

## BAB V

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Analisis Deskriptif

##### 1. Deskripsi Pengumpulan Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan data hasil penyebaran kuesioner kepada 100 orang responden masyarakat di Kota Padang Panjang yang sudah memasuki usia menabung. Kuesioner dibagikan sendiri oleh peneliti dan pengisian dilakukan saat itu juga. Setelah kuesioner dikembalikan dilakukan pengecekan kelengkapannya sehingga terkumpul seluruhnya dan layak untuk dianalisis karena telah diisi secara lengkap.

##### 2. Profil Responden

Profil responden dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, status, umur, pendidikan, pekerjaan dan penghasilan. Berikut disajikan profil responden yang digunakan dalam penelitian.

Tabel 5.1 Profil Responden

Identitas	Kategori	Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	49	49,0
	Perempuan	51	51,0
Pekerjaan	Pelajar/mahasiswa	19	19,0
	Pegawai negeri	4	4,0
	Karyawan swasta	21	21,0
	Wiraswasta	28	28,0
	Pedagang	13	13,0
	Lain-lain	15	15,0
Umur	18 - 25 tahun	35	35,0
	26 - 35 tahun	21	21,0
	36 - 46 tahun	44	44,0
Pendidikan	SMA	64	64,0
	S1	30	30,0
	S2	6	6,0
	S3	-	0
Penghasilan	< Rp 1.000.000	14	14,0
	Rp 1.000.000 - Rp 5.000.000	45	45,0
	Rp 5.000.000 – Rp 10.000.000	33	33,0
	> Rp 10.000.000	8	8,0

Sumber : Data primer yang diolah

Tabel 5.1 menunjukkan bahwa kebanyakan responden berjenis kelamin perempuan sebesar 51%. Pekerjaan responden kebanyakan wiraswasta sebesar 28%. Persentase terbesar umur responden berkisar 36-46 tahun sebesar 44%. Pendidikan sebagian besar responden adalah SMA sebesar 64%. Penghasilan sebagian besar responden antara Rp 1.000.000-Rp 5.000.000 sebesar 45%.

## B. Uji Kualitas Instrumen

### 1. Uji Validitas

Uji validitas menggunakan rumus korelasi *product moment* dari pearson. Butir pertanyaan dinyatakan valid apabila memiliki nilai signifikansi kurang dari 5%. Hasil uji validitas disajikan pada tabel berikut:

Tabel 5.2 Hasil Uji Validitas

Variabel	Butir	Sig	Keterangan
Pengetahuan nasabah	1	0,000	Valid
	2	0,000	Valid
	3	0,000	Valid
	4	0,000	Valid
Pelayanan bank syariah	1	0,000	Valid
	2	0,000	Valid
	3	0,000	Valid
	4	0,000	Valid
Lokasi bank syariah	1	0,000	Valid
	2	0,000	Valid
	3	0,000	Valid
	4	0,000	Valid
Produk bank syariah	1	0,000	Valid
	2	0,000	Valid
	3	0,000	Valid
	4	0,000	Valid
Minat menabung	1	0,000	Valid
	2	0,000	Valid
	3	0,000	Valid
	4	0,000	Valid

Sumber : Hasil analisis data

Tabel 5.2 menunjukkan bahwa korelasi antara skor butir dan skor total memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti seluruh butir pertanyaan pada masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian adalah valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Jawaban responden terhadap pertanyaan dikatakan reliabel jika masing-masing pertanyaan dijawab secara konsisten atau jawaban tidak boleh acak oleh karena masing-masing pertanyaan hendaknya mengukur hal yang sama. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan *Cronbach's Alpha*, suatu instrumen dikatakan reliabel atau andal apabila nilai koefisien *Cronbach's Alpha* sama dengan atau lebih besar dari 0,6.

Hasil uji reliabilitas dapat dilihat dalam tabel di bawah ini :

Tabel 5.3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel/Dimensi	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Pengetahuan nasabah	0,640	Reliabel
Pelayanan bank syariah	0,621	Reliabel
Lokasi bank syariah	0,617	Reliabel
Produk bank syariah	0,771	Reliabel
Minat menabung	0,753	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah

Tabel 5.3 menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6. Hal ini berarti alat ukur yang digunakan dalam penelitian adalah reliabel.

