

BAB V

PEMBAHASAN

Setelah diperoleh data penelitian melalui penyebaran angket atau kuisisioner secara langsung kepada nasabah mengenai Pengaruh Inovasi Produk, Budaya Masyarakat, dan Religiusitas Terhadap Minat Nasabah Menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung Sudirman, maka telah dilakukan pengujian data penelitian menggunakan analisis statistik dengan SPSS 16.0. Dari pengujian data penelitian tersebut maka diperoleh hasil penelitian yang bisa dipaparkan seperti di bawah ini :

A. Pengaruh Inovasi Produk, Budaya Masyarakat, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah Menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung Sudirman

Hasil yang diperoleh melalui analisis data statistik menunjukkan bahwa paling tidak terdapat salah satu diantara variabel Inovasi Produk, Budaya Masyarakat, dan Religiusitas yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung Sudirman. Dari sini dapat diartikan apabila semakin tinggi Inovasi Produk, Budaya Masyarakat, dan religiusitas secara otomatis akan meningkatkan Minat Nasabah untuk Menabung di di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung Sudirman, begitupula sebaliknya jika Inovasi Produk, Budaya Masyarakat, dan religiusitas seseorang semakin rendah secara otomatis akan mengurangi Minat

Nasabah untuk Menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung Sudirman.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori dari Ferdinand apabila minat menabung tercipta melalui beberapa indikator yaitu minat bertransaksi, minat untuk mereferensikannya kepada orang lain, minat untuk menggunakan produk tersebut dengan tidak tergantikan, dan minat untuk mengetahui produk tersebut lebih dalam.¹¹⁸ Dari teori yang dikemukakan oleh Ferdinand tersebut dapat dilihat apabila produk yang ditawarkan dapat berpengaruh terhadap minat menabung seseorang. Jadi, jika produk atau jasa yang ditawarkan menarik, secara otomatis bisa meningkatkan ketertarikan dan minat konsumen untuk membeli dan menggunakan produk tersebut. Selain itu, dorongan dari diri individu atau lingkungan sekitarnya juga akan dapat mempengaruhi minat seseorang.

Faktor pendorong yang memiliki pengaruh terhadap minat seseorang untuk menabung, diantaranya yaitu Faktor dari dalam diri sendiri yang berhubungan dengan dorongan yang ada pada diri sendiri untuk menciptakan keinginan menabung, selain itu juga dipengaruhi oleh keadaan lingkungan sosial atau kondisi sosial masyarakat. Dalam hal ini budaya juga memberikan pengaruh terhadap terciptanya minat seseorang dalam menabung, karena budaya merupakan salah satu pembentuk karakter dalam suatu kelompok masyarakat. Faktor pelayanan dan kenyamanan. Hal ini berkaitan dengan jenis layanan yang

¹¹⁸ Augusty Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006), hlm. 129

diterapkan dalam suatu perusahaan. Dengan pemberian layanan yang baik tentu secara otomatis memberikan kenyamanan bagi konsumen, hal tersebut tentunya akan memicu minat dan kepuasan konsumen dalam penggunaan suatu produk.¹¹⁹ Semua faktor tersebut saling berhubungan dan berpengaruh, namun berbeda.

Berdasarkan hasil dalam penelitian ini, pengaruh simultan dari variabel inovasi produk, budaya masyarakat, dan religiusitas terhadap minat nasabah untuk menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung Sudirman ini terjadi karena Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung Sudirman memiliki banyak sekali produk yang sangat bervariasi dan menyesuaikan kebutuhan nasabah, sehingga hal tersebut menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi minat untuk menabung di sana, selain juga dipengaruhi oleh faktor budaya masyarakat serta tingkat religiusitas nasabah yang ingin menghindari riba atau bunga pada bank konvensional.

B. Pengaruh Inovasi Produk terhadap Minat Nasabah Menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung Sudirman

Berdasarkan dengan hasil yang diperoleh melalui analisis data statistik menunjukkan bahwa variabel Inovasi Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung Sudirman. Dari sini dapat diartikan apabila terjadi peningkatan

¹¹⁹ Slameto, *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*, (Jakarta: Rineka cipta, 2010), hlm. 59

dalam Inovasi Produk yang dilakukan secara otomatis akan meningkatkan Minat Nasabah untuk Menabung di di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung Sudirman, begitupula sebaliknya apabila Inovasi Produk berkurang secara otomatis juga akan mengurangi Minat Nasabah untuk Menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung Sudirman.

Hasil dari penelitian ini sesuai dengan teori dari Thomas W. Zimmerer yaitu Inovasi produk adalah sesuatu hal yang memiliki potensi guna menimbulkan imajinasi serta pikiran seseorang yang akhirnya akan menghadirkan konsumen atau pelanggan.¹²⁰ Sedangkan Myers dan Marquis dalam Kotler menyatakan apabila inovasi produk merupakan penggabungan yang terdiri atas beraneka macam metode yang secara bersama sama dapat saling berpengaruh satu sama lain.¹²¹ Dengan menciptakan sebuah inovasi pada produk yang sudah ada, diharapkan akan terjadi peningkatan pendapatan dalam bisnis tersebut yang lebih baik dari sebelumnya, selain itu juga diharapkan dapat menarik perhatian konsumen dengan dihidirkannya kualitas produk yang mengalami peningkatan dalam perusahaan bisnis tersebut.

