

BAB V

PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis dan hasil pengujian yang telah dilakukan dengan menggunakan SPSS 16.0 maka pembahasan ini akan dijelaskan tentang pengaruh pengetahuan nasabah dan kelompok acuan terhadap keputusan nasabah menabung.

A. Pengaruh Pengetahuan Nasabah terhadap Keputusan Nasabah Menabung.

Berdasarkan hasil dari uji regresi linier berganda menunjukkan bahwa pengetahuan nasabah ada pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Tulungagung. Bahwa setiap kenaikan satu satuan pada variabel pengetahuan nasabah maka keputusan nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Tulungagung juga mengalami kenaikan. Dan setelah dilakukan pengujian statistik regresi linier berganda hasilnya berbanding lurus, dapat dilihat dari hasil uji t yang menunjukkan pengetahuan nasabah berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung . dimana diperoleh nilai Signifikansi $0,001 < 0,05$ artinya menolak H_0 dan terima H_1 . Dengan demikian dapat disimpulkan terdapat pengaruh secara positif dan signifikan antara pengetahuan nasabah terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Tulungagung.

Hasil analisis pengetahuan nasabah pada keputusan nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Tulungagung yaitu dari total 600 skor pertanyaan responden menunjukkan responden menyatakan sangat setuju yaitu sekitar 295 atau 49,1%, yang menyatakan setuju 286 atau 47,7%, yang menyatakan netral 17 atau 2,8%, dan yang menyatakan tidak setuju sebesar 2 atau 0,4%. Jadi mayoritas keputusan nasabah di Bank Syariah Mandiri Tulungagung menyatakan sangat setuju yaitu sebesar 49,1 %.

Hal ini sesuai dengan teori yang dijelaskan bahwa apa yang dibeli, berapa banyak yang dibeli, dimana membeli, dan kapan membeli tergantung kepada pengetahuan konsumen mengenai hal-hal tersebut. Pengetahuan konsumen akan mempengaruhi keputusan pembelian. Ketika konsumen memiliki pengetahuan yang lebih banyak, maka ia akan lebih baik dalam mengambil keputusan, ia akan lebih efisien dan lebih tepat dalam mengelola informasi dan mampu *recall* informasi lebih baik.¹ Pengetahuan nasabah akan mengolah suatu informasi, jadi nasabah yang mengetahui betapa pentingnya manfaat suatu produk, maka nasabah akan membeli atau memakai produk tersebut seperti salah satunya produk tabungan. Selain itu nasabah mungkin juga dapat berganti lembaga apabila mengetahui ada lembaga lain yang lebih nyaman dan harga yang kompetitif.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hidayatullah², Anggita et. al.³, Yuliawa⁴, Abhimantra⁵, Inayah dan Sudiarti⁶.

¹ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen ...*, hal 147

² Muhammad Hidayatullah, *Pengaruh Pengetahuan Konsumen...*, hal 83

³ Anggita Novita Gampu et. al., *Analisis Motivasi...*, hal 1330-1340.

⁴ Eko Yuliawan, *Pengaruh Pengetahuan Konsumen...*, hal 21-30

Dimana diperoleh hasil dari masing-masing penelitian tersebut menyatakan bahwa variabel pengetahuan nasabah berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung. Pengujian membuktikan bahwa pengetahuan nasabah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah menabung. Jadi dapat disimpulkan bahwa penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yakni pengetahuan nasabah berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah menabung.

B. Pengaruh Kelompok Acuan terhadap Keputusan Nasabah Menabung.

Berdasarkan hasil dari uji regresi linier berganda menunjukkan bahwa kelompok acuan ada pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Tulungagung. Bahwa setiap kenaikan satu satuan pada variabel kelompok acuan maka keputusan nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Tulungagung juga mengalami kenaikan. Dan setelah dilakukan pengujian statistik regresi linier berganda hasilnya berbanding lurus, dapat dilihat dari hasil uji t yang menunjukkan kelompok acuan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung. Dimana diperoleh nilai Signifikansi $0,005 < 0,05$ artinya menolak H_0 dan terima H_1 . Dengan demikian dapat disimpulkan terdapat pengaruh secara positif dan signifikan antara kelompok acuan terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Tulungagung.

Hasil analisis kelompok acuan pada keputusan nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Tulungagung yaitu dari total 400 skor

⁵ Ananggadipa Abhimantra et. al., Analisis Faktor-faktor..., hal 170-177

⁶ Nurul Inayah dan Sri Sudiarti, Analisis Keputusan Nasabah..., hal 191-214

pertanyaan responden menunjukkan responden menyatakan sangat setuju yaitu sekitar 181 atau 45%, yang menyatakan setuju 193 atau 48%, yang menyatakan netral 23 atau 6%, dan yang menyatakan tidak setuju sebesar atau 0%. Jadi mayoritas keputusan nasabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Tulungagung menyatakan setuju yaitu sebesar 48%.

