan teori motivasi Maslow atau hierarki kebutuhan sebagai dasar untuk melakukan segmentasi

³⁰ Eddy, Soeryanto Soegoto “*Marketing Research The Smart Way To Solve a Problem*”(PT.Gramedia Komputindo : 2008),hal.113.

³¹ Freddy Rangkuti, “*Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisa Kasus Integrated Marketing Communication*” (PT Gramedia Pustaka Utama, jakarta : 2009), hal.108

pasar. Produk atau jasa bisa diarahkan untuk target pasar berdasarkan tingkat kebutuhan konsumen.

b) Positioning.

Hierarki kebutuhan dari Maslow juga bisa dimanfaatkan untuk melakukan positioning produk atau jasa. Positioning adalah citra produk atau jasa yang ingin dilihat oleh konsumen.

b. Tujuan Motivasi

Tujuan dari motivasi ialah sarana untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Bagi bank, tujuan dari motivasi adalah dapat menggerakkan atau memacu para nasabah agar dapat timbul keinginan dan kemauan untuk meningkatkan investasi nasabah sehingga tercapai tujuan perbankan sesuai dengan yang diharapkan dan sesuai dengan target. Suatu tindakan memotivasi atau memberikan motivasi akan lebih dapat berhasil jika tujuannya jelas dan disadari oleh pihak yang diberi motivasi serta sesuai dengan kebutuhan orang yang dimotivasi. Oleh karena itu, setiap orang yang akan diberikan motivasi harus mengenal dan memahami benar-benar latar belakang kehidupan, kebutuhan, dan kepribadian yang akan dimotivasi, termasuk di dalamnya antara seorang pegawai bank dan nasabah tersebut.

c. Teori Motivasi Menurut Para Ahli

1) Teori motivasi Freud

Mengasumsikan bahwa kekuatan psikologis yang sebenarnya membentuk perilaku manusia sebagian besar bersifat di bawah sadar. Freud melihat bahwa seseorang akan menekan berbagai keinginan seiring dengan proses pertumbuhannya dan proses penerimaan aturan social.

2) Teori motivasi Herzberg

Mengembangkan teori motivasi ada dua faktor yang membedakan, antara lain faktor yang menyebabkan ketidakpuasan dan faktor yang menyebabkan kepuasan.

3) Teori motivasi Maslow

Menjelaskan seseorang didorong oleh kebutuhan tertentu pada saat tertentu. Kebutuhan manusia tersusun dalam suatu hierarki, dari kebutuhan yang paling mendesak hingga yang kurang mendesak.³²

Penjelasan mengenai konsep motivasi manusia menurut Abraham Maslow mengacu pada lima kebutuhan pokok yang disusun secara hirarkis. Tata lima tingkatan motivasi secara secara hierarkis ini adalah sbb :

³² Bilson Simamora “*Panduan Riset Perilaku Konsumen*”(Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2008),hal.5.

1) Kebutuhan yang bersifat fisiologis (lahiriah)

Manifestasi kebutuhan ini terlihat dalam tiga hal pokok, sandang, pangan dan papan. Bagi karyawan, kebutuhan akan gaji, uang lembur, perangsang, hadiah-hadiah dan fasilitas lainnya seperti rumah, kendaraan dll. Menjadi motif dasar dari seseorang mau bekerja, menjadi efektif dan dapat memberikan produktivitas yang tinggi bagi organisasi.

2) Kebutuhan keamanan dan ke-selamatan kerja (*Safety needs*)

Kebutuhan ini mengarah kepada rasa keamanan, ketentraman dan jaminan seseorang dalam kedudukannya, jabatan-nya, wewenangnya dan tanggung jawabnya sebagai karyawan. Dia dapat bekerja dengan antusias dan penuh produktivitas bila dirasakan adanya jaminan formal atas kedudukan dan wewenangnya.

3) Kebutuhan sosial (*Social Needs*)

Kebutuhan akan kasih sayang dan bersahabat (kerjasama) dalam kelompok kerja atau antar kelompok. Kebutuhan akan diikutsertakan, meningkatkan relasi dengan pihak-pihak yang diperlukan dan tumbuhnya rasa kebersamaan termasuk adanya sense of belonging dalam organisasi.

4) Kebutuhan akan prestasi (*Esteem Needs*)

Kebutuhan akan kedudukan dan promosi dibidang kepegawaian. Kebutuhan akan simbol-simbol dalam statusnya seseorang serta prestise yang ditampilkannya.

5) Kebutuhan mempertinggi kapisitas kerja (*Self actualization needs needs*)

Setiap orang ingin mengembangkan kapasitas kerjanya dengan baik. Hal ini merupakan kebutuhan untuk mewujudkan segala kemampuan (kebolehnya) dan seringkali nampak pada hal-hal yang sesuai untuk mencapai citra dan cita diri seseorang. Dalam motivasi kerja pada tingkat ini diperlukan kemampuan manajemen untuk dapat mensinkronisasikan antara cita diri dan cita organisasi untuk dapat melahirkan hasil produktivitas organisasi yang lebih tinggi.

Teori Maslow tentang motivasi secara mutlak menunjukkan perwujudan diri sebagai pemenuhan (pemuasan) kebutuhan yang bercirikan pertumbuhan dan pengembangan individu. Perilaku yang ditimbulkannya dapat dimotivasi oleh manajer dan diarahkan sebagai subjek-subjek yang berperan. Dorongan yang dirangsang ataupun tidak, harus tumbuh sebagai subjek yang memenuhi kebutuhannya masing-masing yang harus dicapainya

dan sekaligus selaku subjek yang mencapai hasil untuk sasaran-sasaran organisasi.

d. Motivasi dalam Perspektif Islam

Allah berfirman dalam Al-Quran (QS.ArRa'd : 11)

لَهُ مُعَقِّبَاتٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ يَحْفَظُونَهُ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ ۗ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ ۗ وَمَا لَهُمْ مِنْ دُونِهِ مِنْ وَالٍ ﴿١١﴾

Artinya : Bagi manusia ada malaikat-malaikat yang selalu mengikutinya bergiliran, di muka dan di belakangnya, mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak merobah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merobah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap sesuatu kaum, Maka tak ada yang dapat menolaknya; dan sekali-kali tak ada pelindung bagi mereka selain Dia. bagi tiap-tiap manusia ada beberapa malaikat yang tetap menjaganya secara bergiliran dan ada pula beberapa malaikat yang mencatat amalan-amalannya. dan yang dikehendaki dalam ayat Ini ialah malaikat yang menjaga secara bergiliran itu, disebut malaikat Hafazhah. Tuhan tidak akan merobah keadaan mereka, selama mereka tidak merobah sebab-sebab kemunduran mereka.³³

Dari ayat di atas kita bisa mengambil kesimpulan bahwa ternyata motivasi yang paling kuat adalah dari diri seseorang. Motivasi sangat berpengaruh dalam gerak-gerik seseorang dalam setiap tindak-tanduknya.

³³ H. Toha Putra. *Al-Qur'an dan terjemahannya*, (Semarang: CV. Asy-Syifa', 2001).

Dalam kaitannya dengan tingkah laku keagamaan motivasi tersebut penting untuk dibicarakan dalam rangka mengetahui apa sebenarnya latar belakang suatu tingkah laku keagamaan yang dikerjakan seseorang. Disini peranan motivasi itu sangat besar artinya dalam bimbingan dan mengarahkan seseorang terhadap tingkah laku keagamaan. Namun demikian ada motivasi tertentu yang sebenarnya timbul dalam diri manusia karena terbukanya hati manusia terhadap hidayah Allah. Sehingga orang tersebut menjadi orang yang beriman dan kemudian dengan iman itulah ia lahirkan tingkah laku keagamaan.³⁴

Motivasi itu sendiri dalam islam sangat terkait dengan masalah niat. Karena niat merupakan sebuah pendorong dalam melakukan sebuah kegiatan. Seperti dalam sebuah hadits dari Umar bin Khatab tentang niat. Karena motivasi itu disebut juga pendorong maka penggerak dan pendorong itu tidak jauh dari naluri baik bersifat negati ataupun positif. Dan sesungguhnya motivasi itu mengarahkan pada suatu tujuan.

G. Perbankan Syariah

1. Pengertian Perbankan Syariah

Sistem perbankan di Indonesia diatur dalam Undang Undang No. 7 tahun 1992 (diubah dengan UU No. 10 tahun 1998) tentang

³⁴ Ramayulis, *Psikologi Agama*, Jakarta: Kalam Mulia, Hal 102

perbankan bahwa perbankan di Indonesia terdiri dari 2 (dua) jenis, yaitu Bank Umum dan Bank Perkreditan Rakyat.³⁵ Bank Umum itu ada dua, yaitu Bank Umum Konvensional dan Bank Umum Syariah.

Perbankan Syari'ah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syari'ah dan Unit Usaha-Usaha Syari'ah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usaha lainnya. Sama seperti halnya dengan bank konvensional, bank syariah juga menawarkan nasabah dengan bank konvensional adalah dalam produk perbankan. Hanya saja bedanya dengan bank konvensional adalah dalam hal penentuan harga, baik terhadap harga jual maupun harga belinya. Produk-produk yang ditawarkan sudah tentu sangat Islami., termasuk dalam memberikan pelayanan kepada nasabahnya.