Penelitian ini pun sesuai dengan beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nurul Ulyah¹²² pada tahun 2019, dan Devinta Kris Amalia

¹²⁰ Thomas W. Zimmerer and Norman M. Scarborough, *Kewirausahaan Dan Manajemen Usaha Kecil*, hlm. 25

¹²¹ Myers dan Marquis dalam Philip Kotler and Garry Amstrong, *Manajemen Pemasaran*, ed. by Damos Sihombing, edisi Mile (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2007), hlm. 454

¹²² Nurul Ulyah, *Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Masyarakat Kelurahan Banteng Kota Palopo*, Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Palopo, 2019

Putri¹²³ pada tahun 2018, yang menunjukkan apabila variabel Inovasi Produk memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung Sudirman.

Suatu industri perusahaan tentunya memiliki tujuan utama saat menciptakan sebuah inovasi terhadap suatu produk yaitu guna melindungi keberlangsungan hidup perusahaan atau industri tersebut termasuk juga dengan Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung Sudirman. Persaingan pasar tentunya akan memberikan dampak terhadap kerentanan kebutuhan dan selera konsumen di pasar yang terus berubah menyesuaikan teknologi yang ada sekaligus persaingan yang ada di luar dan dalam negeri yang selalu mengalami peningkatan. Tujuan inovasi produk ini dimaksudkan sebagai sarana untuk memperbaiki kualitas pada produk yang sudah ada untuk kemudian produk tersebut diharapkan dapat memiliki nilai guna dan manfaat yang lebih baik dari sebelumnya, sehingga dapat menarik minat nasabah untuk menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung Sudirman.

C. Pengaruh Budaya Masyarakat terhadap Minat Nasabah Menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung Sudirman

Dari hasil yang diperoleh melalui analisis data statistik menunjukkan bahwa variabel Budaya Masyarakat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung

¹²³ Devinta Kris Amalia Putri, Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Serta Dampaknya Terhadap Minat Nasabah Mereferensikan Bank OCBC NISP Cabang CIK di Tirta Yogyakarta, *Jurnal Ekobis Dewantara*, Vol.01, No.08, 2018

Sudirman. Dari sini dapat diartikan apabila semakin tinggi pengaruh budaya masyarakat dalam menabung di bank syariah maka akan meningkatkan Minat Nasabah untuk Menabung di di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung Sudirman, begitupula sebaliknya jika budaya masyarakat mengenai bank syariah semakin rendah maka akan mengurangi Minat Nasabah untuk Menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung Sudirman.

Penelitian ini pun sesuai dengan teori dari Amri P. Sihotang dalam bukunya bahwa budaya masyarakat merupakan semua aspek yang berhubungan dengan aktivitas kelompok manusia dari segi materi maupun tidak. Budaya masyarakat juga dapat diartikan sebagai fenomena dalam kehidupan masyarakat yang bisa diamati yang terdiri dari pola perilaku yang terus dilakukan secara turun temurun, bahkan terciptanya budaya masyarakat dalam suatu kelompok juga bisa mempengaruhi keputusan individu dalam suatu kelompok masyarakat tersebut. Dalam hal ini banyak dipengaruhi oleh berbagai kemajuan teknologi dan pendapat para ahli.¹²⁴ Kotler dan Amstrong juga mengemukakan bahwa budaya merupakan penentu paling mendasar dari sebuah perilaku dan keinginan seorang konsumen.¹²⁵

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Roni Andespa¹²⁶ pada tahun 2017, Gicella Fanny Andriani dan

¹²⁴ Amri P. Sihotang, *Ilmu Sosial Budaya Dasar*, (Semarang: Semarang University Press, 2008), hlm. 12

¹²⁵ Philip Kotler dan Garry Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, jilid 1 edisi 12, (Jakarta: Erlangga, 2008), hlm. 129

¹²⁶ Roni Andespa, Pengaruh Budaya Dan Keluarga Terhadap Minat Menabung Nasabah Di Bank Syariah, *Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, Vol.2, No.1, 2017

Halmawati¹²⁷ pada tahun 2019, dan Suprihati, dkk¹²⁸ pada tahun 2021. Penelitian yang dilakukan oleh ketiganya memperoleh hasil apabila terdapat pengaruh yang signifikan pada variabel budaya terhadap minat nasabah menabung pada Bank Syariah.