Hal ini sesuai dengan teori yang dijelaskan bahwa kelompok acuan digunakan oleh seseorang sebagai dasar untuk perbandingan atau ebuah referensi dalam membentuk respon afektif, kognitif, dan perilaku. Kelompok acuan akan memberikan standar dan nilai yang akan dipengaruhi perilaku seseorang. Dalam perspektif pemasaran kelompok acuan merupakan kelompok yang berfungsi sebagai referensi bagi seseorang dalam keputusan pembelian.⁷ Dalam penelitian ini, kelompok acuan merupakan informasi dari keluarga atau teman yang menggunakan produk tabungan dan dapat dipercaya karena mereka telah menggunakan produk tersebut, sehingga calon nasabah merasa yakin akan informasi yang disampaikan teman atau keluarga. Informasi yang disampaikan seperti keunggulan dan kelemahan dari produk tabungan serta pengalaman mereka dalam memakai produk tabungan tersebut. Oleh sebab itu, calon nasabah akan menentukan pilihan untuk membeli atau menggunakan produk tabungan tersebut dan memutuskan menjadi nasabah tabungan.

⁷ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen...*, hal 305

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yuniarti⁸, Prakoso⁹, Mauliddini¹⁰, Wilna¹¹. Dimana Dimana diperoleh hasil dari masing-masing penelitian tersebut menyatakan bahwa variabel kelompok acuan berpengaruh terhadap keputsan nasabah menabung. Pengujian membuktikan bahwa kelompok acuan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah menabung. Jadi dapat disimpulkan bahwa penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yakni kelompok acuan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah menabung.

C. Pengaruh Pengetahuan Nasabah dan Kelompok Acuan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung.

Hasil penelitian pada Bank Syariah Mandiri Cabang Tulungagung dengan menggunakan uji F pengetahuan nasabah dan kelompok acuan bersama-sama berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Tulungagung. Diketahui bahwa nilai Sig. sebesar $0,00 < 0,1$ yang artinya tolak H_0 menerima H_1 , yang disimpulkan bahwa variabel pengetahuan nasabah, dan kelompok acuan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung Bank Syariah Mandiri Cabang Tulungagung. Hubungan signifikansi yang diberikan adalah kecil, dilihat dari nilai *R square* sebesar 31,2% sedangkan sisanya 68,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang

⁸ Yenny Yuniarti, Pengaruh Kelompok..., hal 09-18.

⁹ Haryogi Widya Prakoso, Pengaruh Kualitas Produk..., hal 262-279.

¹⁰ Ayu Setia Mauliddini, *Pengaruh Religiusita...*, hal 155

¹¹ Elsa Wilna, Pengaruh Promosi dan Kelompok Referensi ..., Vol. 4, No. 2.

tidak digunakan dalam penelitian seperti faktor kebutuhan, motivasi, budaya karakteristik demografi, dan lain-lain.

Keputusan nasabah menabung di Bank Mandiri Syariah Cabang Tulungagung dipengaruhi oleh tiga faktor utama yaitu: strategi pemasaran, perbedaan individu, dan faktor lingkungan.¹² Pemahaman yang baik mengenai proses keputusan nasabah akan memiliki dampak terhadap perumusan strategi pemasaran yang lebih baik bagi Bank Syariah Mandiri Cabang Tulungagung. Seperti halnya meningkatkan keputusan nasabah menabung dapat dilihat dari perbedaan individu salah satunya pengetahuan nasabah. Pengetahuan nasabah merupakan semua informasi yang dimiliki nasabah mengenai berbagai macam produk serta pengetahuan lainnya yang ada di perusahaan.¹³

Sealin itu, faktor lingkungan dari kelompok acuan juga salah satu faktor yang dapat meningkatkan keputusan nasabah untuk menabung. Kelompok acuan digunakan oleh seseorang sebagai dasar untuk perbandingan atau sebuah referensi dalam membentuk respon pengetahuan dan perilaku. Kelompok acuan berfungsi sebagai referensi bagi seseorang dalam keputusan pembelian.¹⁴ Kelompok acuan akan mempengaruhi seseorang itu agar mau menjadi nasabah tabungan bank tersebut dan sebaliknya jika kelompok acuan tidak merasa puas akan bank tersebut maka mereka akan mempengaruhi dengan memberi informasi yang negatif agar seseorang itu tidak memilih produk tabungan yang ada di bank tersebut. Jadi dengan demikian untuk

¹² Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen...*, hal 10

¹³ *Ibid.*, hal 147

¹⁴ *Ibid.*, hal 305

tercapainya keputusan nasabah untuk menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Tulungagung bertambah dengan mengoptimalkan strategi pemasaran dan mengoptimalkan pelayanannya dengan memperhatikan pengetahuan nasabah dan kelompok acuan supaya dapat mencapai hasil yang diharapkan.