## C. Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Normalitas

Hasil uji normalitas menggunakan metode uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* (KS) disajikan pada tabel berikut:

Tabel 5.4. Hasil Uji Normalitas

	Z	Asymp-sig	Keterangan
<i>One Sample KS</i>	0,763	0,650	Data berdistribusi normal

Sumber: Hasil olah data.

Nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* yang diperoleh pada Tabel 5.4 sebesar  $0,650 > 0,05$ , berarti data berdistribusi normal. Hasil ini menunjukkan data empiric yang didapatkan dari lapangan dapat dipakai dalam statistic parametric (inferensial).

## 2. Uji Multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas menggunakan metode *variance inflation factor* (VIF) disajikan pada Tabel 5.5.

Tabel 5.5. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel bebas	Collinearity Statistics		Kesimpulan
	Tolerance	VIF	
Pengetahuan nasabah (X1)	0,664	1,506	Non multikolinearitas
Pelayanan bank syariah (X2)	0,596	1,677	Non multikolinearitas
Lokasi bank syariah (X3)	0,808	1,237	Non multikolinearitas
Produk bank syariah (X4)	0,710	1,409	Non multikolinearitas

Sumber: Hasil olah data.

Tabel 5.5 memperlihatkan tidak ada satupun variabel bebas yang memiliki nilai *tolerance* kurang dari 0,1. Nilai *variance inflation factor* (VIF) pada masing-masing variabel bebas tidak ada yang lebih dari 10. Jadi dapat disimpulkan model regresi tidak terjadi multikolinearitas. Hal ini menunjukkan model regresi tidak terjadi korelasi antar variabel bebas sehingga model regresi tidak bias.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Ringkasan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan uji Park disajikan pada tabel berikut:

Tabel 5.6. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel terikat	Variabel bebas	Sig.t	Keterangan
Abse	Pengetahuan nasabah (X1)	0,342	Non heteroskedastisitas
	Pelayanan bank syariah (X2)	0,978	Non heteroskedastisitas
	Lokasi bank syariah (X3)	0,664	Non heteroskedastisitas
	Produk bank syariah (X4)	0,075	Non heteroskedastisitas

Sumber: Hasil olah data.

Tabel 5.6 menunjukkan tidak ada satupun variabel bebas yang signifikan secara statistik mempengaruhi variabel terikat (Abse). Hal ini terlihat dari nilai sig.  $t > 0,05$ . Jadi dapat disimpulkan model regresi tidak menunjukkan adanya heteroskedastisitas. Hal ini menunjukkan model regresi tidak terdapat ketidaksamaan varians residual yang dapat menyebabkan model regresi tidak efisien, juga mengakibatkan penggunaan metode kemungkinan maksimum dalam mengestimasi parameter (koefisien) regresi akan terganggu.

## D. Uji Hipotesis dan Analisis Data

### 1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pengetahuan nasabah (X1), pelayanan bank syariah (X2), Lokasi bank syariah (X3), dan produk bank syariah (X4) terhadap minat menabung (Y). Ringkasan hasil perhitungan regresi berganda sebagai berikut :

Tabel 5.7. Ringkasan Hasil Perhitungan Regresi

Variabel Penjelas	Keofisien	t hitung	Sig.	Keterangan
Pengetahuan nasabah (X1)	0,225	2,234	0,028*	Signifikan
Pelayanan bank syariah (X2)	0,301	2,402	0,018*	Signifikan
Lokasi bank syariah (X3)	0,232	2,179	0,032*	Signifikan
Produk bank syariah (X4)	0,212	2,240	0,027*	Signifikan
R-square	0,418			Signifikan
F-stat	17,024			
Sig	0,000**			

