

## BAB V

### PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

#### A. Pengaruh Variabel Kepercayaan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah

Variabel kepercayaan setelah melakukan uji yang pertama yaitu uji dependensi chi square hasil yang diperoleh dari nilai  $X^2_{hitung}$  sebesar 8,952 lebih besar dari nilai  $X^2_{(0,05;2)}$  sebesar 3,841 maka keputusannya adalah tolak  $H_0$  (dependen). Disisi lain, keputusan terima  $H_0$  tidak hanya dilihat berdasarkan nilai  $X^2_{hitung}$  namun juga juga nilai p-value. Jika nilai p-value kurang dari nilai taraf signifikansi ( $\alpha$ ) 5% maka hasil keputusannya adalah tolak  $H_0$ , begitu juga sebaliknya. Variabel kepercayaan ini memiliki hubungan (dependen) karena nilai  $X^2_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $X^2_{(0,05;2)}$  dan nilai p-value kurang dari nilai taraf signifikan ( $\alpha$ ) 5%. Berdasarkan hasil uji dependensi chi-square kepercayaan dapat digunakan untuk pengujian lebih lanjut dengan metode regresi logistic biner univariate. Dari hasil uji analisis regresi logistik biner univariat bahwa nilai p-value 0,003 dimana nilai p-value kurang dari 0,05 maka hasilnya berpengaruh terhadap variabel dependen. Sehingga variabel kepercayaan dapat digunakan kembali dalam analisis regresi logistik multivariat dengan beberapa uji. Uji signifikansi model ini digunakan untuk mengetahui variabel manakah yang paling signifikan dalam pemaparan variabel independen maka dilakukan pengeliminasian dengan metode backward untuk mendapatkan model yang tepat. Hasil analisis statistik uji dengan menggunakan nilai LogLikelihood (G) mengacu pada nilai

G yang lebih besar dibandingkan nilai  $X^2_{hitung}$  maka model telah signifikan. Selanjutnya uji signifikansi koefisien parameter model pada variabel kepercayaan berpengaruh secara signifikan karena nilai p-value kurang dari 5%, dari hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh secara signifikan. Signifikan disini berarti ada hubungan yang erat antara kepercayaan dengan minat menabung. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa adanya arah hubungan yang positif antara nilai kepercayaan terhadap minat menabung. yang berarti kepercayaan mahasiswa jurusan perbankan syariah IAIN Tulungagung terhadap perbankan syariah sangat tinggi terutama komitmen serta tanggung jawab yang tinggi kepada nasabah serta penyediaan produk dan jasa yang diberikan oleh pihak bank syariah, selain itu fasilitas-fasilitas yang diberikan dapat memudahkan bagi nasabah dalam bertransaksi tanpa harus datang langsung ke lembaga.

Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurul khotimah yang meneliti tentang pengaruh religiuistas, kepercayaan, citra perusahaan dan system bagi hasil terhadap minat nasabah menabung dan loyalitas di bank syariah mandiri studi kasus pada nasabah bank syariah mandiri gresik. Hasilnya menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah dan minat menabung di Bank Syariah Mandiri.<sup>91</sup>

Temuan dalam penelitian ini membuktikan teori yang disampaikan oleh Ujang Suwarman dalam bukunya perilaku konsumen teori dan penerapannya

---

<sup>91</sup> Nurul Khotimah, "Pengaruh Religiuistas, Kepercayaan, Citra Perusahaan dan System Bagi Hasil terhadap Minat Nasabah Menabung dan Loyalitas di Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Gresik)", *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen*, Vol.5 No.1, 2018 hal. 47

dalam pemasaran yang menyatakan kepercayaan konsumen merupakan salah satu pengetahuan yang dimiliki konsumen mengenai suatu objek, atribut dan manfaatnya.<sup>92</sup>

Berdasarkan konsep tersebut, maka pengetahuan konsumen sangat terkait dengan pembahasan sikap karena pengetahuan konsumen adalah kepercayaan konsumen. Kepercayaan konsumen atau pengetahuan konsumen menyangkut kepercayaan bahwa suatu produk memiliki berbagai atribut, dan manfaat dari berbagai atribut tersebut.

