

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan hasil dari analisis data yang sudah dilakukan berdasarkan dengan metode penelitian yang telah diuraikan dalam bab sebelumnya. Pembahasan dalam bab ini diawali dengan penjelasan terkait data demografi dari responden penelitian. Kemudian, selanjutnya pembahasan hasil pengolahan serta analisis data, dan diakhiri dengan kesimpulan yang diperoleh dari analisis data yang sudah dilakukan.

A. Gambaran Umum Tentang Bank Bni Syariah Kantor Cabang Yogyakarta

1. Sejarah Tentang BNI Syariah

Tempaan krisis moneter tahun 1997 membuktikan ketangguhan sistem perbankan syariah. Prinsip Syariah dengan 3 (tiga) pilarnya yaitu adil, transparan dan maslahat mampu menjawab kebutuhan masyarakat terhadap sistem perbankan yang lebih adil. Dengan berlandaskan pada Undang-undang No.10 Tahun 1998, pada tanggal tanggal 29 April 2000 didirikan Unit Usaha Syariah (UUS) BNI dengan 5 kantor cabang di Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara dan Banjarmasin. Selanjutnya UUS BNI terus berkembang menjadi 28 Kantor Cabang dan 31 Kantor Cabang Pembantu.

Disamping itu nasabah juga dapat menikmati layanan syariah di Kantor Cabang BNI Konvensional (*office channelling*) dengan lebih kurang 1500 outlet yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Di dalam pelaksanaan operasional perbankan, BNI Syariah tetap memperhatikan kepatuhan terhadap aspek syariah. Dengan Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang saat ini diketuai oleh KH.Ma'ruf Amin, semua produk BNI Syariah telah melalui pengujian dari DPS sehingga telah memenuhi aturan syariah.⁴⁰

⁴⁰ /www.bnisyariah.co.id

Berdasarkan Keputusan Gubernur Bank Indonesia Nomor 12/41/KEP.GBI/2010 tanggal 21 Mei 2010 mengenai pemberian izin usaha kepada PT Bank BNI Syariah. Dan di dalam Corporate Plan UUS BNI tahun 2003 ditetapkan bahwa status UUS bersifat temporer dan akan dilakukan *spin off* tahun 2009. Rencana tersebut terlaksana pada tanggal 19 Juni 2010 dengan beroperasinya BNI Syariah sebagai Bank Umum Syariah (BUS). Realisasi waktu *spin off* bulan Juni 2010 tidak terlepas dari faktor eksternal berupa aspek regulasi yang kondusif yaitu dengan diterbitkannya UU No.19 tahun 2008 tentang Surat Berharga Syariah Negara (SBSN) dan UU No.21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah

Disamping itu, komitmen Pemerintah terhadap pengembangan perbankan syariah semakin kuat dan kesadaran terhadap keunggulan produk perbankan syariah juga semakin meningkat. Pada Juni 2014 jumlah cabang BNI Syariah mencapai 65 Kantor Cabang, 161 Kantor Cabang Pembantu, 17 Kantor Kas, 22 Mobil Layanan Gerak dan 20 *Payment Point*.

a. Visi Dan Misi Bank BNI Syariah

- 1) Visi BNI Syariah adalah menjadi bank syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja
- 2) Misi Bank BNI Syariah
 - a) Memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan peduli pada kelestarian lingkungan
 - b) Memberikan solusi bagi masyarakat untuk kebutuhan jasa perbankan syariah.
 - c) Memberikan nilai investasi yang optimal bagi investor
 - d) Menciptakan wahana terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi bagi pegawai sebagai perwujudan ibadah.

e) Menjadi acuan tata kelola perusahaan yang amanah.⁴¹

⁴¹ /www.bnisyariah.co.id

b. Struktur Organisasi

B. Hasil Penyebaran Kuesioner

Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan survey menggunakan lembar kuesioner yang di bagikan langsung kepada nasabah Bank BNI Syariah Cabang Yogyakarta yang sedang berada di bank tersebut. Kuesioner yang digunakan adalah kuisisioner yang di buat sendiri oleh penulis dengan merumuskan dengan indicator indikator yang ada dalam definisi operasional yang telah di jelaskan pada bab sebelumnya. Jumlah dari keseluruhan item pernyataan pada kuesioner yaitu sebanyak 39 item pernyataan, yang diantaranya terdiri dari 8 item pernyataan mengenai keputusan menjadi nasabah bank syariah, 13 item pernyataan mengenai bagi hasil , 10 item pernyataan mengenai kualitas pelayanan, 5 item pernyataan mengenai kelompok referensi dan 3 item pernyataan mengenai motivasi.

Kuisisioner yang di sebarakan oleh peneliti sebanyak 100 kuisisioner yang di sebarakan langsung kepada nasabah Bank BNI Syariah Cabang Yogyakarta. Peneliti melakukan penelitian di Bank BNI Syariah Cabang Yogyakarta setelah mendapat izin dan persetujuan dari pihak bank. Penyebaran kuisisioner di lakukan oleh peneliti dengan cara memberikan kertas yang berisi pertanyaan pertanyaan terkait penelitian tersebut dan memberikan kebebasan kepada responden untuk menjawab semua pertanyaan yang di ajukan dalam kuisisioner tersebut tanpa ada tekanan dari pihak manapun. Penyebaraan di lakukan selama 4 hari yaitu pada tanggal 25 Juni 2018 hingga 28 Juni 2018.

C. Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, alamat, usia, tingkat pendidikan, pekerjaan, pendapatan perbulan, jenis produk perbankan yang di gunakan. Penjelasan karakteristik responden pada penelitian ini yaitu

sebagai berikut

1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin :

Pada tabel di bawah ini menunjukkan bahwa total jumlah nasabah yang menjadi responden dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yang terdiri dari 58% berjenis kelamin laki laki dan sisanya 42% berjenis kelamin perempuan.