Hasil perhitungan di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- a. Koefisien pengetahuan nasabah positif sebesar 0,225, artinya pengetahuan masyarakat Kota Padangpanjang tentang bank syariah mempunyai pengaruh positif terhadap minat menabung. Hal ini berarti jika pengetahuan ditingkatkan maka akan meningkatkan minat menabung di bank syariah.
- b. Koefisien pelayanan bank syariah positif sebesar 0,301, artinya pelayanan yang diberikan bank syariah Kota Padangpanjang mempunyai pengaruh positif terhadap minat menabung. Hal ini berarti jika pelayanan ditingkatkan maka akan meningkatkan minat menabung di bank syariah.
- c. Koefisien lokasi bank syariah positif sebesar 0,232, artinya penentuan lokasi bank syariah di Kota Padangpanjang yang strategis mempunyai pengaruh positif terhadap minat menabung. Hal ini berarti jika lokasi bank syariah strategis maka akan meningkatkan minat menabung di bank syariah.
- d. Koefisien produk bank syariah positif sebesar 0,212, artinya bervariasinya produk bank syariah Kota Padangpanjang mempunyai pengaruh positif terhadap minat menabung. Hal ini berarti jika produk semakin bervariasi maka akan meningkatkan minat menabung di bank syariah.

## **2. Analisis Koefisien Determinasi**

Koefisien determinasi (*R-square*) berguna untuk mengukur besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil perhitungan pada Tabel 5.7 diperoleh nilai *R-Square* sebesar 0,418, berarti variabel pengetahuan nasabah, pelayanan bank syariah, lokasi bank syariah, dan produk bank syariah mampu menjelaskan variasi minat menabung di bank syariah Kota Padangpanjang sebesar 41,8%. Sedangkan sisanya sebesar 58,2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian, seperti kualitas pelayanan, citra merek, dan sebagainya.

## **3. Uji F**

Uji F dilakukan untuk melihat signifikansi dari pengaruh pengetahuan nasabah, pelayanan bank syariah, lokasi bank syariah, dan produk bank syariah secara simultan terhadap minat menabung di bank syariah Kota Padangpanjang.

Hasil perhitungan pada Tabel 5.7 diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , berarti variabel-variabel pengetahuan nasabah, pelayanan bank syariah, lokasi bank syariah, dan produk bank syariah secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah Kota Padangpanjang.

## **4. Uji t**

Uji t dilakukan untuk melihat signifikansi dari pengaruh variabel-variabel pengetahuan nasabah, pelayanan bank syariah, lokasi bank syariah, dan produk bank syariah secara parsial terhadap variabel dependen (minat menabung di bank syariah Kota Padangpanjang).

a. Pengujian terhadap variabel pengetahuan nasabah

Hasil pengujian pada Tabel 5.7 diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,028 < 0,05$ , berarti pengetahuan nasabah berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah Kota Padangpanjang. Hipotesis 1 terbukti/didukung.

b. Pengujian terhadap variabel pelayanan bank syariah

Hasil pengujian pada Tabel 5.7 diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,018 < 0,05$ , berarti pelayanan bank syariah berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah Kota Padangpanjang. Hipotesis 2 terbukti/didukung.

c. Pengujian terhadap variabel lokasi bank syariah

Hasil pengujian pada Tabel 5.7 diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,032 < 0,05$ , berarti lokasi bank syariah berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah Kota Padangpanjang. Hipotesis 3 terbukti/didukung.

d. Pengujian terhadap variabel produk bank syariah

Hasil pengujian pada Tabel 5.7 diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,027 < 0,05$ , berarti produk bank syariah berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah Kota Padangpanjang. Hipotesis 4 terbukti/didukung.

## **E. Pembahasan**

### **1. Pengaruh pengetahuan nasabah terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah**

Pada hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor pengetahuan nasabah berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat masyarakat untuk menabung di bank syariah. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang menyatakan bahwa pengetahuan nasabah berpengaruh signifikan terhadap minat menabung.

Pengetahuan nasabah adalah semua informasi yang dimiliki nasabah mengenai berbagai macam produk dan jasa bank syariah, serta pengetahuan lainnya yang berkaitan dengan bank syariah. Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan melalui kuesioner, menunjukkan bahwa pengetahuan masyarakat mengenai perbankan syariah masih amat terbatas dan kurang. Karena minimnya pengetahuan yang masyarakat miliki sehingga masyarakat lebih memilih menggunakan jasa perbankan konvensional.