## **B. Pengaruh Variabel Pengetahuan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah**

Variabel pengetahuan setelah dilakukan uji yang pertama yaitu uji dependensi chi square hasil yang diperoleh dari nilai  $X^2_{hitung}$  sebesar 65.185 lebih besar dari nilai  $X^2_{(0,05;2)}$  sebesar 3,841 maka keputusannya adalah tolak  $H_0$  (dependen). Disisi lain, keputusan terima  $H_0$  tidak hanya dilihat berdasarkan nilai  $X^2_{hitung}$  namun juga juga nilai p-value. Jika nilai p-value kurang dari nilai taraf signifikansi ( $\alpha$ ) 5% maka hasil keputusannya adalah tolak  $H_0$ , begitu juga sebaliknya. Variabel pengetahuan ini memiliki hubungan (dependen) karena nilai  $X^2_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $X^2_{(0,05;2)}$  dan nilai p-value kurang dari nilai taraf signifikan ( $\alpha$ ) 5%. Berdasarkan hasil uji dependensi chi-square kepercayaan dapat digunakan untuk pengujian lebih lanjut dengan metode regresi logistic biner univariate. Dari hasil uji analisis regresi logistik biner univariat bahwa nilai p-value 0,000 dimana nilai p-value

---

<sup>92</sup> Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya*..... hal. 165-166

kurang dari 0,05 maka hasilnya berpengaruh terhadap variabel dependen. Sehingga variabel pengetahuan dapat digunakan kembali dalam analisis regresi logistik multivariat dengan beberapa uji. Uji signifikansi model ini digunakan untuk mengetahui variabel manakah yang paling signifikan dalam pemaparan variabel independen maka dilakukan pengeliminasian dengan metode backward untuk mendapatkan model yang tepat. Hasil analisis statistik uji dengan menggunakan nilai LogLikelihood (G) mengacu pada nilai G yang lebih besar dibandingkan nilai  $X^2_{hitung}$  maka model telah signifikan. Selanjutnya uji signifikansi koefisien parameter model pada variabel pengetahuan tidak berpengaruh secara signifikan karena nilai p-value lebih dari 5%, dari hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh akan tetapi tidak signifikan terhadap minat menabung di bank syariah pada Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah IAIN Tulungagung. Hal ini disebabkan karena kurangnya pengetahuan mahasiswa terhadap produk-produk pembiayaan dan jasa yang disediakan oleh bank syariah, terutama manfaat yang akan memberikan pengaruh yang baik terhadap tingkat minat menabung di bank syariah. Pengetahuan ini dapat diperoleh dari informasi-informasi di media sosial, iklan serta brosur yang bertujuan untuk memberikan informasi kepada nasabah mengenai tujuan dan manfaat menabung di bank syariah. Semakin banyak pengetahuan mahasiswa mengenai produk dan jasa bank syariah maka akan semakin berminat menabung di bank syariah.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Faja Mujadid dan Pandu Tezar Adinugroho yang meneliti tentang pengaruh Pengetahuan, Reputasi, Lingkungan dan Religiusitas terhadap minat pelajar sekolah menengah kejuruan prodi Perbankan Syariah dalam menabung di Bank Syariah. Hasilnya menunjukkan bahwa pengetahuan tidak memiliki pengaruh terhadap minat menabung pelajar SMK dengan program studi perbankan syariah.<sup>93</sup>

Menurut teori dari Resmawa menyatakan bahwa, Tingkat pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen tentang sebuah produk tidak hanya akan mempengaruhi perilaku mereka dalam mencari informasi tentang produk tersebut, namun juga mempengaruhi perlakuan mereka terhadap informasi itu sendiri, pengambilan keputusan mereka, dan lebih jauh lagi, keinginan membeli mereka.<sup>94</sup>

Jadi berdasarkan penelitian diatas disimpulkan bahwa lokasi berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat menabung mahasiswa Perbankan Syariah di Bank Syariah, yang berarti juga bahwa lokasi mempengaruhi minat menabung namun tidak secara dominan.

---

<sup>93</sup> Fajar Mujadid dan Pandu Tezar Adinugroho, "Pengaruh Pengetahuan, Reputasi, Lingkungan dan Religiusitas terhadap minat pelajar Sekolah Menengah Kejuruan prodi Perbankan Syariah dalam menabung di Bank Syariah", *Jurnal ekonomi Islam*, Vol. 10, No.1, 2019 hal. 31

<sup>94</sup> Resmawa, Ira Ningrum, "Pengaruh Brand Image dan Product Knowledge..... Hal. 56