Tabel 4. 1
Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-Laki	58	58%
Perempuan	42	42%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer, 2018

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat

Pada tabel di bawah ini menunjukkan alamat tinggal responden nasabah bank syariah yang ada di Yogyakarta. Sebagian besar berdomisili di Kota dan Sleman dengan jumlah 40 % berdomisili di Kota, 30% berdomisili di Sleman dan sisanya berdomisili di Bantul, Gunungkidul, Kulon Progo dengan jumlah presentase sebanyak 16% berdomisili di Bantul, 9% berdomisili di Gunung Kidul, dan 5% berdomisili di Kulon Progo.

Tabel 4. 2
Karakteristik Berdasarkan Alamat Responden

Alamat	Jumlah	Presentase
Bantul	16	16%
Gunungkidul	9	9%
Kulonprogo	5	5%
Kota	40	40%
Sleman	30	30%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer, 2018

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Pada tabel di bawah ini menunjukkan bahwa terdapat 25% nasabah dengan umur 17 sampai dengan 26 tahun, 36% nasabah dengan umur 27 sampai dengan 36 tahun, 29 % responden dengan umur 37 sampai dengan 46 tahun dan 10% responden dengan umur lebih dari 46 tahun

Tabel 4. 3
Karakteristik Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Presentase
1 - 26 Tahun	25	25%
27 - 36 Tahun	36	36%
37 - 46 Tahun	29	29%
> 46 Tahun	10	10%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer, 2018

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pada tabel di bawah ini menunjukkan bahwa sebanyak 21% berpendidikan sma sederajat, 18% berpendidikan diploma, 44% berpendidikan S1 dan 17% berpendidikan S2.

Tabel 4. 4
Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Jumlah	Presentase
Sma / Sederajat	21	21%
Diploma	18	18%
S1	44	44%
S2	17	17%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer, 2018

5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pada tabel di bawah ini menunjukkan bahwa 22% responden adalah mahasiswa, 14 % responden adalah pegawai swasta, 10% adalah pensiunan, 26% adalah pns/militer, dan 28% adalah pengusaha.

Tabel 4. 5
Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Presentase
Pealajar / Mahasiswa	12	12%
Pegawai Swasta	14	14%
Pensiunan	10	10%
Pegawai Negri Sipil	26	26%
Pengusaha	28	28%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer, 2018

6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan

Pada table di bawah ini menunjukkan bahwa 19% responden memiliki pendapatan 1sampai dengan 2 juta perbulan, 32% memiliki pendapatan 2 sampai dengan 3 juta perbulan, 30% memiliki pendapatan 3 sampai 5 juta perbulan, dan 19% memiliki pendapatan lebih dari 5 juta.

Tabel 4. 6
Karakteristik Berdassarkan Pendapatan Perbulan

Pendapatan Perbulan	Jumlah	Presentase
1 - 2	19	19%
2 - 3	32	32%
3 - 5	30	30%
>5	19	19%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer, 2018

7. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Produk Yang Di Gunakan

Pada table 4.7 di bawah ini menunjukkan bahwa 11 % responden menggunakan produk giro wadiah, 71% menggunakan produk tabungan *mudharabah/wadiah*, 8% menggunakan produk deposito *mudharabah*, dan 10% menggunakan produk tabungan haji *mudharabah*.

Tabel 4. 7
Karakteristik Berdasarkan Produk Yang Di Gunakan

Jenis Produk	Jumlah	Presentase
Giro Wadiah	11	11%
Tabungan <i>Mudharabah/Wadiah</i>	71	71%
Deposito	8	8%
Tabungan Haji	10	10%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer, 2018

D. Uji Validitas

Instrument bisa dikatakan valid jika instrument tersebut bisa mengukur yang seharusnya diukur . Pada penelitian ini uji validitas menggunakan metode *convergent validity* dan *discriminant validity* dengan bantuan SmartPLS 3.0. Berdasarkan metode penelitian yang sudah dijelaskan pada Bab 3, sebelum selanjutnya melakukan analisis data, maka langkah pertama yang dilakukan yaitu melakukan uji kualitas instrument yakni uji validitas dan uji reliabilitas.⁴²

1. Pengujian Model Pengukuran (*Outer Model*)

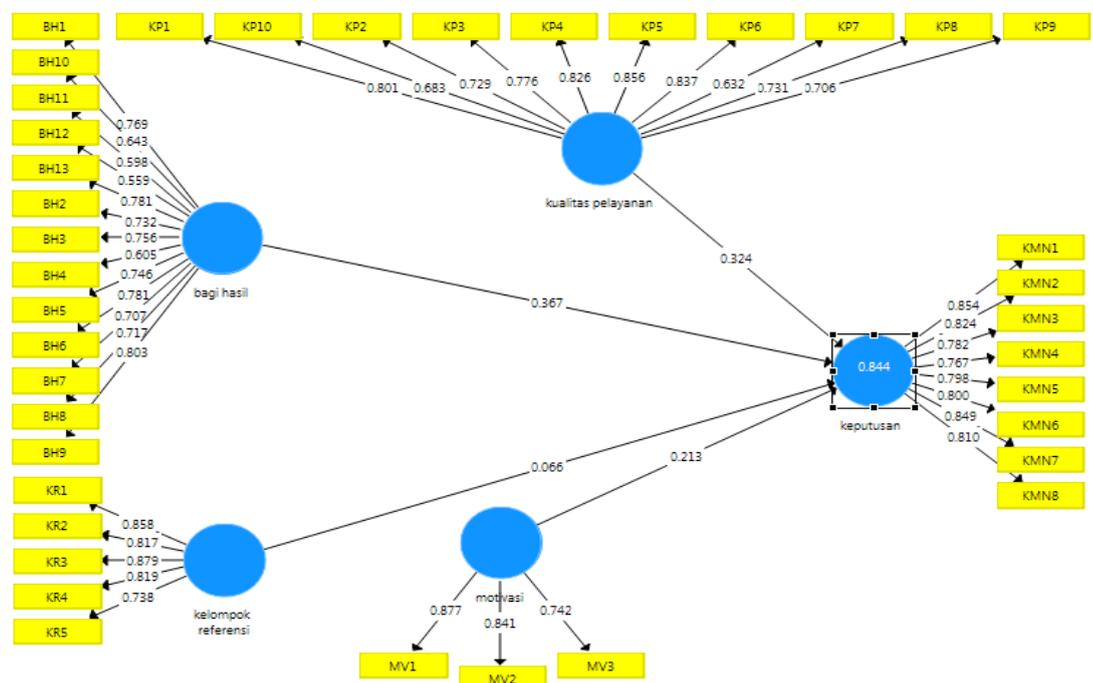
Analisa outer model dilakukan untuk memastikan bahwa *measurement* (model pengukuran) yang digunakan layak untuk dijadikan pengukuran (valid dan reliable). Analisa Outer Model ini untuk mengetahui hubungan antar variabel laten