Sesuai dengan misi utama bank syariah yaitu misi sosial dan bisnis. Hal ini menunjukkan, bahwa bisnis Islam selalu dikendalikan oleh syariah. Dengan demikian, bisnis yang dikendalikan oleh syariah, bertujuan mencapai empat hal utama, yaitu: (1) target hasil: profit-materi dan benefit-non materi, (2) pertumbuhan, artinya: terus meningkat, (3) keberlangsungan, dalam kurun waktu selama mungkin, dan (4) keberkahan atau keridhaan Allah.³⁶

³⁵ Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), hal. 31

³⁶ Muhammad, *Etika bisnis islami*, (Yogyakarta: UPP-AMP YKPN, 2004), hal. 98

2. Sejarah Perbankan Syariah

Kemunculan perbankan syariah diawali dengan disahkannya Undang-Undang No.7 tahun 1992 tentang Perbankan yang menggantikan undang-undang perbankan sebelumnya yakni Undang-undang No.14 Tahun 1967 tentang Pokok-pokok Perbankan. Berdasarkan Undang-Undang No.7 tahun 1992 tentang Perbankan, selanjutnya dikeluarkan peraturan pelaksanaan mengenai Bank Berdasarkan Prinsip Bagi Hasil yaitu dalam Peraturan Pemerintah Nomor 72 tahun 1992 tentang Bank Berdasarkan Prinsip Bagi Hasil. Dalam Pasal 13 huruf (c) Undang-Undang No.7 tahun 1992 ditegaskan bahwa bank dapat menyediakan pembiayaan bagi nasabah berdasarkan prinsip bagi hasil sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan dalam peraturan pemerintah. Akan tetapi dengan ditetapkannya Undang-Undang No.10 tahun 1998 tentang perubahan atas Undang-Undang No.7 tahun 1992 tentang Perbankan, peraturan pelaksana mengenai Bank Berdasarkan Prinsip Syariah ditetapkan oleh Bank Indonesia. Sehubungan dengan itu Peraturan Pemerintah No.72 tahun 1992 dicabut dan dinyatakan tidak berlaku melalui Peraturan Pemerintah No.30 Tahun 1999.³⁷

³⁷ Salim, H.Agus, "*Jurnal Ekonomi* (*"Keputusan Konsumen Memilih Jasa Perbankan Syariah"*)", (Bukittinggi : 2013)., hal.108-109

H. Keputusan Menabung

Philip Kotler mengemukakan bahwa keputusan adalah sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah, mencari informasi, beberapa penilaian alternatif, membuat keputusan membeli dan perilaku setelah membeli yang dilalui konsumen. Keputusan merupakan bagian/salah satu elemen penting dari perilaku nasabah disamping kegiatan fisik yang melibatkan nasabah dalam menilai, mendapatkan dan mempergunakan barang-barang serta jasa ekonomis. Perspektif pemecahan masalah mencakup semua jenis perilaku pemenuhan kebutuhan dan faktor-faktor yang memotivasi dan mempengaruhi keputusan nasabah.³⁸

Pengertian keputusan pembeli menurut Drumond yaitu mengidentifikasi semua pilihan yang mungkin untuk memecahkan persoalan itu dan menilai pilihan-pilihan secara sistematis dan obyektif serta sasaran-sasarannya yang menentukan keuntungan serta kerugian masing-masing.

Menurut James A.F. Stoner , keputusan adalah pemilihan di antara berbagai alternatif. Definisi ini mengandung tiga pengertian, yaitu:

1. Ada pilihan atas dasar logika atau pertimbangan
2. Ada beberapa alternatif yang harus dipilih salah satu yang terbaik
3. Ada tujuan yang ingin dicapai dan keputusan itu makin mendekatkan

³⁸ Philip Kotler, *Marketing Managemen*, (Millenium Edition North Western University New Jersey: Prentice Hall Inc, 2002), hal. 234

pada tujuan tersebut.³⁹

Pengertian keputusan yang lain dikemukakan oleh Prajudi Atmosudirjo bahwa keputusan adalah suatu pengakhiran daripada proses pemikiran tentang suatu masalah dengan menjatuhkan pilihan pada suatu alternatif. Dari pengertian keputusan tersebut dapat diperoleh pemahaman bahwa keputusan merupakan suatu pemecahan masalah sebagai suatu hukum situasi yang dilakukan melalui pemilihan satu alternatif dari beberapa alternatif.⁴⁰

Menurut George R. Terry pengambilan keputusan adalah pemilihan alternatif perilaku (kelakuan) tertentu dari dua atau lebih alternatif yang ada.⁴¹ Kemudian, menurut Sondang P. Siagian pengambilan keputusan adalah suatu pendekatan yang sistematis terhadap hakikat alternatif yang dihadapi dan mengambil tindakan yang menurut perhitungan merupakan tindakan yang paling cepat.⁴²

Johannes Supranto, mengambil atau membuat keputusan berarti memilih satu diantara sekian banyak alternatif.⁴³ Dalam tahap evaluasi konsumen membentuk preferensi antar merk dalam kumpulan pilihan. Konsumen mungkin juga membentuk maksud untuk membeli merk yang paling disukai. Dalam melaksanakan maksud pembelian, konsumen dapat

³⁹ James A.F. Stoner. *Management*. 2006

⁴⁰ Prasuji Atmosudirjo. *Hukum Administrasi Negara*. Jakarta :Ghalia Indonesia 1994

⁴¹ George R. Terry. *Dasar-dasar Manajemen*. Jakarta :Bumi Aksara 2009

⁴² Sondang P. Siagian. *Teori dan Praktek Kepemimpinan*. Jakarta : Penerbit Rineka Cipta 2003.

⁴³ J. Supranto, *Teknik pengambilan keputusan*, (Jakarta: PT. RINEKA CIPTA, 2005), hal. 1

membentuk lima sub keputusan merk, penyaluran, kuantitas, waktu, dan metode pembayaran.⁴⁴

a. Pengambilan Keputusan Dalam Islam

Menurut pandangan islam mengenai pengambilan keputusan tersebut berdasarkan Al-Qur'an (QS.Al-Maidah : 100)

قُلْ لَا يَسْتَوِي الْخَبِيثُ وَالطَّيِّبُ وَلَوْ أَعْجَبَكَ كَثْرَةُ الْخَبِيثِ فَاتَّقُوا اللَّهَ
يَأُولَى الْأَلْبَابِ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠٠﴾

Artinya : Katakanlah: "Tidak sama yang buruk dengan yang baik, meskipun banyaknya yang buruk itu menarik hatimu, Maka bertakwalah kepada Allah Hai orang-orang berakal, agar kamu mendapat keberuntungan."⁴⁵

Berdasarkan ayat diatas dapat disimpulkan bahwa dalam hal-hal yang berkaitan dengan mengambil keputusan, ada hal yang baik maupun hal buruknya, maka sebelum mengambil keputusan kita harus memikirkannya terlebih dahulu dengan akal dan fikiran yang positif

Keputusan merupakan bagian atau salah satu elemen penting dari perilaku nasabah disamping kegiatan fisik yang melibatkan nasabah dalam menilai, mendapatkan dan mempergunakan barang-barang serta jasa ekonomis. Perspektif pemecahan masalah mencakup semua jenis perilaku pemenuhan kebutuhan dan jajaran luas dari faktor-faktor yang memotivasi dan mempengaruhi keputusan nasabah.

⁴⁴ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2008), hlm.258

⁴⁵ H. Toha Putra. *Al-Qur'an dan terjemahannya*, (Semarang: CV. Asy-Syifa', 2001).

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa pengambilan keputusan merupakan suatu proses pemilihan alternatif terbaik dari beberapa alternatif secara sistematis untuk ditindak lanjuti (digunakan) sebagai suatu cara pemecahan masalah.

Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan. Keputusan untuk membeli yang diambil oleh pembeli itu sebenarnya merupakan kumpulan dari sejumlah keputusan. Setiap keputusan membeli mempunyai suatu struktur sebanyak tujuh komponen, yaitu:

- 1) Keputusan tentang jenis produk.
- 2) Keputusan tentang bentuk produk.
- 3) Keputusan tentang merk.
- 4) Keputusan tentang penjualan.
- 5) Keputusan tentang jumlah produk.
- 6) Keputusan tentang waktu pembelian.
- 7) Keputusan tentang cara pembayaran.

Dalam suatu pembelian barang keputusan yang diambil tidak selalu berurutan seperti di muka. Pada situasi pembelian seperti penyelesaian masalah ekstensif, keputusan yang diambil dapat bermula dari keputusan tentang penjual karena penjual dapat

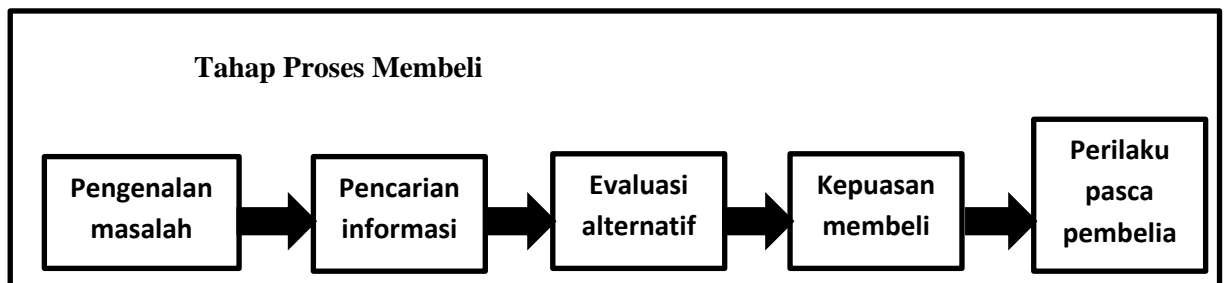
membantu merumuskan perbedaan-perbedaan di antara bentuk-bentuk dan merk produk.⁴⁶

Menurut Kotler faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam mengambil keputusan adalah:

- 1) Faktor Budaya, yaitu meliputi budaya (penentu keinginan dan perilaku yang mendasar), sub-budaya (bangsa, agama, suku, daerah), dan kelas sosial.
- 2) Faktor Sosial, perilaku seorang konsumen dipengaruhi faktor-faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga, peran dan status.
- 3) Faktor Pribadi, merupakan faktor pribadi (usia, tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep-diri pembeli).
- 4) Faktor Psikologis, faktor psikologi utama yaitu motivasi, persepsi, pengetahuan, serta keyakinan dan pendirian.⁴⁷

Tahap-tahap proses keputusan pembelian dapat digambarkan dalam sebuah model dibawah ini

Gambar 2.1 “Proses Membeli”



Sumber : Kotler, 2007 : 235

⁴⁶ Basu Swasta DH, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta 2005), hal.118-119

⁴⁷ Lutfi Efendi, *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah pada Bank Muamalat Malang*, (Malang: Skripsi tidak diterbitkan, 2009), hal. 25

Pada model di atas mempunyai anggapan bahwa para konsumen melakukan lima tahap dalam melakukan pembelian. Tahap hal ini tidak selalu terjadi, khususnya dalam pembelian yang tidak memerlukan keterlibatan pembeli. Para konsumen dapat melewati beberapa tahap dan urutannya tidak sesuai.

1. Pengenalan Masalah

Proses membeli dengan pengenalan masalah atau kebutuhan pembeli menyadari suatu perbedaan antara keadaan yang sebenarnya dan keadaan yang diinginkannya. Kebutuhan itu dapat digerakkan oleh rangsangan dari dalam diri pembeli atau dari luar.

2. Pencarian Informasi

Konsumen mungkin tidak berusaha secara aktif dalam mencari informasi sehubungan dengan kebutuhannya. Seberapa jauh orang tersebut mencari informasi tergantung pada kuat lemahnya dorongan kebutuhan, banyaknya informasi yang dimiliki, kemudahan memperoleh informasi, tambahan dan kepuasan yang diperoleh dari kegiatan mencari informasi. Biasanya jumlah kegiatan mencari informasi meningkat tatkala konsumen bergerak dari keputusan situasi pemecahan masalah yang terbatas ke pemecahan masalah yang maksimal.

3. Evaluasi Alternatif

Informasi yang didapat dari calon pembeli digunakan untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai alternatif-alternatif

yang dihadapi serta daya tarik masing-masing alternatif. Produsen harus berusaha memahami cara konsumen mengenal informasi yang diperolehnya dan sampai pada sikap tertentu mengenai produk promosi dan keputusan untuk membeli.