Budaya berada dalam ajaran anggota masyarakat yang berkaitan dengan kehidupannya. Dalam hal ini wujud budaya berupa ide, gagasan, nilai, sekaligus norma yang berkembang dalam masyarakat. Hal tersebut berhubungan dengan keseluruhan aktivitas seseorang yang memiliki sistem yang teratur dalam masyarakat. Hal ini dapat dilihat melalui aktivitas manusia dengan manusia lain dalam kehidupan setiap harinya di lingkungan masyarakat. Budaya dihasilkan dari pekerjaan manusia yang berupa budaya yang bersifat fisik. Dalam hal ini merupakan seluruh hasil dari kegiatan manusia dalam masyarakat yang berwujud actual atau nyata.¹²⁹

Budaya masyarakat berfungsi sebagai penentu batas-batas dalam kehidupan manusia dalam bermasyarakat, Budaya merupakan alat untuk mempertahankan jati diri seseorang dalam kehidupan bermasyarakat, serta digunakan dalam hal penumbuhan komitmen dalam bermacam-macam aspek kehidupan, baik dari segi aspek ekonomi, politik, maupun aspek pendidikan. Sehingga dalam hal ini budaya yang berkembang dalam masyarakat dapat mempengaruhi minat

¹²⁷ Gicella Fanny Andriani dan Halmawati, Pengaruh Bagi Hasil, Kelompok Acuan, Kepercayaan, dan Budaya Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah, *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, Vol.01, No.3, 2019

¹²⁸ Suprihati, dkk, Pengaruh Religiusitas, Budaya, Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Koprasi Syariah, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol.7, No.1, 2021

¹²⁹ Amri P. Sihotang, *Ilmu Sosial Budaya Dasar*, (Semarang: Semarang University Press, 2008), hlm. 13

nasabah dalam menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung Sudirman.

D. Pengaruh Religiusitas terhadap Minat Nasabah Menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung Sudirman

Berdasarkan dengan hasil yang diperoleh melalui analisis data statistik menunjukkan bahwa variabel Religiusitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung Sudirman. Dari sini dapat diartikan apabila tingkat religiusitas seseorang itu tinggi secara otomatis akan meningkatkan Minat Nasabah untuk Menabung di di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung Sudirman, begitupula sebaliknya jika tingkat religiusitas seseorang semakin rendah secara otomatis akan mengurangi Minat Nasabah untuk Menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung Sudirman.

Penelitian ini juga sesuai dengan teori dari Ancok Suroso yang mengutip dalam sebuah buku dengan judul "*American Piety: The Nature Of Religious*" oleh Glock & Stark yang menjelaskan bahwasanya religiusitas merupakan lambang dari ukuran keagamaan yang terdapat dalam diri manusia meliputi, keyakinan, peribadatan, pengetahuan, pengalaman, dan penghayatan.¹³⁰ Religiusitas merupakan salah satu aspek penting untuk mendorong tingkah laku yang mempengaruhi konsumen. Tentunya hal tersebut juga berdasarkan dengan

¹³⁰ Ancok Suroso, *Psikologi Islam: Sosialisasi Islam dan Problem-Problem Psikologi*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), Hlm. 272

keputusan konsumen untuk menggunakan produk tertentu sesuai dengan tingkat keimanan yang dimilikinya.

Hasil dari penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Heru Cahyono, dkk¹³¹ pada tahun 2021, Fajar Mujaddid dan Pandu Tezar Adi Nugroho¹³² pada tahun 2019, Fifi Afyanti Triuspitorini¹³³ pada tahun 2019, dan Fitria Nurma Sari, Moch. Khoirul Anwar¹³⁴ pada tahun 2018. Penelitian dari mereka memperoleh hasil apabila variabel religiusitas memberikan pengaruh signifikan terhadap minat untuk menabung di Bank Syariah.

Tingkat religiusitas dapat membantu seseorang untuk lebih tenang dalam berfikir saat dirinya dihadapkan oleh sebuah permasalahan, religiusitas juga berperan dalam memelihara sikap dan perilaku dalam kelompok masyarakat, karena dalam ajaran agama terdapat norma yang mengatur berjalannya kehidupan yang tertib dan baik, serta mengajarkan mengenai moral dalam kehidupan manusia dengan tujuan mendapatkan hidup yang selaras dan sesuai dengan ajaran agama. Dalam hal ini tingkat religiusitas yang terdapat dalam diri nasabah yang juga akan berpengaruh terhadap keputusan yang diambilnya dalam kehidupan sehari-hari termasuk dalam minat menabung, seperti halnya

¹³¹ Heru Cahyono, dkk, Pengaruh Presepsi Dan Religiusitas Santri Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah, *Jurnal Perbankan Syariah*, Vol.2, No.2, 2021

¹³² Fajar Mujaddid dan Pandu Tezar Adi Nugroho, 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

¹³³ Fifi Afyanti Triuspitorini, Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung Untuk Menabung Di Bank Syariah, *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol.4, No.2, 2019

¹³⁴ Fitria Nurma Sari dan Moch. Khoirul Anwar, Pengaruh Tingkat Religiusitas Santri Pondok Pesantren Darussalam Kediri Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah, *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol.1, No.1, 2018

dalam penelitian ini yang menunjukkan apabila religiusitas nasabah berpengaruh terhadap minat untuk menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung Sudirman karena ingin menghindari riba atau sistem bunga pada bank konvensional.