⁴² Haryono, Siswoyo, 2017, “*Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen dengan AMOS Lisrel PLS*”. Cetakan I. Penerbit Luxima Metro Media, Jakarta. Hal 394, 405.

dengan indikator-indikatornya, atau dapat dikatakan bahwa outer model mendefinisikan bagaimana setiap indikator berhubungan dengan variabel latennya.

Tiga kriteria pengukuran digunakan dalam teknik analisa data menggunakan SmartPLS untuk menilai model. Tiga pengukuran itu adalah *Convergent validity*, *Composite reliability*, dan *Discriminant validity*.

Adapun model pengukuran untuk uji validitas bisa dilihat pada gambar 4.1



Sumber: Data Primer, 2018

Gambar 4. 1
Model Pengukuran Uji Validitas

a. Validitas Konvergen (*Convergent validity*)

Nilai *convergen validity* adalah nilai loading faktor pada variabel laten dengan indikator-indikatornya. Nilai *convergent validity* digunakan untuk mengetahui validitas suatu kosntruk. Indikator dikatakan valid jika nilai Factor loading di atas 0,5 (nilai *Original Sample*), dan nilai probabilitas (*P values*) di

bawah 0,05.⁴³ Pada penelitian ini, terdapat 5 variabel dengan total 39 indikator. Indikator tersebut diantaranya 8 indikator untuk keputusan menjadi nasabah, 13 indikator untuk kualitas pelayanan, 10 indikator untuk bagi hasil, 5 indikator untuk kelompok referensi, dan 3 indikator untuk motivasi. Berdasarkan keterangan gambar diatas, maka dapat peneliti jelaskan sebagai berikut:

- 1) Konstruk atau varibel keputusan menjadi nasabah di ukur dengan indicator K1-K8 Semua indikator mempunyai *loading factor* diatas 0,5 yakni, KMN1 0,854, KMN2 0,824, KMN3 0,782, KMN4 0,767, KMN5 0,798, KM6 0,800, KMN7 0,849, dan KMN8 0,810
- 2) Konstruk atau varibel bagi hasil ukur dengan indicator BH1 - BH13 Semua indikator mempunyai *loading factor* diatas 0,5 yakni, BH1 0,769, BH2 0,732, BH3 0,756, BH4 0,605, BH5 0,746, BH6 0,781, BH7 0,707, BH8 0,717, BH9 0,803, BH10 0,643, BH11 0,598, BH12 0,559, dan BH13 0,781
- 3) Konstruk atau varibel kualitas pelayanan di ukur dengan indicator KP1 – KP10 Semua indikator mempunyai *loading factor* diatas 0,5 yakni, KP1 0,801, KP2 0,729, KP3 0,776, KP4 0,826, KP5 0,856, KP6 0,837, KP7 0,632, KP8 0,731, KP9 0,706, dan KP10 0,683
- 4) Konstruk atau varibel kelompok referensi ukur dengan indicator KR1 – KR5 Semua indikator mempunyai *loading factor* diatas 0,5 yakni, KR1 0,858, KR2 0,817, KR3 0,879, KR4 0,819, dan KR5 0,738

⁴³ Haryono, Siswoyo, 2017, “*Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen dengan AMOS Lisrel PLS*”. Cetakan I. Penerbit Luxima Metro Media, Jakarta. Hal 394, 405.

- 5) Konstruk atau varibel motivasi diukur dengan indicator MV1 – MV3
Semua indikator mempunyai *loading factor* diatas 0,5 yakni, MV1 0,877,
MV2 0,841, dan MV3 0,742

Selain itu, yang di gunakan peneliti untuk melihat *convergent validity* adalah dengan melihat nilai *average Variance Extracted* (AVE) yang di syartkan bahwa model penelitian yang baik adalah bila nilai AVE masing-masing konstruk nilainya $> 0,5$. Paada table di bawah ini dapat di lihat bahwa nilai rata rata AVE pada seluruh variabel adalah di $>0,5$. Hal ini berarti bahwa seluruh kelima varibel telah memnuhi syarat untuk menjadi model penelitian yang baik. Pada tabel di bawah ini dapat di lihat bahwa b nilai AVE untuk seluruh variabel pada penelitian ini yakni $> 0,5$. Keputusan menjadi nasabah 0,658, bagi hasil 0,506, kualitas pelayanan 0,579, kelompok referensi 0,678, dan motivasi 0,676. Hal ini berarti bahwa keempat variabel tersebut telah memenuhi syarat dan dinyatakan sebagai model yang baik.