4. Keputusan Membeli

Produsen harus memahami bahwa konsumen mempunyai cara sendiri dalam menangani informasi yang diperolehnya dengan membatasi alternatif-alternatif yang harus dipilih atau dievaluasi untuk menentukan produk mana yang akan dibeli.

5. Perilaku Pasca Pembelian

Apabila barang yang dibeli tidak memberikan kepuasan yang diharapkan, maka pembeli akan merubah sikapnya terhadap merek barang tersebut menjadi sikap negatif, bahkan mungkin akan menolak dari daftar pilihan. Sebaliknya bila konsumen mendapat kepuasan dari barang yang dibelinya maka keinginan untuk membeli terhadap merek barang tersebut cenderung untuk menjadi lebih kuat. Produsen harus mengurangi perasaan tidak senang atau perasaan negatif terhadap suatu produk dengan cara membantu konsumen menemukan informasi yang membenarkan pilihan konsumen melalui komunikasi yang diarahkan pada orang-orang yang baru saja membeli produknya.

I. Peneliti Terdahulu

Peneliti Terdahulu					
No	Nama/ Tahun	Judul	Alat Uji	Metode	Hasil
1.	Damayanti Maysaroh/Ui n Yogyakarta 2014	Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah	Regresi linier berganda	Kuantitatif, random sampling	Budaya, psikologi, lokasi, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah
2.	Indra Firmansyah Surya/Univer sitas terbuka Jakarta 2008	Faktor-faktor penentu nasabah memilih produk tabungan	Korelasi, uji parsial	Kualitatif, analisis data	Diantara sembilanbelas variabel terdapat lima faktor yang menentukan nasabah memilih produk tabungan, diantaranya : pelayanan, lokasi, tampilan, fitur produk, dan promosi.
3.	Endang Tri Wahyuni/Uni versitas PGRI Yogyakarta2 013	Pengaruh faktor syariah, tingkat keuntungan bagi hasil, dan motivasi terhadap keputusan nasabah menggunakan perbankan syariah	Uji parsial, regresi linier berganda	Kuantitatif, analisis data	Faktor syariah, tingkat keuntungan bagi hasil, dan motivasi berpengaruh positif dan signifikan baik secara sendiri-sendiri maupun secara simultan terhadap keputusan nasabah menggunakan perbankan syariah, dengan sumbangan efektif 61,2%
4.	Devri/ Uin Suska Riau 2014	Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menabung pada pt. Bank perkreditan rakyat syari'ah (BPRS) berkah dana fadhilillah panam pekanbaru	Regresi linier berganda	Kuantitatif dan kualitatif, analisis data	Secara simultan kualitas pelayanan, promosi dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung pada pt. Bank perkreditan rakyat syariah (bprs) berkah dana fadhilillah panam pekanbaru. Adapun hubungan keeratan secara bersama-sama antara variabel dependen dan variabel independen kuat karena r sebesar 0,525, kualitas pelayanan, promosi dan lokasi mempengaruhi keputusan nasabah menabung sebesar 52,5%.
5.	M.Said Rohmat/UIN Surabaya 2014	Analisis faktor-faktor mahasiswa fakultas syariah dan hukum untuk menjadi nasabah bank mini syariah uin	Observasi, wawancara, dokumentasi	Kualitatif, deskriptif	Terdapat beberapa motivasi yang dimiliki nasabah bms dalam menggunakan produk-produk bms tersebut, yaitu: pembagian keuntungan yang dimaksudkan sebagai rasa terima

		sunan ampel surabaya			kasih bms telah diberikan ijin untuk mengelola uang nasabah, kemudahan transaksi dalam melakukan pembiayaan, penerapan prinsip syariah dalam akad-akad yang digunakan BMS yang merupakan prioritas utama dalam menarik perhatian nasabahnya terutama nasabah dari fakultas syariah dan hukum, lokasi bms memudahkan mahasiswa menjangkaunya, saldo awal kecil, membantu pembayaran spp bagi mahasiswa yang membutuhkan dengan menggunakan akad qard al-hasan.
--	--	-------------------------	--	--	---

Sumber : Peneliti, 2015

J. Kerangka Berfikir

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui serta menganalisis hubungan dari variabel independen, dalam hal ini adalah Tingkat Psikologis, Keamanan, Sosial, Kepuasan dan Kualitas terhadap variabel dependen, yaitu Keputusan. Untuk memberikan suatu gambaran yang jelas dan sistematis, maka Gambar 2.2 berikut ini menyajikan kerangka pemikiran yang menjadi pedoman dalam keseluruhan penelitian yang dilakukan.

Y = Keputusan Menabung

X1 = *Physiological needs*

X2 = *Safety needs*

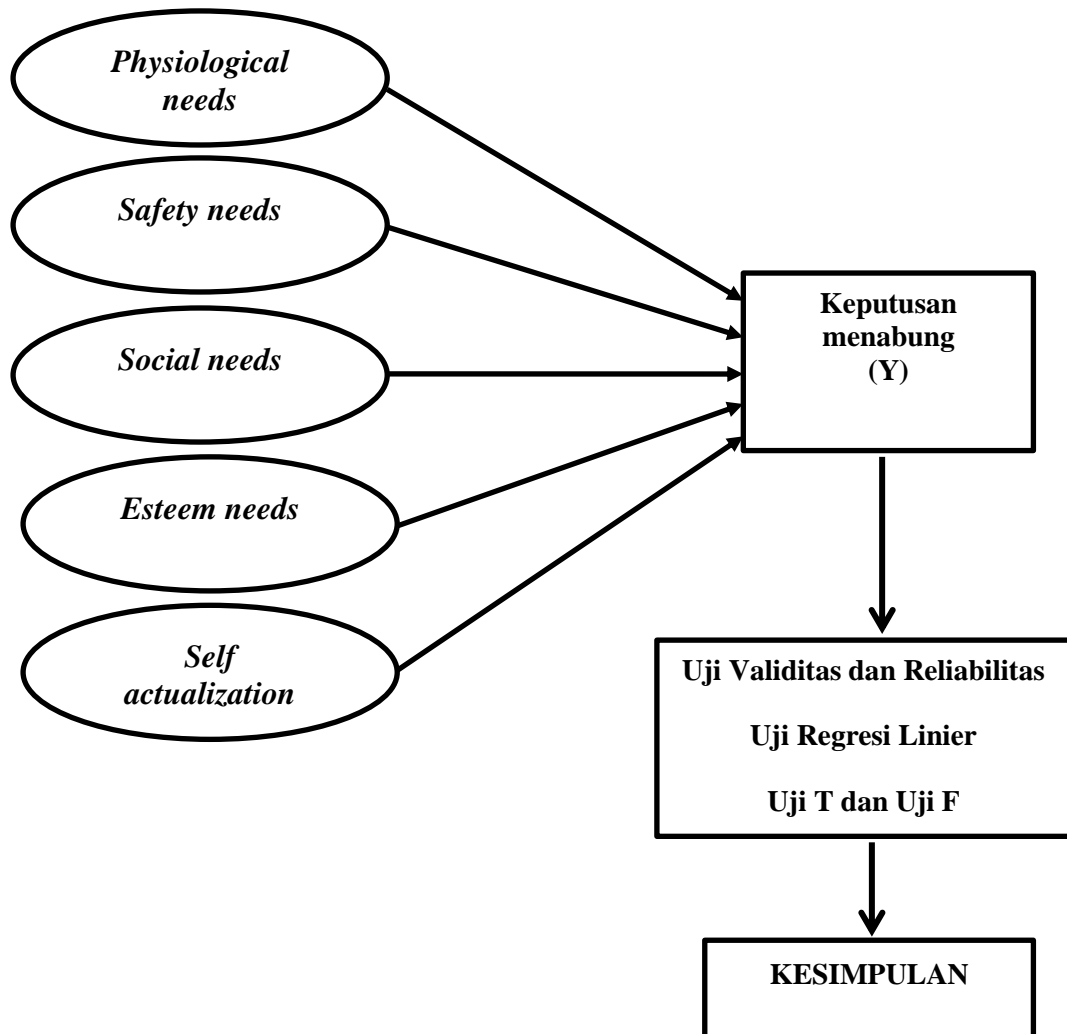
X3 = *Social needs*

X4 = *Esteem needs*

X5 = *Self actualization needs*

Jadi, jika digambarkan terlihat seperti berikut :

Gambar 2.2 “Kerangka Berfikir



Sumber : Peneliti, 2015

K. Hipotesis Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: Terdapat pengaruh antara *physiological needs* terhadap keputusan menabung di bank syariah.

H2: Terdapat pengaruh antara *safety needs* terhadap keputusan menabung di bank syariah.

H3: Terdapat pengaruh antara *social needs* terhadap keputusan menabung perbankan syariah.

H4: Terdapat pengaruh antara *esteem needs* terhadap keputusan menabung di bank syariah.

H5: Terdapat pengaruh antara *self actualization needs* terhadap keputusan menabung di ba syariah.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Berdasarkan penelitian yang peneliti lakukan dengan judul Pengaruh Motivasi Mahasiswa terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah, maka tergolong dalam pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian dengan meneliti seberapa besar pengaruh variabel bebas (*independent*) terhadap variabel terikat (*dependent*).⁴⁸ Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data *primer* yang diperoleh dari responden/kuisisioner. Penelitian kuantitatif, adalah sesuai dengan namanya banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan dari hasilnya. Demikian juga dengan pemahaman akan kesimpulan peneliti akan lebih baik apabila juga disertai dengan tabel, grafik, bagan, gambar atau tampilan lain. Selain data yang berupa angka, dalam penelitian juga ada data berupa informasi kualitatif.⁴⁹

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti yaitu jenis penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang dilakukan untuk mencari hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya.

⁴⁸ Sugiono, *Statistik Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2006), hal. 11

⁴⁹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktis* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006) Hlm. 11

B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek dan subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik sebuah kesimpulan. Dengan demikian populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada subjek atau objek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik yang dimiliki.⁵⁰ Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa jurusan perbankan syariah, IAIN Tulungagung.

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti.⁵¹ Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representative (mewakili).⁵² Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa jurusan perbankan syariah IAIN Tulungagung, semester empat, enam dan delapan. Jumlah mahasiswa jurusan perbankan syariah semester empat, enam dan delapan yaitu 390. Peneliti hanya mengambil sampel semester empat, enam dan delapan karena mahasiswa semester tersebut telah mendapatkan teori terkait perbankan syariah, dan produk perbankan syariah, khususnya tabungan syariah.

⁵⁰ Ahmad Tanzeh, Suyitno; *Dasar-Dasar Penelitian* (Surabaya : Elkaf, 2006) , hlm. 50.