Pengambilan keputusan konsumen untuk menggunakan suatu produk jasa selalu diawali dengan adanya informasi yang dimiliki oleh konsumen mengenai jasa tersebut. Namun informasi bank syariah jarang sekali ditemukan baik itu iklan-iklan atau promosi di media elektronik maupun iklan-iklan di media cetak yang tentunya bertujuan untuk memberikan informasi tentang keberadaan perbankan syariah dengan segala produk, konsep dan sistem yang ia miliki. Hal ini menjadi suatu masalah yang sangat serius dimana disaat terjadinya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat pesat di seluruh dunia termasuk di Indonesia kita jarang sekali menemukan informasi-informasi tentang perbankan syariah yang bisa memberikan edukasi untuk pengetahuan dan pemahaman masyarakat tentang perbankan syariah.

Sehingga kurangnya minat masyarakat untuk menggunakan jasa perbankan syariah terjadi karena pengetahuan masyarakat tentang bank syariah yang juga kurang. Oleh karena itu edukasi publik dan sosialisasi tentang perbankan syariah tentunya perlu kita tingkatkan untuk menambah pengetahuan masyarakat tentang perbankan syariah, baik itu produk, mekanisme maupun konsepnya agar masyarakat semakin berminat menabung di bank syariah.

## 2. Pengaruh pelayanan bank syariah terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan bank syariah berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat masyarakat untuk menabung di bank syariah.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang menyatakan bahwa pelayanan bank syariah berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah.

Pelayanan bank kepada nasabah merupakan upaya bank untuk memberikan pelayanan terbaik, sehingga masyarakat tertarik untuk melakukan kegiatan transaksi dengan bank syariah, dan pada akhirnya akan tercipta nasabah yang loyal terhadap bank. Dengan pelayanan yang memadai akan memberikan ketertarikan kepada masyarakat untuk menabung di bank syariah. Dalam bisnis jasa, sikap dan layanan karyawan merupakan elemen krusial yang berpengaruh signifikan terhadap kualitas jasa yang dihasilkan dan dipersepsikan pelanggan. Bila elemen tersebut diabaikan atau bahkan sengaja dilupakan, maka dalam waktu yang tidak terlalu lama penyedia jasa yang bersangkutan akan kehilangan banyak pelanggan lama dan dijauhi oleh calon pelanggan. Pelanggan akan beralih ke penyedia jasa lainnya yang lebih mampu memahami kebutuhan spesifik pelanggan dan memberikan layanan yang baik.

Menurut Lovelock dan Tiptomo (2000) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan merupakan tingkat kondisi baik buruknya sajian yang diberikan oleh perusahaan jasa dalam rangka memuaskan konsumen dengan memberikan atau menyampaikan jasa yang melebihi harapan konsumen. Realita di lapangan menunjukkan bahwa pelayanan bank syariah belum secanggih dan semodern bank konvensional, sehingga minat masyarakat untuk menggunakan jasa perbankan syariah masih kurang. Kurangnya minat masyarakat menabung di bank syariah tentunya dipengaruhi oleh pelayanan bank syariah yang masih kurang memadai, dan masih rendah tersebut.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Fitra Zulfi Taufan Jaza (2014) yang mengemukakan bahwa faktor-faktor yang menyebabkan mahasiswa tidak menabung di bank syariah karena pelayanan yang kurang memuaskan. Selain itu,

pelayanan-pelayanan perbankan syariah yang seharusnya menjadi perhatian khusus seperti pengadaan mesin ATM belum terlalu menjadi prioritas, hal ini sesuai dengan realita di lapangan yang mana sulit untuk menemukan ATM bank syariah, sehingga untuk mendapatkan layanan ATM bank syariah masyarakat masih harus menggunakan ATM bank konvensional dan tentunya dikenakan potongan jasa yang tinggi. Sedangkan untuk mengakses layanan ATM bank syariah masyarakat harus pergi ke kantor-kantor cabang. Ini tentunya hal yang harus diperhatikan oleh bank syariah dimana disaat persaingan tingkat pelayanan perbankan meningkat, bahkan sudah memasuki era persaingan perbankan digital, yang memprioritaskan pelayanan cepat dan mudah di akses dimana-mana, akan tetapi bank syariah masih begitu jauh tertinggal di bidang pelayanan.