Tabel 4. 8
Average Variance Extracted (AVE)

Konstruk	AVE
Bagi hasil (X1)	0.506
Kelompok Referensi (X3)	0.678
Keputusan (Y)	0.658
Kualitas pelayanan (X2)	0.579
Motivasi (X4)	0.676

Sumber: Data Primer, 2018

Berdasarkan penjelasan tabel diatas, maka dapat disimpulkan bahwa setiap indikator pada penelitian ini telah dinyatakan valid dan data pada

penelitian ini dapat diolah secara lebih lanjut karena telah memenuhi *convergent validity*.

b. Validitas Diskriminan (*Discriminan validity*)

Discriminan validity merupakan nilai *cross loading* faktor yang berguna untuk mengetahui apakah konstruk memiliki diskriminan yang memadai atau tidak.

Tabel 4. 9
Dicriminant Validity

Discriminant Validity					
	Bagi Hasil (X1)	Kelompok Referensi (X3)	Keputusan (Y)	Kualitas Pelayanan (X2)	Motivasi (X4)
Bagi Hasil (X1)	0.712				
Kelompok Referensi (X3)	0.801	0.824			
Keputusan (Y)	0.869	0.835	0.811		
Kualitas Pelayanan (X2)	0.840	0.899	0.881	0.761	
Motivasi (X4)	0.826	0.861	0.861	0.887	0.822

Sumber: Data Primer, 2018

Dari tabel disajikan yang diatas maka bisa dilihat bahwa nilai akar kuadrat dari AVE yaitu 0,712, 0,824, 0,811, 0,761 dan 0,822 lebih besar dari masing-masing konstruk atau nilai akar AVE lebih besar dari 0,5.

E. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstuk. Suatu alat ukur atau instrumen yang berupa kuesioner dikatakan dapat memberikan hasil ukur yang stabil atau konstan, bila alat ukur tersebut dapat diandalkan atau reliabel. Oleh sebab itu perlu dilakukan uji reliabilitas. Suatu kuesioner

dikatakan reliabel atau handal bila jawaban seorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reabilitas dilakukan dengan metode *Internal consistency*. Reliabilitas instrument penelitian dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan composite reliability dan koefisien *cronbach's Alpha*. Suatu konstruk dikatakan reliabel jika nilai *composite reliability* maupun *cronbach alpha* di atas 0,70

Berikut tabel di bawah ini merupakan data hasil analisis dari pengujian composite reliability maupun cronbach alpha.

Tabel 4. 10
Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability

Nilai Cronbach's alpha dan Composite Reliability		
	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>
Bagi Hasil (X1)	0.917	0.929
Kelompok Referensi (X3)	0.881	0.913
Keputusan (Y)	0.926	0.939
Kualitas Pelayanan (X2)	0.918	0.932
Motivasi (X4)	0.758	0.861

Sumber: Data Primer, 2018

F. Hasil Pengujian Hipotesis

1. Pengujian model struktural (iner model)

Model struktural pada PLS dievaluasi dengan menggunakan R^2 yang bisa dilihat pada Tabel di bawah ini. Nilai R^2 digunakan untuk mengukur tingkat *variance* perubahan variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 4. 11
Nilai R-square (R^2)

	R^2	Pengaruh Dari Luar
Keputusan Menjadi Nasabah	0,844 ATAU 84,4%	0,156 ATAU 15,6%

Sumber: Data Primer, 2018

Berdasarkan Tabel 4.11 di atas menunjukkan bahwa nilai R-square variabel keputusan menjadi nasabah sebesar 0,844. Nilai R-square sebesar 0,844 memiliki arti bahwa variabilitas konstruk kepuasan menjadi nasabah yang dapat di jelaskan oleh variabilitas konstruk *Knowledge management* sebesar 84,4% sedangkan sisanya 15,6% dijelaskan oleh variabel lain di luar yang diteliti.

Semakin besar angka R-square menunjukkan semakin besar variabel independen tersebut dapat menjelaskan variabel dependen sehingga semakin baik persamaan strukturalnya.

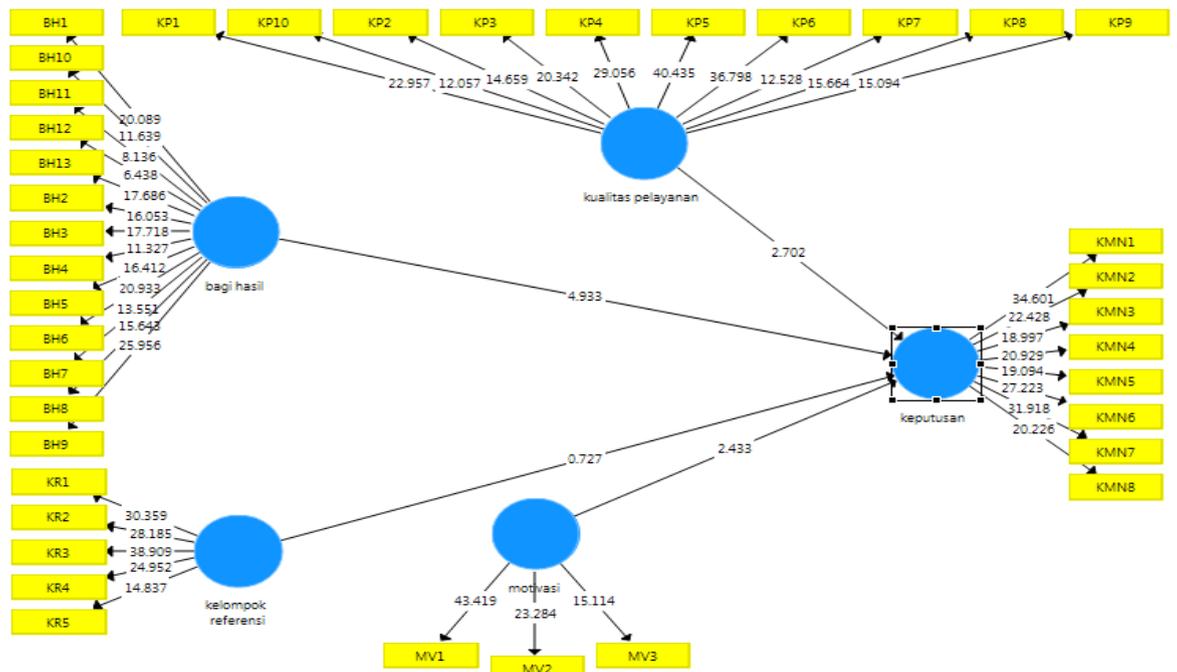
Adapun model struktural dan nilai koefisien jalur dapat dilihat pada Tabel 4.12 di bawah ini:

Tabel 4. 12
Hasil Pengujian Hipotesis

Path Coefficients			
	β	T	P
Bagi Hasil (X1) -> Keputusan (Y)	0.367	4.933	0***
Kelompok Referensi (X3) -> Keputusan (Y)	0.066	0.727	0.468
Kualitas Pelayanan (X2) -> Keputusan (Y)	0.324	2.702	0.007**
Motivasi (X4) -> Keputusan (Y)	0.213	2.433	0.015*

Sumber: Data Primer, 2018

* $P \leq 0,10$ ** $P \leq 0,05$ *** $P \leq 0,001$



Sumber: Data Primer, 2018

Standar dari di dukungnya hipotesis penelitian yaitu: jika koefisien atau arah hubungan variabel (dilihat dari nilai *original sample*) sejalan dengan hipotesisnya, dan jika nilai *t-statistic* $> 1,96$ dan *p-value* $< 0,05$. Berdasarkan dengan nilai Beta Koefisien dan nilai *t-statistic* yang disajikan diatas, maka hasil uji untuk masing-masing hipotesis yaitu sebagai berikut:

1. Hipotesis 1 menyatakan bahwa bagi hasil berpengaruh positif terhadap *keputusan menjadi nasabah*. Hipotesis didukung apabila arah hubungan variabel sejalan dengan hipotesis dan nilai *t-statistic* $> 1,96$ serta *p-value* $< 0,05$. Hasil perhitungan SmartPLS 3.0 menunjukkan bahwa bagi hasil berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah dengan nilai koefisien beta sebesar 0,367 dan *T-value* 4,933. Maka dari itu hipotesis pertama pada penelitian ini didukung.
2. Hipotesis 2 menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap *keputusan menjadi nasabah*. Hipotesis didukung apabila arah hubungan variabel sejalan dengan hipotesis dan nilai *t-statistic* $> 1,96$

serta $p\text{-value} < 0,05$. Hasil perhitungan SmartPLS 3.0 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah dengan nilai koefisien beta sebesar 0,324 dan $T\text{-value}$ 2,702 . Maka dari itu hipotesis kedua pada penelitian ini didukung.

3. Hipotesis 3 menyatakan bahwa *kelompok referensi* berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah. Hipotesis didukung apabila arah hubungan variabel sejalan dengan hipotesis dan nilai $t\text{-statistic} > 1,96$ serta $p\text{-value} < 0,05$. Hasil perhitungan SmartPLS 3.0 menunjukkan bahwa *kelompok referensi* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah dengan nilai koefisien beta sebesar 0,066 dan $T\text{-value}$ sebesar 0,727. Maka dari itu, hipotesis ketiga pada penelitian ini tidak didukung.
4. Hipotesis 4 menyatakan bahwa motivasi berpengaruh positif terhadap *keputusan menjadi nasabah*. Hipotesis didukung apabila arah hubungan variabel sejalan dengan hipotesis dan nilai $t\text{-statistic} > 1,96$ serta $p\text{-value} < 0,05$. Hasil perhitungan SmartPLS 3.0 menunjukkan bahwa motivasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah dengan nilai koefisien beta sebesar 0,213 dan $T\text{-value}$ 2,433. Maka dari itu hipotesis keempat pada penelitian ini didukung.

Berdasarkan hasil pengujian empat hipotesis pada penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa tiga hipotesis pada penelitian ini didukung yakni hipotesis 1,2 dan 4. Sedangkan dua hipotesis pada penelitian ini tidak didukung yakni hipotesis 3. Peneliti merangkum hasil uji hipotesis pada Tabel 4.13

Tabel 4. 13
Rangkuman Hasil Uji Hipotesis

Pernyataan Hipotesis	Keterangan
H1 Bagi hasil berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah	Diterima
H2 Kualitas pelayan berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah	Diterima
H3 Kelompok referensi berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah	Ditolak
H4 Motivasi berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah	Diterima

G. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen, yakni bagi hasil, kualitas pelayanan, kelompok referensi dan motivasi sebagai variabel independen dan keputusan menjadi nasabah bank syariah sebagai variabel dependen.

1. Pengaruh bagi hasil terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah

Berdasarkan hasil pengujian *inner model* yang sudah peneliti lakukan dengan menggunakan SmartPLS 3.0, maka diperoleh nilai *p-value* sebesar 0,000 yang artinya lebih kecil dari 0,05 dan *t-statistic* sebesar 4.933 yang artinya lebih besar dari 1,96. Hasil pengujian pada penelitian ini menunjukkan terdapat dukungan pada hipotesis 1 yang menyatakan bahwa bagi hasil pada perbankan syariah berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah. Terdapat 4 indikator yang memiliki kontribusi terbesar terhadap variabel laten bagi hasil adalah sub indikator Hubungan antara kedua belah pihak (BH1) sebesar 0.769, sub indikator Kesepakatan

yang jelas antara kedua belah pihak (BH6) sebesar 0.781, sub indicator Penyediaan dana yang tepat waktu (BH9) sebesar 0.803, dan sub indicator rasa percaya nasabah kepada pihak bank terhadap keputusan nasabah (BH13) sebesar 0.781

Di dukungnya hipotesis pertama pada penelitian ini dapat di jelaskan dengan beberapa alasan,