### C. Pengaruh Variabel Religiusitas Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah

Variabel religiusitas setelah dilakukan uji yang pertama yaitu uji dependensi chi square hasil yang diperoleh dari nilai  $X^2_{hitung}$  sebesar 65,185 lebih besar dari nilai  $X^2_{(0,05;2)}$  sebesar 3,841 maka keputusannya adalah tolak  $H_0$  (dependen). Disisi lain, keputusan terima  $H_0$  tidak hanya dilihat berdasarkan nilai  $X^2_{hitung}$  namun juga juga nilai p-value. Jika nilai p-value kurang dari nilai taraf signifikansi ( $\alpha$ ) 5% maka hasil keputusannya adalah tolak  $H_0$ , begitu juga sebaliknya. Variabel religiusitas ini memiliki hubungan (dependen) karena nilai  $X^2_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $X^2_{(0,05;2)}$  dan nilai p-value kurang dari nilai taraf signifikan ( $\alpha$ ) 5%. Berdasarkan hasil uji dependensi chi-square kepercayaan dapat digunakan untuk pengujian lebih lanjut dengan metode regresi logistic biner univariate. Dari hasil uji analisis regresi logistik biner univariat bahwa nilai p-value 0,000 dimana nilai p-value kurang dari 0,05 maka hasilnya berpengaruh terhadap variabel dependen. Sehingga variabel religiusitas dapat digunakan kembali dalam analisis regresi logistik multivariat dengan beberapa uji. Uji signifikansi model ini digunakan untuk mengetahui variabel manakah yang paling signifikan dalam pemaparan variabel independen maka dilakukan pengeliminasian dengan metode backward untuk mendapatkan model yang tepat. Hasil analisis statistik uji dengan menggunakan nilai Log Likelihood (G) mengacu pada nilai G yang lebih besar dibandingkan nilai  $X^2_{hitung}$  maka model telah signifikan. Selanjutnya uji signifikansi koefisien parameter model pada variabel

pengetahuan berpengaruh secara signifikan karena nilai p-value kurang dari 5% , dari hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel religiusitas berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung di bank syariah pada Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah IAIN Tulungagung. Religiusitas merupakan salah satu hal penting yang yang diperhatikan ketika menabung di Bank Syariah. Ini dikarenakan penerapan di lingkungan perguruan tinggi berbasis agama karena mahasiswa IAIN Tulungagung lebih familiar dengan bank syariah. Hal ini dapat diartikan bahwa religiusitas merupakan hal yang penting dalam minat menabung mahasiswa di bank syariah, berarti semakin tinggi tingkat religiusitas mahasiswa maka semakin tinggi pula minat menabung mahasiswa di bank syariah, dan begitupun sebaliknya.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Fifi Afiyanti Triuspitorini dengan yang meneliti tentang pengaruh religiusitas terhadap minat mahasiswa politeknik negeri Bandung untuk menabung di bank syariah. Hasil dari penelitian ini adalah religiusitas secara signifikan berpengaruh terhadap minat mahasiswa POLBAN untuk menabung di bank syariah.<sup>95</sup>

Temuan ini sesuai dengan teori Menurut Muhammad ridwan dan muhammad rizal kapasitas masyarakat muslim menjadi pasar tetapi juga objek islamisasi bank syariah sehingga semakin banyak masyarakat yang

---

<sup>95</sup> Fifi Afiyanti Triuspitorini, “Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung Untuk Menabung di Bnak syariah”, *Jurnal Ekonomi dan perbankan Syariah*, Vol. 4 No. 9, 2019, hal. 78

mempunyai pemahaman ekonomi islam semakin tinggi maka semakin banyak pula masyarakat yang menabung dan menjadi nasabah bank syariah.<sup>96</sup>

Jadi berdasarkan penelitian diatas disimpulkan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung mahasiswa Perbankan Syariah di Bank Syariah, yang berarti religiusitas mempengaruhi minat menabung secara dominan.

#### **D. Pengaruh Variabel Lokasi Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah**

Variabel lokasi setelah dilakukan uji yang pertama yaitu uji dependensi chi square hasil yang diperoleh dari nilai  $X^2_{hitung}$  sebesar 6.958 lebih besar dari nilai  $X^2_{(0,05;2)}$  sebesar 3,841 maka keputusannya adalah tolak  $H_0$  (dependen). Disisi lain, keputusan terima  $H_0$  tidak hanya dilihat berdasarkan nilai  $X^2_{hitung}$  namun juga juga nilai p-value. Jika nilai p-value kurang dari nilai taraf signifikansi ( $\alpha$ ) 5% maka hasil keputusannya adalah tolak  $H_0$ , begitu juga sebaliknya. Variabel lokasi ini memiliki hubungan (dependen) karena nilai  $X^2_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $X^2_{(0,05;2)}$  dan nilai p-value kurang dari nilai taraf signifikan ( $\alpha$ ) 5%. Berdasarkan hasil uji dependensi chi-square kepercayaan dapat digunakan untuk pengujian lebih lanjut dengan metode regresi logistic biner univariate. Dari hasil uji analisis regresi logistik biner univariat bahwa nilai p-value 0,008 dimana nilai p-value kurang dari 0,05 maka hasilnya berpengaruh terhadap variabel dependen. Sehingga variabel lokasi dapat digunakan kembali dalam analisis regresi logistik multivariat dengan beberapa uji. Uji signifikansi model ini digunakan untuk mengetahui