### 3. Pengaruh lokasi bank syariah terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor lokasi bank syariah berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah. Ini sesuai dengan hipotesis yang menyatakan bahwa lokasi bank syariah berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah.

Pemilihan lokasi mempunyai sifat yang strategis karena ikut menentukan tercapainya badan usaha. Menurut Kotler (2002) salah satu kunci suksesnya usaha adalah lokasi. Lokasi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

Masyarakat belum tertarik menabung di bank syariah karena lokasi bank syariah yang jauh dari tempat tinggal masyarakat. Oleh karena itu kedekatan kantor bank syariah dengan pemukiman masyarakat harus menjadi pertimbangan bank syariah, karena masyarakat cenderung lebih memilih menabung di bank yang dekat dengan tempat tinggal mereka.

Penentuan lokasi suatu bank merupakan salah satu kebijakan yang sangat penting. Lokasi bank yang strategis memberikan kemudahan bagi nasabah dalam bertransaksi dengan bank. Lokasi bank yang strategis juga perlu didukung dengan layout ruangan yang baik dan benar agar menambah kenyamanan nasabah dalam berhubungan dengan bank. Lokasi bank yang baik dan strategis hendaklah memenuhi pertimbangan-pertimbangan yang umum dilakukan seperti: dekat dengan pasar, dekat dengan konsumen, dekat dengan perumahan, dekat dengan perkantoran, dekat dengan industri dan sikap masyarakat. Hal-hal tersebut tentu sangat penting untuk diperhatikan dalam menentukan lokasi bank syariah karena jika hal tersebut tidak dipertimbangkan maka akan berdampak pada perkembangan bank syariah sendiri.

#### 4. Pengaruh produk bank syariah terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor produk bank syariah berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah. Ini sesuai dengan hipotesis yang menyatakan bahwa produk bank syariah berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah.

Setiap perusahaan akan berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan menyediakan produk yang ada. Produk merupakan suatu sifat yang kompleks baik yang dapat diraba maupun yang tidak dapat diraba termasuk bungkus, warna, harga yang diterima oleh pembeli untuk memuaskan keinginan dan kebutuhannya. Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang meliputi mutu/kualitas, pilihan yang ada (options), merek, ukuran, jenis dan jaminan.

Terkait dengan produk bank syariah saat ini, produk bank syariah menjadi salah satu hal yang menjadi kendala perkembangan bank syariah yang masih sangat terbatas, sementara untuk mengembangkan perbankan syariah untuk menjadi pemain yang

unggul, dan berperan signifikan di Indonesia, bank syariah harus memiliki produk-produk yang inovatif yang makin beragam agar bisa berkembang dengan baik. Upaya ini mutlak dilakukan karena bank syariah akhir-akhir ini mengalami perlambatan pertumbuhan bahkan penurunan market share dibandingkan bank konvensional.

Agar produk yang dibuat laku dipasaran, maka penciptaan produk haruslah memperhatikan tingkat kualitas yang sesuai dengan keinginan nasabahnya. Produk yang berkualitas tinggi artinya memiliki nilai yang lebih baik dibandingkan dengan produk lain atau produk pesaing (produk plus). Bagi dunia perbankan produk plus harus selalu diciptakan setiap waktu agar dapat menarik minat calon nasabah yang baru dan mempertahankan nasabah yang sudah ada.

Oleh karena itu inovasi dan pengembangan produk baru harus selalu dilakukan oleh bank syariah agar mampu bersaing dengan produk-produk bank konvensional. Untuk produk tabungan misalnya, jika dilihat jenis dan jumlah produk tabungan bank syariah dan jenis serta jumlah produk bank konvensional maka akan terlihat bahwa bank syariah masih tertinggal dari segi jenis dan jumlah produk. Seperti di BRI Syariah yang produk tabungannya baru mencapai 3 produk, sedangkan BRI konvensional sudah mempunyai 10 produk tabungan yang berbeda. Begitu pula di BNI syariah yang masih tertinggal jumlah produk tabungan yang dimiliki dari jumlah produk tabungan BNI Konvensional. Hal ini tentu harus menjadi perhatian khusus bank syariah jika benar-benar ingin bersaing dengan bank konvensional terutama dalam menjaring nasabah untuk menabung.