⁵¹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: PT RINEKA CIPTA, 2006) Hlm. 131

⁵² Sugiono. *Statistika untuk Penelitian*. (Bandung : Alfabeta, 2006), hlm. 56.

Sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Teknik sampling yang digunakan oleh peneliti yaitu teknik sampling random. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik random sampling. Pendapat lain, yang dimaksud dengan Random sampling (pengambilan sampel secara acak).⁵³ Untuk menentukan sampel dalam penelitian ini peneliti mengambil patokan dari pendapat Suharsimi Arikunto yang mengatakan:

Apabila subjeknya kurang dari 100, lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Selanjutnya jika jumlah subjeknya besar dapat diambil antara 10% - 15% atau 20% - 25% atau lebih.⁵⁴ Peneliti menggunakan 20%-25% dengan perhitungan :

$$\frac{25}{100} \times 390 = 97,5, = 100$$

Jadi, dibulatkan nantinya akan dijadikan sampel penelitian oleh peneliti adalah sebanyak 111 nasabah.

C. Sumber Data, Variabel Dan Skala Pengukurannya

1. Sumber Data

Jenis sumber data yang digunakan oleh peneliti yaitu data primer, dimana data primer adalah yang langsung diperoleh dari sumber data

⁵³ Sukandarrumidi, *Metode Penelitian Petunjuk Praktis untuk penelitian pemula*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2006), hal. 56-57

⁵⁴ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1998), hal. 120

pertama dilokasi penelitian atau obyek penelitian.⁵⁵ Data primer dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari responden/kuisisioner, sedangkan data sekunder itu merupakan data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang kita butuhkan.⁵⁶ Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah data historis mengenai perbankan syariah dan jurnal-jurnal ekonomi terkait perbankan syariah.

2. Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

a. Variabel terikat (Y)

Sering disebut sebagai variabel respon, output, kriteria, konsekuen dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.⁵⁷

Y = Keputusan menabung di bank syariah

b. Variabel bebas (X)

Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, input, predictor, dan antecedent. Dalam bahasa Indonesia sering disebut dengan variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang menjadi sebab

⁵⁵ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta : Kencana, 2008), hlm. 122.

⁵⁶ *Ibid.*, hlm.122.

⁵⁷ Sugiono, *Statistik Untuk Penelitian*, (Bandug: Alfabeta, 2006), hlm. 3

timbulnya atau berubahnya variabel independent (variabel terikat), jadi variabel independent adalah variabel yang mempengaruhinya.⁵⁸

X1 = *Physiological needs*

X2 = *Safety needs*

X3 = *Social needs*

X4 = *Esteem needs*

X5 = *Self actualization needs*

3. Skala Pengukuran

Skala Pengukuran Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *Skala Likert*. *Skala Likert* yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang fenomena sosial,⁵⁹ dengan skala pengukuran ini maka nilai variabel yang diperoleh dari jawaban responden terhadap angket dapat diukur dengan instrumen tertentu, dapat dinyatakan dalam bentuk angka sehingga lebih akurat, efisien dan komunikatif.⁶⁰ Instrument penelitian menggunakan *skala likert* dapat dibuat dalam bentuk checklist ataupun pilihan ganda.⁶¹

D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan metode angket. Metode angket adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan

⁵⁸ *Ibid*, hlm.3

⁵⁹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), hal. 86

⁶⁰ *Ibid.*, hal. 85

⁶¹ *Ibid*,84-87.

untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal-hal yang ia ketahui.⁶² Metode ini dibuat dengan membuat daftar pertanyaan yang disusun secara berencana dan diajukan kepada responden untuk memperoleh informasi mengenai suatu masalah yang ingin diteliti. Metode angket ini digunakan untuk mencari data atau informasi tentang mahasiswa jurusan perbankan syariah IAIN Tulungagung yaitu seberapa besar pengaruh motivasi mahasiswa terhadap keputusan menabung di Bank syariah.

Dalam buku yang dikutip oleh Sugiono mengemukakan beberapa prinsip dalam penelitian angket sebagai teknik pengumpulan data utama disini yaitu :

1) Prinsip penelitian angket

Prinsip ini menyangkut beberapa faktor yaitu : isi dan tujuan pertanyaan, bahasa yang digunakan mudah, pertanyaan tertutup terbuka negatif positif, pertanyaan tidak mendua, tidak menanyakan hal-hal yang sudah lupa, pertanyaan tidak mengarahkan, panjang pertanyaan, dan urutan pertanyaan.

2) Prinsip pengukuran

Dalam penelitian kuantitatif, peneliti akan menggunakan instrumen untuk mengumpulkan data. Instrumen penelitian digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti. Dengan demikian jumlah instrumen yang akan digunakan untuk penelitian akan tergantung pada jumlah variabel

⁶² Arikunto, *Prosedur penelitian*, 139.

yang akan diteliti. Instrumen yang dibuat sendiri harus diuji validitas dan reliabilitasnya. Setiap instrumen memiliki skala.⁶³

Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor misalnya :

- | | |
|--|---|
| a) Sangat setuju/selalu/sangat positif diberi skor | 5 |
| b) Setuju/sering/positif diberi skor | 4 |
| c) Ragu-ragu/kadang-kadang/netral diberi skor | 3 |
| d) Tidak setuju/hampir tidak pernah/negatif diberi skor | 2 |
| e) Sangat tidak setuju/tidak pernah/sangat negatif diberi skor | 1 |

3) Penampilan fisik angket.

Penampilan fisik angket sebagai alat pengumpul data akan mempengaruhi respon atau keseriusan responden dalam mengisi angket. Angket diberikan kepada 100 nasabah yang menjadi responden, nasabah tersebut adalah mahasiswa yang menggunakan jasa Bank Syariah, yaitu menabung.

Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat atau fasilitas yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah lembar angket. Tujuan dari pembuatan angket ini adalah untuk memperoleh informasi yang relevan dengan reliabilitas dan validitas setinggi mungkin serta memperoleh informasi yang relevan.

⁶³ Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: alfabeta,1999),84

Bentuk angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah item angket tertutup dimana pertanyaan yang dicantumkan telah disesuaikan oleh peneliti. Alternatif jawaban yang disediakan bergantung pada pemilihan peneliti sehingga responden hanya bisa memilih jawaban yang mendekati pilihan paling tepat dengan yang dialaminya. Angket penelitian tertutup memiliki prinsip yang efektif jika dilihat dengan sudut pandang peneliti sehingga jawaban responden dapat disesuaikan dengan kebutuhan.

Tabel 3.1 “Instrumen Penelitian”

Variabel	Item
<i>Physiological Needs (X1)</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memilih bank syariah karena memenuhi/sesuai dengan kebutuhan saya 2. Memilih bank syariah karena ingin mengkonsumsi segala sesuatu dengan halal 3. Memilih bank syariah karena telah mengimplementasikan prinsip syariah dengan baik 4. Memilih bank syariah karena persepsi saya tentang bunga bank yang haram
<i>Safety needs</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memilih bank syariah arena prinsip kejujuran dan transparan 2. Memilih bank syariah karena kualitas keamanannya tinggi 3. Lebih memilih bank syariah karena ada DPS (Dewan Pengawas Syariah) 4. Memilih bank syariah karena terdaftar di LPS (Lembaga Penjamin Simpanan)
<i>Social needs</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memilih bank syariah karena mengikuti perkembangan, perbankan syariah lebih baik dari konvensional 2. Memilih bank syariah karena sesuai dengan jurusan saya 3. Memilih bank syariah karena terbiasa dengan lingkungan saya yang islami 4. Saya menggunakan bank syariah karena terpengaruh oleh teman-teman kampus
<i>Esteem needs</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk-produk yang ditawarkan sesuai dengan selera saya 2. Memilih bank syariah karena melihat promosi di brosur 3. Memilih bank syariah karena termasuk bank yang berkualitas baik 4. Memilih bank syariah mampu bertahan pada saat krisis di Indonesia
<i>Self Actualization needs</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memilih bank syariah karena pengalaman kinerjanya bagus 2. Memilih bank syariah karena meningkatkan kemaslahatan masyarakat 3. Memilih bank syariah karena memberikan keuntungan lebih dari bank konvensional 4. Memilih bank syariah karena bank syariah dapat meningkatkan

	perekonomian
Keputusan (Y)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memilih bank syariah karena kinerja para karyawan baik 2. Memilih bank syariah karena karena puas dengan produk yang ditawarkan 3. Bank syariah karena memberikan informasi secara lengkap 4. Bank syariah mmiliki kualitas pelayanan yang bagus

Sumber : Peneliti, 2015

E. Teknik Analisi Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah/valid atau tidaknya suatu kuesioner. Untuk menguji tingkat validitas instrumen penelitian dapat digunakan teknik korelasi *product moment* dari Pearson yang rumusnya dapat dinyatakan sebagai berikut:⁶⁴

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{[N \sum X^2 - (\sum X)^2]\{[N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]\}}}}$$

Keterangan:

r_{xy}	=	Koefisien validitas item yang dicari
X	=	Skor responden untuk tiap item
Y	=	Total skor tiap responden dari seluruh item
$\sum X$	=	Jumlah skor dalam distribusi X
$\sum Y$	=	Jumlah skor dalam distribusi Y

⁶⁴ R. Gunawan Sudarmanto, *Analisis Regresi Linier Ganda dengan SPSS*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), hal.79.

$$\begin{aligned} \sum X^2 &= \text{Jumlah kuadrat masing-masing skor X} \\ \sum Y^2 &= \text{Jumlah kuadrat masing-masing skor Y} \\ N &= \text{Jumlah subyek} \end{aligned}$$

Penghitungan tersebut dilakukan untuk seluruh variabel yang instrumen pengukurannya menggunakan angket atau bahan tes. Kriteria yang digunakan atau batas minimum suatu instrumen/angket dinyatakan valid atau dianggap memenuhi syarat ada beberapa cara antara lain:

- 1) Harga koefisien korelasi yang diperoleh dari analisis dibandingkan dengan harga koefisien korelasi pada tabel dengan tingkat kepercayaan yang telah dipilih.
- 2) Dibuat suatu ukuran tertentu, misalnya batas minimum 0,3. Jadi apabila harga koefisien korelasi antara butir dengan skor total kurang dari 0,3 maka butir atau item pertanyaan dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid.
- 3) Dengan demikian suatu instrumen dinyatakan valid apabila harga koefisien
 $r \text{ hitung} \geq 0,3$.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Butir pertanyaan

dikatakan reliable atau andal apabila jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten.