- a. Prinsip bagi hasil dalam hal ini adalah kerjasama antara pihak bank dan nasabah yang di mana bank sebagai penyedia (*shahibul maal*) dana nasabah seagaai pengelola dana tersebut (*mudharib*). Pada penelitian ini responden/nasabah Bank BNI Syariah merasakan bahwa bank bni syariah telah menjalankan sitem bagi hasil yang jelas dan tidak memberatkan nasabah sebagai pengelola dana. Penjelasan ini di dukung oleh sub indikator *kesepakaatan yang jelas antara kedua belah pihak* yang memiliki ukuran *tingkat hak dan kewajiban antara kedua* belah pihak (BH6) sebesar 0.0,781 ke arah positif, yang arinya responden telah merasa puas dengan keepakatan sistem bagi hasil yang di terapkan bank BNI Syariah.
- b. Responden juga merasa puas dengan respon cepat bank bni syariah dalam menyediakan dana yang di butuhkan oleh nasabah, jadi semakin cepat respon bank bni syariah dalam menanggapi kebutuhan nassabah perihal dana, semankin tinggi minat untuk menjadi nassabah bank syariah. Penjelasan ini di dukung oleh sub indikator *Penyediaan dana yang tepat waktu* yang memiliki ukuran *Tingkat kesesuaian kebutuhan nasabah terhadap dana yang disesuaikan* (BH9) sebesar 0.803 ke arah

positif, yang artinya nasabah bank bni syariah telah merasa puas dengan respon cepat bank bni syariah terkait penyediaan dana untuk modal usaha yang nasabah butuhkan.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disimpulkan di atas dapat dikemukakan saran sebagai berikut, Variabel bagi hasil dalam penelitian ini merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah, tetapi terdapat 3 indikator yang masih memiliki nilai relative rendah yaitu BH4 0.605, BH11 0.698, dan BH12 0.559. harus di lakukan penelitian kembali mengapa ketiga indikator diatas memiliki nilai yang relatif rendah di banding indikator-indikator lainnya.

Prinsip bagi hasil (*profit sharing*) berdasarkan kaidah al-mudharabah dan al musyarakah. *Al-mudharabah* yaitu akad kerja sama usaha antara dua pihak dimana pihak pertama (*shahibul maal*) menyediakan seluruh modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola atau perjanjian atas suatu jenis perkongsian dimana pihak pertama menyediakan dana dan pihak kedua (*mudharib*) bertanggung jawab atas pengelolaan usaha. *Al-musyarakah* yaitu akad kerja sama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan risiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan. Dalam hal ini Bank BNI Syariah Cabang Yogyakarta telah menjalankan prosedur bagi hasil yang sesuai seperti yang di jelaskan dalam teori di bab sebelumnya dengan benar ini merupakan daya tarik untuk menghimpun nasabah dikarenakan bank konvensional yang tidak lain adalah pesaing utama bank syariah

tidak menerapkan prinsip bagi hasil.⁴⁴

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang di lakukan oleh Daulay (2014) yang menyatakan bahwa bagi hasil dalam perbankan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah, penelitian yang di lakukan oleh Khasanah dan Gunawan (2014) juga menyatakan hal yang sama bahwa bagi hasil berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah. Hal itu di buktikan bahwa setiap calon nasabah yang akan membukan rekening di perbankan syariah bagi hasil selalu menjadi sorotan utama.

2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah

Berdasarkan hasil pengujian *inner model* yang sudah peneliti lakukan dengan menggunakan SmartPLS 3.0, maka diperoleh nilai *p-value* sebesar 0,012 yang artinya lebih kecil dari 0,05 dan *t-statistic* sebesar 2.702 yang artinya lebih besar dari 1,96. Hasil pengujian pada penelitian ini menunjukkan terdapat dukungan pada hipotesis 2 yang menyatakan bahwa *kualitas pelayan pada perbankan syariah* berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah. Terdapat 4 indikator yang memiliki kontribusi terbesar terhadap variabel laten kualitas pelayanan adalah sub indicator Tempat terjadinya pelayanan (KP1) sebesar 0.801, sub indicator cara berkomunikasi (KP4) sebesar 0.826, sub indicator Kemampuan karyawan dalam melayani (KP5) sebesar 0.856, sub indicator Keakuratan karyawan dalma menjalankan tugasnya

⁴⁴ Adiwarman A Karim. *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan, edisi 4*. Jakarta : PT. Rajawali Pers.2011, hal 33

(KP6) sebesar 0.837.

Di dukungnya hipotesis kedua pada penelitian ini dapat di jelaskan dengan beberapa alasan,

- a. Pelayanan yang di berikan bank syariah dalam hal komunikasi pemberian informasi kepada responden tentu berbeda dengan yang berikan oleh bank konvensional yang di mana bank konvensional tidak pernah mengucapkan salam yang sesuai dengan ajaran agama Islam berbeda dengan bank syariah, responden merasakan perbedaan pemberian pelayanan yang di berikan bank syariah dengan bank konvensional responden lebih merasakan kenyamanan pelayanan yang di berikan bank syariah. Penjelasan ini di dukung oleh sub indikator *cara berkomunikasi* yang memiliki ukuran *tingkat komunikasi karyawan dalam menyampaikan informasi* (KP4) sebesar 0.826 ke arah positif, yang artinya responden telah merasa puas dengan layanan yang di berikan bank syariah kepada nasabahnya.
- b. Fasilitas yang ada dalam bank bni syariah merupakan daya tarik tersendiri bagi responden. Pada penelitian ini bank bni syariah sangat memperhatikan fasilitas yang ada di dalam kantornya, semua fasilitas yang ada bertujuan untuk menunjang kinerja karyawan, kenyamanan nasabah dan kepuasan nasabah dalam melakukan segala kegiatan di dalam Bank BNI Syariah. Penjelasan ini di dukung oleh sub indikator *tempat terjadinya pelayanan* yang memiliki ukuran *tingkat kenyamanan tempat*

elayanan (KP1) sebesar 0.801 ke arah positif, yang artinya responden telah merasa puas dengan fasilitas dan tempat yang diberikan oleh bank bni syariah sehingga responden memutuskan untuk menjadi nasabah bank BNI Syariah.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disimpulkan di atas dapat dikemukakan saran sebagai berikut, pada penelitian ini kualitas pelayanan di fokuskan pada fasilitas Bank BNI Syariah dan cara bank syariah dalam menyampaikan informasi tetapi tidak ada kajian yang membahas tentang bagaimana pelayanan yang diberikan terhadap nasabah yang mengalami masalah dalam pengembalian modal usaha yang diberikan oleh bank syariah.

