

BAB V

PEMBAHASAN

A. Pengaruh Minat Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk-Produk Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung

Berdasarkan dari hasil uji hipotesis secara parsial diperoleh bahwa minat mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk-produk di Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung. Hal ini berarti jika semakin tinggi minat nasabah terhadap produk-produk Bank Syariah KCP Tulungagung, maka semakin tinggi keputusan nasabah untuk menggunakan produk-produk di Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung.

Secara faktual didukung dari tabel 4.14 pada hasil uji t menunjukkan bahwa ada pengaruh minat terhadap keputusan nasabah memilih produk-produk di Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung. Pengaruh minat terhadap keputusan nasabah memilih produk-produk di Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung nampak secara langsung. Jika seseorang tertarik terhadap produk-produk di Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung, maka akan mempengaruhi keputusan nasabah untuk membeli atau memanfaatkan produk-produk tersebut.

Hal ini sesuai dengan teori Etta Mamang Sangadji & Sopiah dalam faktor yang mempengaruhi konsumen untuk mengambil keputusan salah

satunya yaitu faktor psikologis mencakup tentang kepribadian. Dan yang termasuk dalam kepribadian adalah opini minat dan prakarsa.⁷⁹ Pada teori Usi Usmara sikap konsumen adalah faktor penting yang akan mempengaruhi keputusan konsumen. Pembentukan sikap konsumen berhubungan antara kepercayaan, sikap dan perilaku. kepercayaan konsumen atau pengetahuan konsumen menyangkut kepercayaan bahwa suatu produk memiliki berbagai atribut, dan manfaat dari berbagai atribut tersebut.⁸⁰

Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu oleh Sata Sutrisno dengan judul Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Nasabah pada Produk Bank Syariah Mandiri Cabang Tangerang. Menunjukkan bahwa kualitas produk terhadap minat nasabah yang diberikan BSM cabang Tangerang memiliki pengaruh yang positif.⁸¹

Pada penelitian terdahulu oleh Rizqia Ramadhaning Tyas dengan judul Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang. Menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif lokasi dan kualitas terhadap keputusan nasabah di BMT Sumber Mulia Tuntang.⁸²

⁷⁹Etta Mamang Sagadji & Sopiah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: ANDI, 2013, hal 24-25

⁸⁰ Usi Usmara, *Pemikiran Kreatif Pemasaran*, (Yogyakarta: AMARA BOOKS, 2008, hal 135-136

⁸¹ Sata Sutrisno, *pengaruh kualitas produk terhadap minat nasabah pada produk Bank Syariah Mandiri Cabang Tangerang*, (Tangerang, 2014)

⁸² Rizqia Ramadhaning Tyas, *Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang*, (Tuntang, 2014)

B. Pengaruh Preferensi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk-Produk di Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung

Berdasarkan dari hasil uji hipotesis secara parsial diperoleh bahwa preferensi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk-produk di Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung. Hal ini berarti jika semakin tinggi preferensi nasabah terhadap produk-produk Bank Syariah KCP Tulungagung, maka semakin tinggi keputusan nasabah untuk menggunakan produk-produk di Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung.

Secara faktual didukung dari tabel 4.14 pada hasil uji t menunjukkan bahwa ada pengaruh preferensi terhadap keputusan nasabah memilih produk-produk di Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung. Pengaruh preferensi terhadap keputusan nasabah memilih produk-produk di Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung nampak secara langsung. Hal ini diketahui dari adanya kecenderungan nasabah dalam keputusan nasabah memilih alternatif produk tersebut. Jika nasabah suka terhadap produk-produk di Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung, maka akan mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan atau memanfaatkan produk-produk tersebut.

Hal ini sesuai dengan teori yang dinyatakan oleh Kotler bahwa preferensi digambarkan sebagai sikap konsumen terhadap produk dan jasa sebagai evaluasi dari sifat kognitif seseorang, perasaan emosional dan kecenderungan bertindak melalui obyek atau ide. Sementara Schiffman

dan Kanuk menyatakan sikap adalah ekspresi perasaan (*inner feeling*) yang mencerminkan apakah seseorang senang atau tidak senang dan setuju atau tidak setuju terhadap obyek. Dengan demikian teori preferensi dapat digunakan untuk menganalisis tingkat kepuasan bagi konsumen, misalnya apabila ingin mengkonsumsi atau menggunakan sebuah produk barang atau jasa dengan sumber daya terbatas, maka ia harus memilih alternatif sehingga nilai guna atau utilitas yang diperoleh mencapai maksimal.⁸³

Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yakni oleh Neng Kamarni dengan judul Faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam berhubungan dengan Bank Syariah di kota Padang. Salah satu faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat yaitu preferensi. Variabel Preferensi terhadap bank syariah berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat Preferensi terhadap bank syariah mempengaruhi minat masyarakat dalam berhubungan dengan bank syariah.⁸⁴

C. Pengaruh Minat dan Preferensi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk-Produk di Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung

Berdasarkan dari tabel 4.15 hasil uji ANOVA dapat disimpulkan bahwa menolak H₀ dan menerima H₁ artinya variabel minat dan preferensi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah

⁸³ Mustofa, "*Preferensi Dosen IAIN Sultan Amai Gorontalo Terhadap Perbankan Syariah di Gorontalo*" dalam e-Jurnal Apresiasi Ekonomi, hal. 8-9

⁸⁴ Neng Kamarni, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat dalam Berhubungan dengan Bank Syariah di kota Padang* (Padang, 2012)

memilih produk-produk di Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung. Hal ini berarti jika semakin tinggi minat dan preferensi nasabah, maka peningkatan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk-produk di Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung juga akan semakin tinggi.

Hal ini sesuai dengan teori Etta Mamang Sangadji & Sopiah dalam faktor yang mempengaruhi konsumen untuk mengambil keputusan salah satunya yaitu faktor psikologis mencakup tentang kepribadian. Dan yang termasuk didalam kepribadian adalah opini minat dan prakarsa.⁸⁵ Pengaruh minat terhadap keputusan nasabah memilih produk-produk di Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung nampak secara langsung. Minat merupakan suatu ketertarikan seseorang terhadap suatu produk. Jika seseorang tertarik terhadap produk, maka akan mempengaruhi keputusan nasabah untuk membeli atau memanfaatkan produk-produk tersebut.

Sedangkan dalam teori yang dinyatakan oleh Kotler bahwa preferensi digambarkan sebagai sikap konsumen terhadap produk dan jasa sebagai evaluasi dari sifat kognitif seseorang, perasaan emosional dan kecenderungan bertindak melalui obyek atau ide. Sementara Schiffman dan Kanuk menyatakan sikap adalah ekspresi perasaan (*inner feeling*) yang mencerminkan apakah seseorang senang atau tidak senang dan setuju atau tidak setuju terhadap obyek. Dengan demikian teori preferensi dapat digunakan untuk menganalisis tingkat kepuasan bagi konsumen, misalnya apabila ingin mengkonsumsi atau menggunakan sebuah produk barang

⁸⁵ Etta Mamang Sagadji & Sopiah, *Perilaku Konsumen*..... hal 24-25

atau jasa dengan sumber daya terbatas, maka ia harus memilih alternatif sehingga nilai guna atau utilitas yang diperoleh mencapai maksimal.⁸⁶

Dari beberapa teori tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa dengan adanya minat nasabah terhadap suatu produk tersebut maka akan menimbulkan keputusan nasabah untuk membeli atau menggunakan produk-produk di Bank Syariah KCP Tulungagung dan jika adanya preferensi nasabah juga akan menimbulkan keputusan nasabah untuk menggunakan produk tersebut. Jika minat dan preferensi nasabah baik, maka akan berdampak baik pula tanggapan nasabah mengenai produk-produk Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung.

Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu oleh Ratna Nur Wulandari dengan judul Pengaruh Persepsi, Preferensi dan Motivasi terhadap Minat memilih Produk Pembiayaan di BMT Istiqomah Tulungagung. Bahwa ada pengaruh signifikan antara persepsi, preferensi dan motivasi terhadap minat memilih produk pembiayaan di BMT Istiqomah Tulungagung.⁸⁷

⁸⁶ Mustofa, "Preferensi Dosen IAIN Sultan Amai Gorontalo Terhadap Perbankan Syariah di Gorontalo" dalam e-Jurnal Apresiasi Ekonomi, hal. 8-9

⁸⁷ Ratna Nur Wulandari, *Pengaruh Persepsi, Preferensi, dan Motivasi terhadap Minat Memilih Produk Pembiayaan di BMT Istiqomah*, 2016