Dalam penelitian ini uji reliabilitas menggunakan kaidah *alpha cronbach* , karena instrumen yang digunakan mempunyai rentang nilai, dengan rumus:⁶⁵

$$r = \left[\frac{K}{K-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

r = reliabilitas instrumen

K = disebut sebagai indeks korelasi dua belahan instrument

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah butir varians

\sum_t^2 = varians total

2. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah model regresi yang berdistribusi normal. Sujianto menjelaskan bahwa uji distribusi normal adalah uji untuk mengukur apakah data kita memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik. Untuk menganalisis asumsi normalitas yaitu melihat grafik normal pola

⁶⁵ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2002).152.

menunjukkan penyebaran titik-titik di sekitar garis diagonal, dan mengikuti arah garis diagonal mengindikasikan model regresi memenuhi asumsi normalitas. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak, yaitu :

a) Analisis grafik

Uji normalitas dapat dideteksi dengan melihat histogram yang membandingkan antara observasi dengan distribusi yang mendekati normal yaitu simetris dan tidak menceng ke kanan atau ke kiri. Atau dengan melihat grafik normal probability plot, jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Bila data menyebar jauh dari garis diagonalnya dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas

b) Uji Statistik Normalitas

Untuk mendeteksi normalitas data dengan cara uji statistik penelitian ini menggunakan analisis statistik non parametrik KS (*Kolmogorov Smirnov*) test (K-S) uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis :

H_0 = data residual terdistribusi normal

H_a = data residual tidak terdistribusi normal

Dasar pengambilan keputusan dalam uji K-S adalah sebagai berikut :

- (a) Apabila probabilitas uji K-S signifikan secara statistik ($p < 0,05$) maka H_0 ditolak, yang berarti data terdistribusi tidak normal
- (b) Apabila probabilitas uji K-S tidak signifikan statistik ($p > 0,05$) maka H_0 diterima, yang berarti data terdistribusi normal.

3. Uji Asumsi Klasik

Dalam menganalisis model regresi linier berganda agar menghasilkan estimator yang baik, yaitu linier tidak bias dengan varian yang minimum (*best linier unbiased estimator = BLUE*) adalah terpenuhinya asumsi-asumsi dasar regresi yaitu dengan melakukan serangkaian uji asumsi klasik sebagai berikut :

a) Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas timbul sebagai akibat adanya hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih atau adanya kenyataan bahwa dua variabel penjelas atau lebih bersama-sama dipengaruhi variabel ketiga yang berada diluar model.⁶⁶ Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Hasil

⁶⁶ Yulianto Kadji dan Agus Eko Sujianto, *SPSS for Windows*, 93.

dari pengujian ini dapat dilihat dari Variance Inflation Factor (VIF) dengan persamaan $VIF = 1/\text{tolerance}$. Jika nilai VIF lebih kecil dari 10 maka tidak terdapat multikolinearitas.

b) Uji Heterokedastisitas

Heteroskedastisitas, pada umumnya sering terjadi pada model-model yang menggunakan data cross section dan pada time series bebas dari heteroskedastisitas. Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Konsekuensi terjadinya heteroskedastisitas yaitu uji signifikansi menjadi tidak valid.

Wijaya menyatakan bahwa salah satu cara untuk melihat adanya problem heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Apabila dalam grafik tersebut tidak terdapat pola tertentu yang teratur maka diidentifikasi tidak terdapat heteroskedastisitas.

4. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Regresi linier berganda adalah regresi dimana variabel terikatnya (y) dihubungkan atau dijelaskan lebih dari satu variabel bebas x ($x_1, x_2 \dots x_n$) dan tetap masih menunjukkan

diagram hubungan lurus atau linier. Penambahan variabel bebas ini diharapkan dapat lebih menjelaskan karakteristik hubungan yang ada, walaupun masih saja ada variabel yang terabaikan. Bentuk umum persamaan regresi linier berganda dapat dituliskan adalah sebagai berikut:⁶⁷

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$

Keterangan :

Y : keputusan menabung

α : konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5$: koefisien regresi linier berganda

X_1 : *Physiological needs*

X_2 : *Safety needs*

X_3 : *Social needs*

X_4 : *Esteem needs*

X_5 : *Self actualization needs*

e : *error term* (variabel pengganggu)

5. Hipotesis Penelitian

Pengujian hipotesis adalah suatu prosedur yang akan menghasilkan suatu keputusan, yaitu keputusan menerima atau menolak hipotesis tersebut. Dalam pengujian hipotesis, keputusan yang dibuat mengandung ketidakpastian, artinya keputusan bisa benar atau salah, sehingga

⁶⁷ Ali Mauludi, *Teknik Memahami Statistika 2*. (Jakarta: Alim's Publishing, 2011), hlm.91.

menimbulkan resiko.⁶⁸ Perumusan hipotesis dengan kriteria sebagai berikut:

H1 : Terdapat pengaruh hubungan antara *physiological needs* terhadap keputusan menabung di bank syariah.

H1 : Terdapat pengaruh hubungan antara *safety needs* terhadap keputusan menabung di bank syariah.

H1 : Terdapat pengaruh hubungan antara *social needs* terhadap keputusan menabung perbankan syariah.

H1 : Terdapat pengaruh hubungan antara *esteem needs* terhadap keputusan menabung di bank syariah.

H1 : Terdapat pengaruh hubungan antara *self actualization needs* terhadap keputusan menabung di bank syariah.

Kriteria penerimaan dan penolakan untuk mendapatkan kesimpulan apakah terdapat hubungan antara variabel independen dan variabel dependen adalah sebagai berikut :

a. $\rho\text{-value} \leq \alpha (0,05)$, artinya H0 ditolak dan H1 diterima

b. $\rho\text{-value} > \alpha (0,05)$, artinya H0 diterima dan H1 ditolak

⁶⁸ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2004), hlm. 31

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a) Uji Validitas

Tabel 4.1
"Uji Validitas"

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Keterangan
X1	67,2072	97,475	,655	Valid
X2	66,8559	107,288	,534	Valid
X3	68,2072	114,293	,462	Valid
X4	68,1892	97,555	,732	Valid
X5	68,0631	102,441	,615	Valid
Y	67,9189	106,039	,488	Valid

Sumber : data diolah SPSS, 2015

Berdasar tabel 4.1, seluruh item (X1, X2, X3, X4, X5 dan Y) adalah valid karena nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dibanding 0,3 seperti yang dijelaskan oleh Sugiyono dan Wibowo, Suyuthi dan Sugiyono yang menyatakan bila korelasi tiap faktor positif dan besarnya 0,3 ke atas maka faktor tersebut merupakan *construct* yang kuat.

b) Uji Reliabilitas

Tabel 4.2
"Uji Reliabilitas"

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Keterangan
X1	67,2072	97,475	,769	Reliabel
X2	66,8559	107,288	,796	Reliabel
X3	68,2072	114,293	,810	Reliabel
X4	68,1892	97,555	,753	Reliabel
X5	68,0631	102,441	,779	Reliabel
Y	67,9189	106,039	,808	Reliabel

Sumber :data diolah SPSS, 2015

Berdasar *Reliability Statistics* di atas, seluruh item (X1, X2, X3, X4, X5 dan Y) adalah reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dibanding 0,3 seperti yang dijelaskan oleh Sugiyono dan Wibowo, Suyuthi dan Sugiyono yang menyatakan bila korelasi tiap faktor positif dan besarnya 0,3 ke atas maka faktor tersebut merupakan *construct* yang kuat. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan dinyatakan reliabel. Artinya seluruh item pernyataan yang ada pada instrumen penelitian dapat dinyatakan layak sebagai instrumen data penelitian

Variabel kuesioner yang valid dan reliabel dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya. Dalam kasus ini berarti semua item dalam instrumen TQM (Y) memenuhi persyaratan validitas atau sahih secara statistik. Karena uji validitas adalah prosedur pengujian untuk melihat

apakah alat ukur yang berupa kuesioner dapat mengukur dengan cermat atau tidak maka instrumen ini (Y) merupakan alat ukur yang cermat dan tepat.

2. Uji Normalitas

Uji normalitas data digunakan uji normalitas data *Kolmogorov-Smirnov* asumsi data dikatakan normal jika, variabel memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05. Berikut adalah hasil pengujian dengan menggunakan pendekatan *Kolmogorov-Smirnov*:

Tabel 4.3
Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		X1	X2	X3	X4	X5	Y
N		111	111	111	111	111	111
Normal Parameters ^a	Mean	12.8829	14.4324	13.0811	13.0991	13.3514	11.8559
	Std. Deviation	2.94414	2.71568	2.46479	2.74012	2.52136	2.65894
Most Extreme Differences	Absolute	.124	.123	.129	.124	.118	.127
	Positive	.086	.066	.129	.124	.118	.127
	Negative	-.124	-.123	-.114	-.098	-.097	-.074
Kolmogorov-Smirnov Z		1.310	1.299	1.359	1.310	1.248	1.338
Asymp. Sig. (2-tailed)		.065	.068	.050	.065	.089	.056

a. Test distribution is Normal.

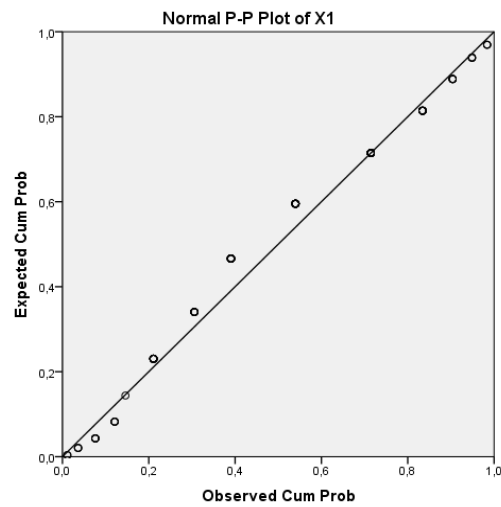
Sumber : data diolah SPSS, 2015

Berdasarkan tabel *One –Sample Kolmogorov Smirnov Test* dapat disimpulkan:

- a) Nilai *Kolmogorov Smirnov Z* dan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)*, variabel X1 adalah 1.310 dan $0,065 > 0,05$. Dengan demikian H_0 diterima. Hal ini variabel X1 berdistribusi normal.
- b) Variabel X2 adalah 1.299 dan $0,068 > 0,05$. Dengan demikian H_0 diterima. Hal ini variabel X2 berdistribusi normal
- c) Variabel X3 adalah 1.359 dan $0,50 > 0,05$. Dengan demikian H_0 diterima. Hal ini variabel X3 berdistribusi normal.
- d) Variabel X4 adalah 1.310 dan $0,065 > 0,05$. Dengan demikian H_0 diterima. Hal ini variabel X4 berdistribusi normal.
- e) Variabel X5 adalah 1.248 dan $0,089 > 0,05$. Dengan demikian H_0 diterima. Hal ini variabel X5 berdistribusi normal.
- f) Variabel Y adalah 1.338 dan $0,056 > 0,05$. Dengan demikian H_0 diterima. Hal ini variabel Y berdistribusi normal.