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan pelanggan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan seberapa jauh konsumen mengharapkan pelayanan yang baik yang diberikan oleh bank kepada konsumen.

Menurut Kotler dan Keller (2013) kualitas pelayanan yang baik tidak hanya terletak pada penyedia jasa saja melainkan juga dari sudut pandang konsumen. konsumen akan menilai pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan adalah kualitas yang baik atau buruk yang disesuaikan dengan harapan mereka.⁴⁵

Kualitas pelayanan sangat berpengaruh dalam menentukan keputusan nasabah memilih bank syariah, Apabila pelayanan yang dirasakan

⁴⁵ Kotler, P., & Keller, K. L. *Manajemen Pemasaran, Jild 2, Alih Bahasa Bob Sabran, MM*. Jakarta: Erlangga, 2013 hal 227

nasabah sesuai atau melebihi dengan harapan maka konsumen akan memutuskan untuk terus menggunakan jasa bank tersebut.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang di lakukan oleh Abhimantra (2013) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dalam perbankan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah, penelitian yang di lakukan oleh burdianti (2011) juga menyatakan bahwa bagi hasil berpengaruh terhadap loyalitas nasabah bank syariah dalam hal ini bisa diartikan menjadi nasabah tetap bank syariah.

3. Pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah

Berdasarkan hasil pengujian *inner model* yang sudah peneliti lakukan dengan menggunakan SmartPLS 3.0, maka diperoleh nilai *p-value* sebesar 0,464 yang artinya lebih besar dari 0,05 dan *t-statistic* sebesar 0.727 yang artinya lebih kecil dari 1,96. Hasil pengujian pada penelitian ini menunjukkan tidak terdapat dukungan pada hipotesis 3 yang menyatakan bahwa kelompok referensi berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah. Hasil penelitian ini juga tidak sesuai dengan penelitian Nisak, dkk yang menyatakan bahwa kelompok referensi pengetahuan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah Semarang.⁴⁶ Total terdapat 5 indikator dalam yang memiliki nilai cukup tinggi terhadap variabel laten kelompok

⁴⁶ Nisak, A., Saryadi, S., & Suryoko, S. Pengaruh Kelompok Acuan Dan Pengetahuan Tentang Perbankan Syari'ah Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syari'ah Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1(1), 2013, 44-50.

referensi dalam menagrahkan jawaban responden ke hasil yang negative adalah sub indicator Informasi mengenai jasa bank syariah yang diketahui oleh kelompok acuan (KR1) sebesar 0.858, sub indikator Kredibilitas dari kelompok acuan (KR2) sebesar 0.817, sub indikator Pengalaman dari kelompok acuan (KR3) sebesar 0.879 dan sub indikator keaktifan kelompok acuan akan jasa bank syariah (KR4) sebesar 0.819 serta idikator terahir daya tarik kelompok acuan (KR5) sebesar 0.738.

Tidak di dukungnya hipotesis ke tiga dalam penelitian ini dapat di jelaskan dengan beberapa alasan alasan,

- a. secara umum kelompok referensi di definisikan sebagai kumpulan dari dua orang atau lebih yang saling berinteraksi untuk mencapai tujuan yang sama, dalam hal ini kelompok referensi adalah seseorang yang telah menjadi nasabah teteap di bank syariah, ketika calon nasabah atau responden meminta pendapat kepada nasabah tetap tersebut nasabah itu akan menjelaskan keunggulan produk yang ia gunakan di perbankan syariah dan merekomendasikan kepada responden untuk menggunakan jasa perbankan syariah di banding perbankan konvensional tetapi responden akan tetap mempertimbangkan apakah produk produk yang di jelaskan oleh kelompok referensi itu di butuhkan oleh responden atau tidak. Penjelasan ini di dukung oleh sub indikator *Informasi mengenai jasa bank syariah yang diketahui oleh kelompok acuan yang memiliki ukuran Tingkat pengetahuan kelompok acuan mengenai informasi jasa bank syariah (KR1) sebesar 0.858 ke arah negatif, yang artinya*

meskipun kelompok referensi telah menyarankan kepada responden untuk menggunakan jasa perbankan syariah karena memiliki produk produk yang di butuhkan oleh kelompok referensi tetapi belum tentu produk tersebut di butuhkan oleh responden..

