

BAB V

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Setelah peneliti melakukan penelitian secara langsung dengan melakukan penyebaran angket yang ditujukan kepada seluruh nasabah Bank Muamalat Cabang Pembantu Tulungagung yang menjadi sampel penelitian. Peneliti mengelola dat hasil dari jawaban responden atas angket yang disebarakan kepada nasabah, pengelolaan tersebut dibantu dengan program SPSS 16.0. hasil pengujian koefisien dari analisis regresi berganda, menunjukkan variabel Promosi dan Pengetahuan Konsumen berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap Keputusan Menjadi Anggota Bank Syariah.

Disamping itu hasil pengujian koefisien dari analisis regresi linier berganda, menunjukkan bahwa Promosi dan Pengetahuan Konsumen Berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menjadi Anggota Bank Syariah. Maka tujuan yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah untuk menjelaskan tentang uji-t (parsial) dan uji F (simultan).

A. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Bank Syariah di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Tulungagung

Promosi adalah suatu komunikasi informasi penjualan dan pembelian yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang sebelumnya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pemebeli

dan tetap mengingat produk tersebut.⁶⁷ Promosi diartikan sebagai sarana yang paling ampuh untuk mempengaruhi dan mempertahankan anggota. Dengan promosi masyarakat mengetahui manfaat, dan keunggulan produk yang dimiliki sebuah lembaga keuangan dibandingkan pesaingnya. Salah satu tujuan promosi adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha mempengaruhi calon anggota.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diinterpretasikan bahwa Promosi yang terdiri dari beberapa indikator yaitu personal selling, periklanan, promosi penjualan dan publisitas menyatakan adanya pengaruh terhadap keputusan menjadi anggota bank syariah. Hal ini menandakan bahwa menurunnya kegiatan promosi maka nasabah yang bergabung menjadi anggota bank syariah juga akan menurun begitupun sebaliknya, jika kegiatan promosi mengalami peningkatan maka calon nasabah yang akan bergabung menjadi anggota bank syariah akan meningkat. Promosi dalam sebuah perusahaan atau lembaga keuangan khususnya di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Tulungagung sangat penting dalam meningkatkan jumlah nasabah. Dengan demikian, promosi berpengaruh sangat besar pada aspek-aspek fundamental dari keputusan menjadi nasabah pada suatu lembaga keuangan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Reny Alfiatul Azizah, mahasiswa IAIN Tulungagung yang berjudul “Pengaruh Peran *Customer Service* dan Promosi terhadap keputusan Menjadi

⁶⁷ Djaslim Saladin, *Unsur-Unsur Inti Pemasaran dan Manajemen Pemasaran*, (Bandung: Mandar Maju, 1991), hal. 66

Nasabah pada BMT Mentari Ngunut". Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di BMT Mentari Ngunut. sehingga apabila terjadi peningkatan setiap kegiatan promosi, maka akan meningkatkan keputusan nasabah untuk menjadi anggota di BMT Mentari Ngunut.

B. Pengaruh Pengetahuan Konsumen Terhadap Keputusan Menjadi anggota Bank Syariah di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Tulungagung

Pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki oleh konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa serta pengetahuan lainnya terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan konsumen.⁶⁸ Pengetahuan konsumen tentang bank syariah menjadi pertimbangan yang sangat penting bagi konsumen untuk memilih diman mereka akan memutuskan untuk bergabung menjadi nasabah. Oleh karena itu, upaya untuk meningkatkan pengetahuan konsumen tentang bank syariah menjadi strategi yang baik untuk mengembangkan bank syariah di masa yang akan datang.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diinterpretasikan bahwa Pengetahuan konsumen yang terdiri dari beberapa indikator yaitu pengetahuan tentang atribut produk, pengetahuan tentang manfaat produk, dan pengetahuan tentang kepuasan produk atau jasa menyatakan adanya pengaruh terhadap keputusan menjadi anggota bank syariah. Hal ini menandakan

⁶⁸ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indah, 1991), hal. 120

bahwa pengetahuan konsumen sangat penting untuk meningkatkan pengetahuan calon nasabah agar semakin besar kemungkinan calon nasabah untuk bergabung dengan bank syariah. Pengetahuan konsumen dalam sebuah perusahaan atau lembaga keuangan khususnya di Bank Muamalat Cabang Pembantu Tulungagung sangat penting dalam meningkatkan jumlah nasabah. Dengan demikian, pengetahuan konsumen berpengaruh sangat besar pada aspek fundamental dari keputusan menjadi nasabah pada suatu lembaga keuangan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Shofia Mauizotun Hasanah mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Pengetahuan Konsumen dan Periklanan Program FAEDAH (Fasilitas Serba Mudah) Tabungan BRI Syariah Terhadap Minat Menabung Nasabah”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan konsumen program FAEDAH terhadap minat menabung nasabah berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah. Hal ini berarti hipotesis kedua ke dua dapat dibuktikan. Penerimaan hipotesis kedua ini mengindikasikan bahwa semakin baik Pengetahuan Konsumen tentang Program Tabungan FAEDAH maka Minat Menabung Nasabah semakin tinggi.

C. Pengaruh Promosi dan Pengetahuan Konsumen Terhadap Keputusan Menjadi Anggota bank Syariah di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Tulungagung

Hasil penelitian yang telah dilakukan pada seluruh nasabah yang dipilih menjadi sampel penelitian di Bank Muamalat Cabang Pembantu Tulungagung dapat diketahui dari variabel promosi dan pengetahuan konsumen mempunyai hubungan positif (searah) dengan variabel keputusan menjadi anggota di Bank Muamalat Cabang Pembantu Tulungagung. Sehingga, jika nilai dari kedua variabel tersebut naik 1 satuan, maka besarnya nilai variabel keputusan menjadi anggota juga akan naik dengan asumsi bahwa variabel bebas lainnya bersifat konstan.

Melihat dari hasil pengujian di atas, bahwa promosi dan pengetahuan konsumen terhadap keputusan menjadi anggota di Bank Muamalat Cabang Pembantu Tulungagung jika ingin lebih baik lagi dalam meningkatkan jumlah nasabah, maka kegiatan promosi dan memberikan pengetahuan kepada konsumen tentang bank syariah harus lebih ditingkatkan lagi, agar para calon nasabah lebih memilih Bank Muamalat dibandingkan bank yang lain. Sehingga, jumlah nasabah di bank Muamalat Cabang Pembantu Tulungagung terus bertambah.