Dari penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa semua variabel berdistribusi normal. Setelah pengujian menggunakan pendekatan *Kolmogorov Smirnov* diketahui, maka dilakukan uji dengan menggunakan pendekatan kurva *P-P Plots*. Berikut adalah hasil uji normalitas menggunakan pendekatan kurva *P-P Plots*:

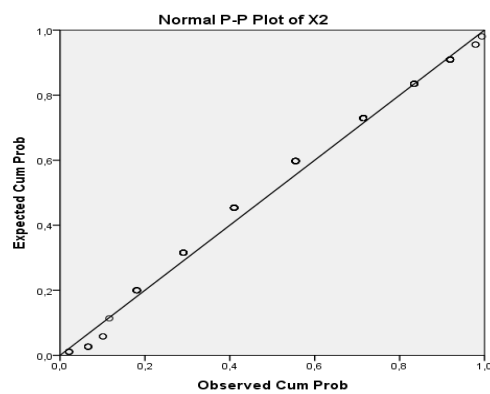
Gambar Kurva 4.1



Sumber : data diolah SPSS, 2015

Berdasarkan kurva 4.1 diatas, menunjukkan bahwa kurva diatas terdistribusikan normal. Hal ini dikarenakan titik-titik yang menyebar disekitar garis diagonal.

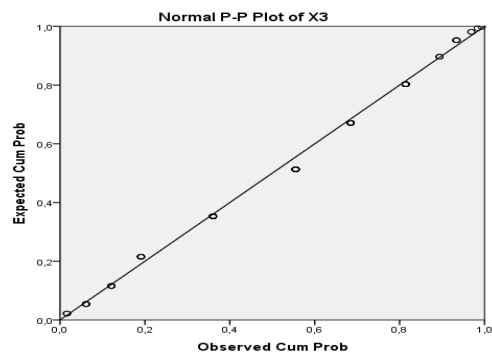
Gambar Kurva 4.2



Sumber : data diolah SPSS, 2015

Berdasarkan kurva 4.2 diatas, menunjukkan bahwa kurva diatas terdistribusikan normal. Hal ini dikarenakan titik-titik yang menyebar dmengikuti garis diagonal.

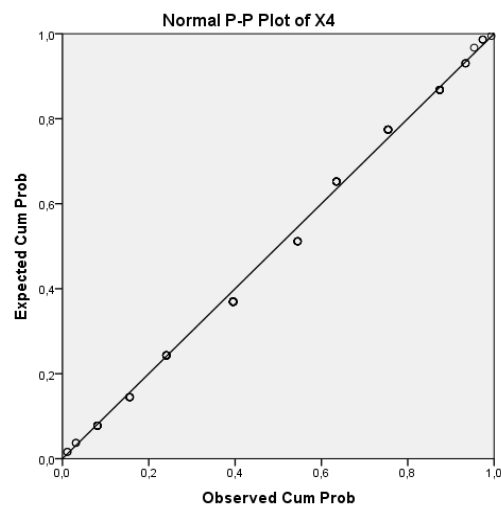
Gambar Kurva 4.3



Sumber : data diolah SPSS, 2015

Berdasarkan kurva 4.3 diatas, menunjukkan bahwa kurva diatas terdistribusikan normal. Hal ini dikarenakan titik-titik yang menyebar mengikuti mengikuti garis diagonal.

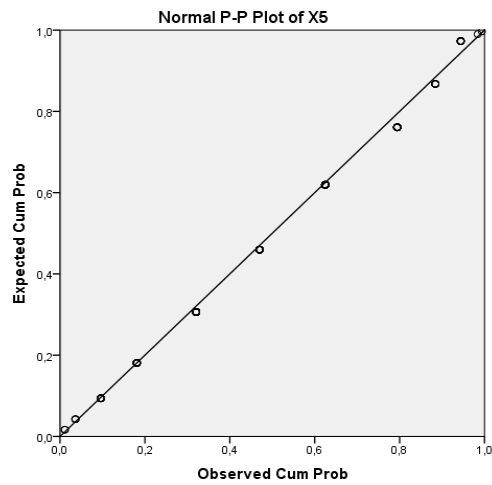
Gambar Kurva 4.4



Sumber : data diolah SPSS, 2015

Berdasarkan kurva 4.4 diatas, menunjukkan bahwa kurva diatas terdistribusikan normal. Hal ini dikarenakan titik-titik yang menyebar mengikuti garis diagonal.

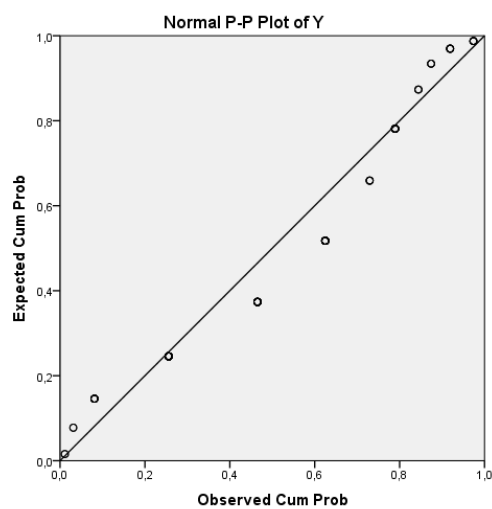
Gambar Kurva 4.5



Sumber : data diolah SPSS, 2015

Berdasarkan kurva 4.5 diatas, menunjukkan bahwa kurva diatas terdistribusikan normal. Hal ini dikarenakan titik-titik yang menyebar mengikuti garis diagonal.

Gambar Kurva 4.6



Sumber : data diolah SPSS, 2015

Berdasarkan kurva 4.6 diatas, menunjukkan bahwa kurva diatas terdistribusikan normal. Hal ini dikarenakan titik-titik yang menyebar mengikuti garis diagonal.

3. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikoloniaritas

Tabel 4.4
"Coefficients^a"

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	,610	1,640
	X2	,684	1,461
	X3	,609	1,643
	X4	,389	2,574
	X5	,621	1,609

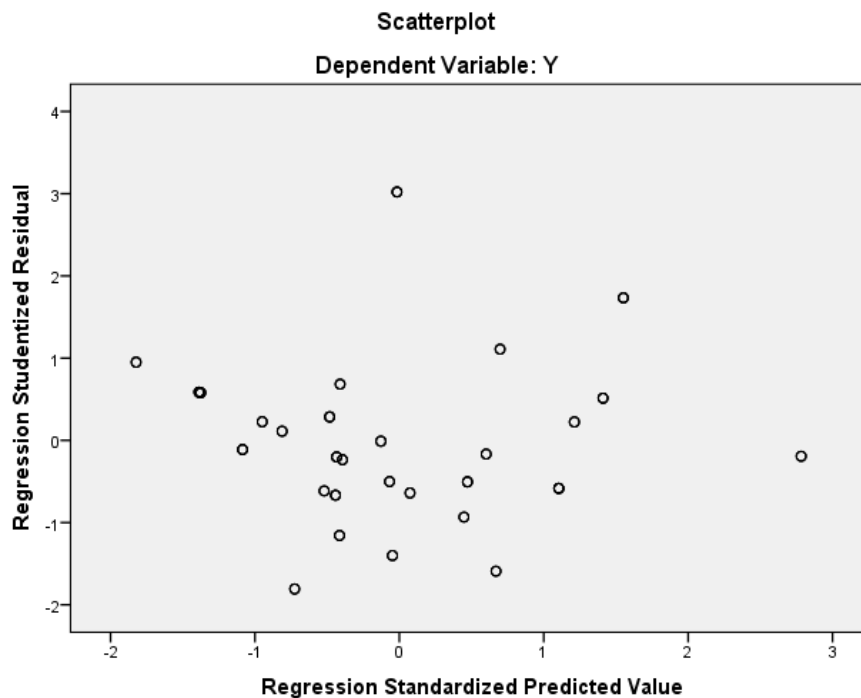
a. Dependent Variable: Y

Sumber : data diolah, SPSS, 2015

Untuk mendeteksi adanya multikolonieritas jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) tidak lebih dari 10 maka model terbebas dari multikolonieritas. Dari hasil coefficient dapat diketahui bahwa nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) adalah: 1,640 (*physiological needs*), 1,461 (*safety needs*), 1,643 (*social needs*), 2,574 (*esteem needs*) dan 1,609 (*self actualization needs*). Hasil ini berarti variabel terbebas dari asumsi klasik multikolonieritas, karena hasilnya lebih kecil dari 10.

2. Uji Heterokedastisitas

Gambar kurva 4.7



Sumber : data diolah SPSS, 2015

Heteroskedastisitas, pada umumnya sering terjadi pada model-model yang menggunakan data *cross section*. Namun bukan berarti model-model yang menggunakan data *cross section* bebas dari heteroskedastisitas. Sedangkan untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar Scatterplot model tersebut. Tidak terdapat heteroskedastisitas jika:

1. Penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola
2. Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau disekitar angka 0 dan

3. Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.⁶⁹

Berdasarkan kurva 4.7 diatas dapat dilihat bahwa tidak terdapat heterokedastisitas. Hal ini terbukti bahwa penyebaran titik-titik data tidak berpola, titik-titik data menyebar diatas dan dibawah, ddisekitar garis nol, dan titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.

4. Uji Regresi Linier Berganda

Hasil pengujian pengaruh variabel independen (*physiological needs, safety needs, social needs, esteem needs, dan self actualization needs*) terhadap variabel dependen (keputusan menabung) dengan menggunakan uji regresi linier berganda disajikan sebagai berikut :

Tabel 4.5
"Uji Regresi"

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,558	1,709		2,667	,009
X1	,296	,103	,296	2,868	,005
X2	,064	,107	,058	,597	,552
X3	-,125	,125	-,103	-1,000	,320
X4	,061	,140	,056	,434	,665
X5	,344	,109	,322	3,147	,002

a. Dependent Variable: Y

Sumber : data diolah SPSS, 2015

⁶⁹ Agus Eko Sujianto, Aplikasi Statistik Dengan SPSS 16.0, (Jakarta: PT. Prestasi Pustakaraya, 2009), hlm.79-80

Berdasarkan hasil pengujian parameter individual yang disajikan dalam gambar di atas, maka dapat dikembangkan sebuah model persamaan regresi:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$

$$Y = 4,558 + 0,296X_1 + 0,064X_2 + -0,125X_3 + 0,061X_4 + 0,344X_5$$

Keterangan:

- 1) Konstanta sebesar 4,558 artinya apabila X1 (*Physiological Needs*), X2 (*safety needs*), X3 (*social needs*), X4 (*esteem needs*) dan X5 (*self actualization needs*) tidak ada Y maka (keputusan menabung) sebesar 4,558.
- 2) Koefisien regresi X1 (*Physiological Needs*) sebesar 0,296 menyatakan bahwa setiap penambahan *Physiological Needs* (karena tanda positif) 1 satu satuan akan meningkatkan keputusan menabung sebesar 0,296. Dan sebaliknya, jika *Physiological Needs* turun sebesar 1 satu satuan, maka keputusan menabung juga diprediksi mengalami penurunan sebesar 0,296 satu satuan.
- 3) Koefisien regresi X2 (*safety needs*) sebesar 0,064 menyatakan bahwa setiap penambahan *safety needs* (karena tanda positif) 1 satu satuan akan meningkatkan keputusan menabung sebesar 0,064. Dan sebaliknya, jika *safety needs* turun sebesar 1 satu satuan, maka keputusan menabung

juga diprediksi mengalami penurunan sebesar 0,064 satu satuan.