---

<sup>96</sup> Muhammad Ridwan Basalmalah dan mohammad Rizal, “Perbankan syariah”, (Malang: Empat Media, 2018), hal. 115

variabel manakah yang paling signifikan dalam pemaparan variabel independen maka dilakukan pengeliminasian dengan metode backward untuk mendapatkan model yang tepat. Hasil analisis statistik uji dengan menggunakan nilai Log Likelihood (G) mengacu pada nilai G yang lebih besar dibandingkan nilai  $X^2_{hitung}$  maka model telah signifikan. Selanjutnya uji signifikansi koefisien parameter model pada variabel pengetahuan tidak berpengaruh secara signifikan karena nilai p-value lebih dari 5%, dari hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel lokasi berpengaruh akan tetapi tidak signifikan terhadap minat menabung di bank syariah pada Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah IAIN Tulungagung.

Lokasi merupakan salah satu hal penting yang yang diperhatikan ketika menabung di Bank Syariah. Letak tempat tinggal setiap siswa memiliki pengaruh yang berbeda untuk menabung di bank syariah. Selain itu lokasi yang strategi dan mudah di jangkau merupakan factor utama dan juga menghemat waktu maupun tenaga sehingga mahasiswa menjadi berminat untuk menabung di bank syariah.

Teori menurut Kotler, dimana lokasi merupakan kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi sasaran. Dimana terdistribusinya organisasi yang saling tergantung dan terlihat untuk dijadikan produk dan jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi. Lokasi berarti berhubungan dengan di mana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi.<sup>97</sup>

---

<sup>97</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2005), hal.162

Penelitian yang dilakukan oleh penelitian Antika, Erita, dan Malinda mengenai pengaruh marketing mix terhadap keputusan nasabah untuk menabung di tabungan masyarakat desa (Tamasa) pada PT. Bpr-Lpn Sungai Rumbai kabupaten Dharmasyara.<sup>98</sup> Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menabung di bank syariah.

Jadi berdasarkan penelitian diatas disimpulkan bahwa lokasi berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat menabung mahasiswa Perbankan Syariah di Bank Syariah, yang berarti lokasi mempengaruhi minat menabung namun tidak secara dominan.

#### **E. Pengaruh Variabel Kepercayaan, Pengetahuan, Religiusitas dan Lokasi terhadap minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah**

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel kepercayaan, pengetahuan, religiusitas dan lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap minat mahasiswa menabung di Bank Syariah. Hal ini dikarenakan dapat ditunjukkan dengan secara bersama-sama kepercayaan, pengetahuan, religiusitas dan lokasi mempunyai pengaruh yang positif terhadap minat menabung mahasiswa di perbankan syariah.

Menurut Chaplin, J.P minat yaitu salah satu keadaan motivasi seseorang yang mengarahkan tingkah laku seseorang menuju pada satu arah. Minat membeli

---

<sup>98</sup> Rindi Antika Erita dan Yola Malinda, "Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung di Tabungan Masyarakat Desa (Tamasa) PADA Pt.Bpr-Lpn Sungai Rumba Kabupaten Dharmasyara", *jurnal Ekonomi*, 2017, hal. 89

merupakan salah satu bagian dari beberapa komponen perilaku sebuah konsumen didalam sikapnya untuk mengkonsumsi.<sup>99</sup>

Adapun minat dapat dihubungkan dengan sesuatu yang berupa keinginan atau kebutuhan sehari-hari. Minat sendiri terlihat ketika seseorang menunjukkan akan keinginan maupun akan kebutuhan yang ada didalam dirinya. Salah satunya yaitu minat seseorang untuk menabung di bank.

---

<sup>99</sup> Chaplin, J.P., *Kamus Lengkap Psikologi*, (Jakarta: Raja Grafindo persada, 2011), hal 255