- b. Alasan yang kedua adalah responden menggunakan jasa perbankan syariah bukan karena keluarga teman atau lingkungan sekitar mereka yang menjadi kelompok referensi telah menggunakan jasa perbankan syariah, hal ini di dukung dengan sub indikator *Pengalaman dari kelompok acuan* yang memiliki ukuran *tingkat sejauh mana kelompok acuan pernah menggunakan jasa perbankan syariah (KR3)* sebesar 0.879 ke arah negatif yang artinya kelompok referensi responden belum pernah menggunakan jasa perbankan syariah, dan dapat di simpulkan bahwa responden menggunakan jasa perbankan syariah bukan dari kelompok referensinya.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disimpulkan di atas dapat dikemukakan saran sebagai berikut, menurut kotler Kelompok referensi adalah kelompok yang dapat mempengaruhi perilaku individu baik secara langsung maupun tidak langsung, tetapi dalam penelitian ini kelompok referensi secara signifikan tidak berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah hal itu di karnakan kelompok referensi yang di temui responden adalah seseorang yang belum pernah menggunakan perbankan syariah atau sudah pernah menggunakan perbankan syariah tetapi belum merasakan manfaatnya pernyataan ini

di perkuat dengan nilai yang cukup signifikan yaitu di atas 0.6 ke arah negative antara indikator dan variabel latennya. Agar variabel kelompok referensi bergerak ke arah positif di harapkan untuk lebih selektif dalam pengambilan sampel di mana dalam karakteristik responden di tambahkan instrument “apakah kelompok referensi sudah pernah menggunakan jasa perbankan syariah atau belum”.

Menurut Kotler dan Keller terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen, salah satunya ialah faktor sosial yang didalam terdapat kelompok referensi. Kelompok referensi adalah semua kelompok yang memiliki pengaruh secara langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Kelompok referensi adalah kelompok-kelompok yang berfungsi sebagai sumber seseorang dalam membentuk sikap dan perilakunya.⁴⁷ Kelompok referensi adalah kelompok yang dapat mempengaruhi perilaku individu baik secara langsung maupun tidak langsung.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian sebelumnya yang di teliti oleh diteliti oleh Gampu dengan hasil variabel kelompok referensi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah

4. Pengaruh motivasi terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah

Berdasarkan hasil pengujian *inner model* yang sudah peneliti lakukan dengan menggunakan SmartPLS 3.0, maka diperoleh nilai *p-value* sebesar 0,013 yang artinya lebih kecil dari 0,05 dan *t-statistic* sebesar

⁴⁷ Kotler, P., & Keller, K. L. *Manajemen Pemasaran, Jild 2, Alih Bahasa Bob Sabran, MM*. Jakarta: Erlangga, 2013 hal 227

2.433 yang artinya lebih besar dari 1,96. Hasil pengujian pada penelitian ini menunjukkan terdapat dukungan pada hipotesis 4 yang menyatakan bahwa *motivasi* berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah. Terdapat 2 indikator yang memiliki kontribusi terbesar terhadap variabel laten motivasi adalah sub indikator Dorongan kebutuhan akan jasa bank syariah yang memiliki ukuran (MV1) sebesar 0.877 dan sub indikator dorongan untuk menghindari hal-hal yang dilarang oleh agama (MV2) sebesar 0.841.

Di dukungnya hipotesi keempat pada penelitian ini dapat di jelaskan dengan beberapa alasan,

- a. Responden dalam penelitian ini merasakan bahwa bank bni syariah menawarkan produk produk jasa keuangan yang sesuai dengan apa yang ia butuhkan di mana bank bni syariah meberikan pembiayaan dengan sitem akad yang berbeda dengan bank konvensional, , hal ini di dukung dengan sub indikator Dorongan kebutuhan akan jasa bank syariah yang memliki ukuran tingkat sejauh mana nasabah membutuhkan jasa bank syariah (MV1) sebesar 0.877 ke arah positif, yang artinya responden memerlukan jasa perbankan syariah dikarenakan bank syariah menawarkan produk produk jasa yang responden butuhkan.
- b. Semua sampel responden yang di ambil oleh peneliti beragama islam di mana dalam ajaran agama islam di di anjurkan untuk menghindari segala bentruk transaksi yang di dalamnya

mengandung unsur riba. Hal ini menjadi dorongan dan motivasi responden untuk menghindari riba yang di mana bank bni syariah sebagai salah satu bank syariah di Indonesia dalam setiap transaksinya tidak mengandung unsur riba yang di larang oleh agama islam, hal ini di dukung dengan sub indikator dorongan untuk menghindari hal-hal yang dilarang oleh agama yang memiliki ukuran Tingkat dorongan nasabah untuk menghindari hal-hal yang dilarang oleh agama agama (MV2) sebesar 0.841 ke arah yang positif, yang artinya responden memilih bank bni syariah karna ia ingin menghindari segala bentuk transaksi yang di larang oleh agama islam.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disimpulkan di atas dapat dikemukakan saran sebagai berikut, indikator dalam penelitian ini di fokuskan pada motivasi yang timbul dari ajaran agama islam yang responden anut, sedangkan terdapat indikator indikator lain lain yang tidak hanya membahas tentang motivasi yang timbul dari ajara agama yang responden anut, di sarankan untuk melakukan penelian dengan menggunakan indikator indikator di luar indikator yang timbul dari agama yang responden anut.

Menurut handoko motivasi adalah suatu keadaan dari dalam diri seseorang yang mendorong keinginan seseorang tersebut untuk melakukan keinginan tertentu untuk mencapai suatu tujuan. Motivasi adalah suatu pemikiran dari dalam diri individu yang mendorongnya untuk bertindak dan melakukan keinginannya untuk mencapai tujuan. Ketika seorang muslim ingin menjadi nasabah bank karna ia

membutuhkan jasa yang di tawarkan oleh pihak perbankan, nasabah tersebut akan memilih bank syariah karena bank syariah adalah suatu lembaga keuangan yang segala sesuatunya menghindari riba sesuai dengan ajaran agama yang ia anut.⁴⁸

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disimpulkan di atas dandalam upaya mengembangkan kurikulum dan silabus pendidikanmultikultural berbasis kompetensi untuk siswa Sekolah LanjutanTingkat Pertama (SLTP), dikemukakan beberapa saran sebagai berikut

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Gampu dkk yang menyatakan bahwa motivasi berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah bank sulutgo cabang utama Manado.

⁴⁸ Handoko, H. *Manajemen Personalia Dan Sumber Daya Manusia, Edisi Ketujuh*. Yogyakarta: BPF, 2001
hal 37- 40