- 4) Koefisien regresi X3 (*social needs*) sebesar -0,125 menyatakan bahwa setiap penambahan *social needs* (karena tanda negatif) 1 satu satuan akan menurunkan keputusan menabung sebesar 0,125 satu satuan. Dan sebaliknya, jika *social needs* turun sebesar 1 satu satuan, maka keputusan menabung juga diprediksi mengalami peningkatan sebesar 0,125 satu satuan.
- 5) Koefisien regresi X4 (*esteem needs*) sebesar 0,061 menyatakan bahwa setiap penambahan *esteem needs* (karena tanda positif) 1 satu satuan akan meningkatkan keputusan menabung sebesar 0,061. Dan sebaliknya, jika *esteem needs* turun sebesar 1 satu satuan, maka keputusan menabung juga diprediksi mengalami penurunan sebesar 0,061 satu satuan.
- 6) Koefisien regresi X5 (*self actualization needs*) sebesar 0,344 menyatakan bahwa setiap penambahan *self actualization needs* (karena tanda positif) 1 satu satuan akan meningkatkan keputusan menabung sebesar 0,344. Dan sebaliknya, jika *self actualization needs* turun sebesar 1 satu satuan, maka keputusan menabung juga diprediksi mengalami penurunan sebesar 0,344 satu satuan.

5. Pengujian Hipotesis

1. Hasil Uji F

Untuk pengujian dengan Uji F dapat dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

- 1) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima, hal ini berarti tidak ada pengaruh *physiological needs*, *safety needs*, *social needs*, *esteem needs*, dan *self actualization needs* terhadap keputusan menabung.
- 2) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, hal ini berarti ada pengaruh *physiological needs*, *safety needs*, *social needs*, *esteem needs*, dan *self actualization needs* terhadap keputusan menabung disajikan dalam tabel dibawah ini :

Tabel 4.6
"Anova"

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	307,595	5	61,519	9,754	,000 ^b
Residual	662,261	105	6,307		
Total	969,856	110			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X5, X3, X2, X1, X4
Sumber : data diolah SPSS, 2015

Dari tabel *Anova* diperoleh F_{hitung} sebesar 9,754 dengan nilai probabilitas (sig.) sebesar 0.000. Nilai F_{hitung} (9,754) > F_{tabel} (2,31), dan nilai sig. (0.000) < 0.05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, hal ini berarti *physiological needs*, *safety needs*, *social*

needs, esteem needs, dan self actualization needs berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung.

2. Hasil Uji T

Untuk pengujian dengan Uji T dapat dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

- 1) Jika $T_{hitung} < T_{tabel}$ maka H_0 diterima, hal ini berarti tidak ada pengaruh *physiological needs, safety needs, social needs, esteem needs, dan self actualization needs* terhadap keputusan menabung.
- 2) Jika $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, hal ini berarti ada pengaruh signifikan *physiological needs, safety needs, social needs, esteem needs, dan self actualization needs* terhadap keputusan menabung.

Tabel 4.7
"Coefficients"^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,558	1,709		2,667	,009
X1	,296	,103	,296	2,868	,005
X2	,064	,107	,058	,597	,552
X3	-,125	,125	-,103	-1,000	,320
X4	,061	,140	,056	,434	,665
X5	,344	,109	,322	3,147	,002

a. Dependent Variable: Y

Sumber : data diolah SPSS, 2015

Dari tabel *Coefficients^a* diperoleh :

Constant T_{hitung} sebesar 2,667 dengan nilai probabilitas (sig.) sebesar 0,044. Nilai T_{hitung} (2,667) > T_{tabel} (1,65), dan nilai sig. (0,009) < 0.05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, hal ini berarti *physiological needs*, *safety needs*, *social needs*, *esteem needs*, dan *self actualization needs* berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung.

X1 T_{hitung} sebesar 2,868 dengan nilai probabilitas (sig.) sebesar 0,005. Nilai T_{hitung} (2,868) > T_{tabel} (1,65), dan nilai sig. (0,005) < 0.05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, hal ini berarti *physiological needs*, berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung.

X2 T_{hitung} sebesar 0,597 dengan nilai probabilitas (sig.) sebesar 0,552. Nilai T_{hitung} (0,597) > T_{tabel} (1,65), dan nilai sig. (0,552) < 0.05, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, hal ini berarti *safety needs*, berpengaruh tetapi tidak signifikan secara statistik pada α 5% terhadap keputusan menabung.

X3 T_{hitung} sebesar -1,000 dengan nilai probabilitas (sig.) sebesar 0,320. Nilai T_{hitung} (-1,000) > T_{tabel} (1,65), dan nilai sig. (0,320) < 0.05, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, hal ini berarti *social needs*, berpengaruh tetapi tidak signifikan pengaruh negatif atau berkebalikan terhadap keputusan menabung.

X4 T_{hitung} sebesar 0,434 dengan nilai probabilitas (sig.) sebesar 0,665. Nilai T_{hitung} (0,434) > T_{tabel} (1,65), dan nilai sig. (0,665) < 0.05, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, hal ini berarti *esteem needs*, berpengaruh

tetapi tidak signifikan secara statistik pada α 5% terhadap keputusan menabung.

X5 T_{hitung} sebesar 3,147 dengan nilai probabilitas (sig.) sebesar 0,002. Nilai T_{hitung} (3,147) > T_{tabel} (1,65), dan nilai sig. (0,002) < 0.05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, hal ini berarti *self actualization needs* berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung.

B. Pembahasan

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan sampel sebanyak 111 responden, peneliti mengambil responden mahasiswa yaitu dari jurusan perbankan syariah IAIN Tulungagung mulai dari semester 4 sampai semester 8. Berdasarkan hasil dari penelitian data yang telah diperoleh dan juga telah diuji menggunakan software SPSS maka menunjukkan hasil bahwa angket kuesioner yang telah disebar secara keseluruhan terbukti valid dan angket kuesioner tersebut merupakan alat ukur yang cermat dan tepat. Hal ini terbukti bahwa nilai *Corrected Item Total* lebih besar dari 0.3 yang berarti memiliki *construct* yang kuat dan bisa dilanjutkan untuk pengujian selanjutnya. Setelah angket kuesioner terbukti valid maka dilanjutkan menguji dengan uji-uji yang lainnya untuk menguji pengaruh *physiological needs*, *safety needs*, *social needs*, *esteem needs*, dan *self actualization needs* terhadap keputusan menabung di Bank Syariah, hal ini dilakukan untuk menjelaskan bagaimana pengaruh *physiological needs*, *safety needs*, *social needs*, *esteem needs*, dan *self actualization needs*

terhadap keputusan menabung berpengaruh positif atau tidak, dan untuk mengetahui signifikan atau tidak.

1. Pengaruh *Physiological* Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah.

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa *physiological needs* terbukti bahwa berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung di bank syariah. Penelitian ini mendukung penelitian Damayanti Maysaroh, tetapi dalam penelitian ini terdapat perbedaan dengan penelitian Damayanti Maysaroh yakni pada variabel Independennya, penelitian terdahulu menggunakan variabel *psikologi* sedangkan penelitian yang dikaji saat ini menggunakan variabel *physiological needs*.⁷⁰ Namun variabel dependennya sama dan hasil yang diperoleh juga sama yakni sama-sama berpengaruh signifikan. Menurut teorinya Philip Kotler *physiological needs* merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan dalam pembelian suatu produk.⁷¹ Suatu produk dalam penelitian ini maksudnya adalah produk tabungan, jadi *physiological needs* mempengaruhi keputusan menabung di Bank Syariah.

⁷⁰ Damayanti Maysaroh, *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah*. Yogyakarta : 2014

⁷¹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi Kesebelas diterjemahkan oleh Benyamin Molan*. Jakarta : 2005

2. Pengaruh *Safety Needs* Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah.

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa *safety needs* terbukti bahwa berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap keputusan menabung di bank syariah. Penelitian ini mendukung penelitian Endang Tri Wahyuni, tetapi dalam penelitian ini terdapat perbedaan dengan penelitian Endang Tri Wahyuni yakni pada variabel Independennya, penelitian terdahulu menggunakan variabel motivasi sedangkan penelitian yang dikaji saat ini menggunakan variabel *safety needs*.⁷² Namun hanya variabel dependennya yang sama dan hasil yang diperoleh tidak sama, peneliti terdahulu hasilnya berpengaruh signifikan sedangkan penelitian ini hasilnya berpengaruh namun tidak signifikan secara statistik pada α 5%. *Safety needs* atau kebutuhan keamanan merupakan salah satu kebutuhan yang mempengaruhi motivasi untuk menabung di bank syariah. Seperti teori yang dikemukakan oleh Alwisol bahwa *safety needs* (kebutuhan rasa aman) merupakan kebutuhan keselamatan, merasa aman dari setiap jenis ancaman fisik atau kehilangan, serta merasa terjamin.⁷³ Berdasarkan hasil penelitian ini *safety needs* berpengaruh memotivasi mahasiswa untuk menabung di bank syariah.

⁷² Damayanti Maysaroh, *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah*. Yogyakarta : 2014

⁷³ Alwisol, *Psikologi Kepribadian*. Malang : Penerbit Universitas Muhammadiyah Malang.2005

3. Pengaruh *Social Needs* Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa *social needs* terbukti bahwa berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap keputusan menabung di bank syariah. Penelitian ini mendukung penelitian Devri, tetapi dalam penelitian ini terdapat perbedaan dengan penelitian Devri yakni pada variabel Independennya, penelitian terdahulu menggunakan variabel pelayanan, promosi dan lokasi sedangkan penelitian yang dikaji saat ini menggunakan variabel *social needs*.⁷⁴ Namun hanya variabel dependennya yang sama dan hasil yang diperoleh tidak sama, peneliti terdahulu hasilnya berpengaruh signifikan sedangkan penelitian ini hasilnya berpengaruh namun tidak signifikan secara statistik pada α 5% ada negatif atau pengaruh berkebalikan. *Social needs* atau kebutuhan sosial juga merupakan kebutuhan yang mempengaruhi motivasi untuk menabung di bank syariah. Pada dasarnya kebutuhan manusia itu tidak ada habisnya, manusia harus memiliki simpanan yang salah satu tujuannya yakni untuk berjaga-jaga apabila ada kebutuhan mendesak misalnya saudara, atau tetangga yang meminta bantuan pinjaman dana pada

⁷⁴ Devri, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung Pada Pt. Bank Perkreditan Rakyat Syari'ah (BPRS) Berkah Dana Fadhlillah Panam Pekanbaru*. Pekanbaru : 2014

kita. Manusia hidup itu saling membutuhkan seperti teori yang dikemukakan oleh Abraham Maslow bahwa *social needs* (kebutuhan sosial) merupakan kebutuhan manusia, manusia cenderung menginginkan untuk menjalin hubungan secara sosial, berinteraksi dengan sesama/lawan jenisnya.⁷⁵ Berdasarkan hasil penelitian ini *social needs* berpengaruh memotivasi mahasiswa untuk menabung di bank syariah.

4. Pengaruh *Esteem Needs* Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa *esteem needs* terbukti bahwa berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap keputusan menabung di bank syariah. Penelitian ini mendukung penelitian Endang Tri Wahyuni, tetapi dalam penelitian ini terdapat perbedaan dengan penelitian Endang Tri Wahyuni yakni pada variabel independennya, penelitian terdahulu menggunakan variabel motivasi sedangkan penelitian yang dikaji saat ini menggunakan variabel *esteem needs*.⁷⁶ Namun hanya variabel dependennya sama dan hasil yang diperoleh tidak sama, peneliti terdahulu hasilnya berpengaruh signifikan sedangkan penelitian ini hasilnya berpengaruh namun tidak signifikan secara statistik pada α 5%. *Esteem needs* atau kebutuhan

⁷⁵ Maslow, A.H, "A Theory of Human Motivation", (1943). 50

⁷⁶ Damayanti Maysaroh, *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah*. Yogyakarta : 2014

akan penghargaan juga merupakan kebutuhan yang mempengaruhi motivasi untuk menabung di bank syariah. Hal tersebut sangat mempengaruhi seseorang untuk menabung secara terus menerus karena mereka merasa dihargai dan diberikan apresiasi atas apa yang mereka lakukan. Selain itu *esteem needs* juga memberikan keuntungan bagi perusahaan atau bank sebab dengan adanya *reward* tersebut akan menarik nasabah untuk menempatkan dananya pada bank. Dalam teorinya Abraham Maslow juga dikemukakan bahwa *esteem needs* (kebutuhan akan penghargaan) merupakan kebutuhan akan kedudukan dan promosi dibidang kepegawaian. Kebutuhan akan simbol-simbol dalam statusnya seseorang serta prestise yang ditampilkannya.⁷⁷ tetapi pada kenyataannya, berdasarkan hasil penelitian ini *safety needs* tidak berpengaruh memotivasi mahasiswa untuk menabung di bank syariah.

5. Pengaruh *Self Actualization Needs* Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa *self actualization needs* terbukti bahwa berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung di bank syariah. Penelitian ini mendukung penelitian Devri, tetapi dalam penelitian ini terdapat perbedaan dengan penelitian Devri yakni pada variabel dependennya, penelitian terdahulu menggunakan variabel pelayanan, promosi dan lokasi

⁷⁷ Maslow, A.H, "A Theory of Human Motivation", (1943). 50

sedangkan penelitian yang dikaji saat ini menggunakan variabel *self actualization needs*.⁷⁸ Namun variabel Independennya sama dan hasil yang diperoleh juga mendukung yakni sama-sama signifikan. *Self actualization needs* atau kebutuhan aktualisasi diri merupakan kebutuhan pada tahap terakhir dalam motivasi yang memberikan pengaruh keputusan untuk menabung di bank syariah. Keputusan dalam menentukan seorang nasabah menabung pada bank syariah pastinya terutama dilihat dari manajemen sumber daya manusia pada bank tersebut. Penilaian atas Manajemen Sumber Daya manusia tersebut yakni mencakup bagaimana sistem pelayanan, keahlian dalam menangani nasabah, serta mengelola dana yang telah disimpan. Seperti teori yang dikemukakan oleh Sardiman A. M *self actualization needs needs needs* merupakan kebutuhan pemenuhan diri, yaitu kebutuhan untuk menunjukkan potensi, kelebihan, keahlian, skill maupun ilmu yang dimiliki seseorang.⁷⁹ Cara melihat bagaimana pengelolaan dana yang dilakukan pada bank tersebut dapat dilihat pada laporan keuangan yang dipublikasikan atas bank tersebut. Dari situ maka nasabah bisa mengambil keputusan apakah harus menabung pada bank tersebut atau justru sebaliknya. Dari hasil yang diperoleh dari penelitian ini *self actualization needs* berpengaruh meningkatkan motivasi mahasiswa untuk menabung di bank syariah.

⁷⁸ Devri, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung Pada Pt. Bank Perkreditan Rakyat Syari'ah (BPRS) Berkah Dana Fadhlillah Panam Pekanbaru*. Pekanbaru : 2014

⁷⁹ Sardiman A.M, *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*. Hal. 74

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh Motivasi Mahasiswa terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Perbankan Syariah) dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama (H_1) bahwa hasil *physiological needs* berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung di Bank Syariah. Hal ini terbukti pada hasil analisis data dan pengujian hipotesis. Jadi, variabel *physiological needs* berpengaruh meningkatkan, memotivasi nasabah dan calon nasabah untuk menabung di Bank Syariah.
2. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kedua (H_1) bahwa hasil *safety needs* berpengaruh tetapi tidak signifikan secara statistik pada α 5% terhadap keputusan menabung di Bank Syariah. Hal ini terbukti pada hasil analisis data dan pengujian hipotesis. Jadi, variabel *safety needs* berpengaruh meningkatkan memotivasi nasabah dan calon nasabah untuk menabung di Bank Syariah.
3. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ketiga (H_1) bahwa hasil *social needs* berpengaruh tetapi tidak signifikan secara statistik pada α 5%, namun ada pengaruh negatif atau berkebalikan terhadap keputusan

menabung di Bank Syariah. Hal ini terbukti pada hasil analisis data dan pengujian hipotesis. Jadi, variabel *social needs* berpengaruh meningkatkan memotivasi nasabah dan calon nasabah untuk menabung di Bank Syariah.

4. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis keempat (H_1) bahwa hasil *esteem needs* berpengaruh tetapi tidak signifikan secara statistik pada α 5% terhadap keputusan menabung di Bank Syariah. Hal ini terbukti pada hasil analisis data dan pengujian hipotesis. Jadi, variabel *esteem needs* berpengaruh meningkatkan memotivasi nasabah dan calon nasabah untuk menabung di Bank Syariah.
5. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kelima (H_1) bahwa hasil *actualization needs* berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung di Bank Syariah. Hal ini terbukti pada hasil analisis data dan pengujian hipotesis. Jadi, variabel *self actualization needs* berpengaruh meningkatkan, memotivasi nasabah dan calon nasabah untuk menabung di Bank Syariah.

B. SARAN

Saran dari penelitian ini adalah:

1. Diharapkan agar mahasiswa, khususnya jurusan perbankan syariah IAIN Tulungagung memberikan motivasi kepada teman-temannya ataupun orang lain untuk menabung di bank syariah, memberikan pemahaman prinsip bank syariah untuk kemaslahatan umat dan bebas dari bunga bank

yang masih diragukan bagaimana hukumnya khususnya bagi umat muslim.

2. Untuk pihak kampus IAIN Tulungagung diharapkan agar pembayaran SPP dilakukan di bank-bank syariah, agar sesuai dengan jurusan yang ada di kampus, yaitu perbankan syariah.
3. Hasil penelitian ini sekiranya dapat dijadikan acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan maupun mengoreksi dan melakukan perbaikan seperlunya.

DAFTAR RUJUKAN

- Ahmad Tanzeh, Suyitno. 2006. *Dasar-Dasar Penelitian*. Surabaya : Elka
- Alwisol, Psikologi Kepribadian. Malang : Penerbit Universitas Muhammadiyah Malang. 2005
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktis*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Ascarya. 2008. *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Bungin, Burhan. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : Kencana
- Maysaroh, Damayanti. 2014. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah*. Yogyakarta
- Devri. 2014. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung Pada Pt. Bank Perkreditan Rakyat Syaria'ah (BPRS) Berkah Dana Fadhlillah Panam Pekanbaru*. Pekanbaru
- Eddy, Soeryanto Soegoto. 2008. *“Marketing Research The Smart Way To Solve a Problem”*. PT.Gramedia Komputindo
- Efendi, Lutfi. 2009. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah pada Bank Muamalat Malang*. Malang: Skripsi tidak diterbitkan
- Kasmir, SE., MM. 2007. *Dasar-dasar Perbankan*. Jakarta
- Kotler, Phillip dan Gary Amstrong. 2002. *Principle of Marketing*”Seventh Edition Prentice- Hall, inc, New jersey

- M.Echols, John dan Hasan Shadily. 2003 *Kamus Inggris Indonesia*. Jakarta: Gramedia
- Maslow, A.H. 1943. *"A Theory of Human Motivation"*
- Muhammad. 2004. *Etika bisnis islami*. Yogyakarta: UPP-AMP YKPN
- Nugroho, J. Setiadi. 2003. *"Prilaku Konsumen Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen"*Jakarta : PT Prenada Media Group
- Peraturan Pemerintah RI
- Philip Kotler, Manajemen Pemasaran Edisi Kesebelas diterjemahkan oleh Benyamin Molan. Jakarta : 2005
- Prawirosentono Drs.,MBA, Suyadi. 2002. *"Strategi Pengambilan Keputusan Bisnis"*. Jakarta: Bumi Aksara
- Ramayulis. 2003. *Psikologi Agama*, Jakarta: Kalam Mulia
- Rangkuti, Freddy. 2009. *"Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisa Kasus Integrated Marketing Communication"* . Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Salim, H.Agus. 2013. *" ("Keputusan Konsumen Memilih Jasa Perbankan Syariah)*. Bukittinggi : Jurnal Ekonomi
- Sardiman A.M, Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar.
- Simamora, Bilson. 2008. *"Panduan Riset Perilaku Konsumen"*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Sobirin, Achmad. 2007. *Budaya Organisasi*. Yogyakarta: YKPN

- Sudarmant, Gunawan. 2005. *Analisis Regresi Linier Ganda dengan SPSS*,
Yogyakarta: Graha Ilmu
- Sugiono. 2006. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Sujianto, Agus Eko. 2009. *Aplikasi Statistik Dengan SPSS 16.0*. Jakarta: PT.
Prestasi Pustakaraya
- Sukandarrumidi. 2006. *Metode Penelitian Petunjuk Praktis untuk penelitian
pemula*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press
- Supranto, J. . 2005. *Teknik pengambilan keputusan*. Jakarta: PT. RINEKA CIPTA
- Swasta DH., Basu. 2005. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.