

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum**

##### **1. Gambaran Umum BMT Bina Ihsanul Fikri**

###### **a. Sejarah BMT Bina Ihsanul Fikri**

KSPS BMT Binas Ihsanul Fikri adalah lembaga keuangan dengan pola bagi hasil yang dimiliki dan didirikan oleh masyarakat. Mulai di dirikan Pada tahun 1996 di Gedongkuning Yogyakarta. KSPS BMT BIF didirikan karena banyaknya usaha kecil yang kebutuhan modalnya dicukupi oleh rentenir dan lintah darat yang notabene suku bunganya sangat besar. Pada tanggal 11 Maret 1997 KSPS BMT BIF mendapatkan badan hukum no 159BHKWK.12V1997 tanggal 15 Mei 1997.

Pada prinsipnya usaha KSPS BMT BIF dibagi menjadi dua yakni Biatul Maal ( usaha sosial ) dan Bisnis ( Baitul Tamwil ). Usaha sosial ini bergerak dalam penghimpunan dana Zakat, Infaq dan sedekah serta mentasyarufkannya kepada delapan ashnaf. Skala prioritasnya untuk pengentasan kemiskinan melalui program ekonomi produktif dan bea siswa. Sedangkan usaha bisnisnya bergerak dalam pemberdayaan masyarakat ekonomi kelas bawah dengan intensifikasi penarikan dan penghimpunan dana masyarakat

dalam bentuk tabungan dan deposito berjangka serta menyalurkannya dalam bentuk pembiayaan/kredit kepada pengusaha kecil dan kecil bawah dengan system bagi hasil.

#### **b. Visi dan Misi**

Visi

Lembaga keuangan syariah yang sehat dan unggul dalam memberdayakan umat

Misi

1. Menerapkan nilai syariah untuk kesejahteraan bersama
2. Memberikan pelayanan yang terbaik dalam jasa keuangan mikro syariah
3. Mewujudkan kehidupan umat yang islami

## **2. Gambaran Umum BMT Bina Ummah**

### **a. Sejarah BMT Bina Ummah**

BMT Bina Ummah didirikan oleh Afifah Noor Hayati, S.T. dan diresmikan pada tanggal 21 April 1995 di Yogyakarta oleh Prof. Dr. Ing. B.J. Habibie selaku Ketua Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI). Pada tahun 1997, BMT Bina Ummah telah mendapatkan izin operasionalnya secara resmi dengan No. 151/BH/KWK.12/ IV/1997, dengan badan hukum berbentuk koperasi. BMT Bina Ummah terletak di Dusun Pandean, Desa Sidoluhur, Kecamatan Godean, Kabupaten Sleman, Provinsi Daerah Istimewa

Yogyakarta, dengan alamat Jalan J.A.E. Sumantoro Nomor 24, Godean, Sleman, Yogyakarta.

Lokasi BMT Bina Ummah berada di pinggir jalan utama yang menghubungkan antara wilayah Kecamatan Godean dengan wilayah Kecamatan Seyegan, dan juga merupakan jalur alternatif dari Jalan Wates menuju Kabupaten Magelang, sehingga mudah dicapai dengan transportasi umum atau kendaraan pribadi, yang tidak menyulitkan para anggota untuk mendatangnya.

BMT Bina Ummah merupakan perpaduan antara baitul maal dan baitul tamwil yang bergerak dalam bidang sektor sosial, simpan pinjam dan sektor riil, yang menjadi *three angle* BMT Bina Ummah dengan berlandaskan syari'ah Islam. BMT Bina Ummah diharapkan dapat menjadi fasilitator dalam memberdayakan umat

#### **b. Visi dan Misi**

##### Visi

BMT Bina Ummah adalah Menjadikan BMT Bina Ummah sebagai lembaga pemberdayaan ekonomi umat yang unggul dan terpercaya dalam layanan dan kinerja

##### Misi

- a. Dapat mengembangkan dan mensosialisasikan sistem keuangan dengan prinsip syari'ah, beramar ma'ruf nahi mungkar, serta memberikan kesejahteraan kepada anggotanya.

- b. Menjadikan media yang layak untuk optimalisasi prestasi, karya dan kesejahteraan bagi pegawai dalam rangka pelaksanaan nilai– nilai ibadah.
- c. Memberikan solusi bagi masyarakat untuk kebutuhan layanan keuangan syariah dan memberikan pemahaman tentang sistem ekonomi syariah.
- d. Menjadikan usaha BMT sebagai nilai investasi yang bermanfaat dan menguntungkan bagi investor.
- e. Memberikan manfaat positif dalam rangka tanggung jawab sosial dan kelestarian lingkungan.
- f. Menjadi contoh lembaga yang mempunyai sistem pengelolaan secara amanah dan profesional.
- g. Mengembangkan dan mensosialisasikan sistem keuangan dengan prinsip syariah.

### **3. Gambaran Umum BMT Mitra Usaha Mulia**

#### **a. Sejarah BMT Mitra Usaha Mulia**

Berdirinya BMT Mitra Usaha Mulia dipelopori oleh Lembaga Pengabdian Masyarakat (LPM) Universitas Islam Indonesia (UII) Dimana pada bulan Juli 1995 LPM UII mengadakan pelatihan bagi calon pengelola BMT se-Sleman selama tiga bulan. Setelah dirasa cukup untuk mengelola BMT maka pada tanggal 15 Desember 1995 diresmikan berdirinya BMT-BMT diwilayah Kecamatan Tempel, Turi, Pakem, Ngaglik

dan Ngemplak, yang diresmikan oleh Rektor Universitas Islam Indonesia waktu itu yaitu Bapak Prof. H. Zaini Dahlan, MA di Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia.

Seiring dengan perkembangan Aset BMT maka jumlah pengelola juga bertambah yang awal berdirinya hanya 4 sekarang menjadi 26 pengelola. Sumber pendanaan BMT juga semakin bertambah seiring dengan meningkatnya kepercayaan Masyarakat Tempel khususnya maupun masyarakat pada umumnya dan lembaga-lembaga kreditor baik pemerintah maupun swasta.

Mulai tanggal 15 Januari 2002 BMT Mulia membuka cabang di wilayah Kecamatan Seyegan, yang perkembangannya juga sangat menggembirakan. Kemudian pada tahun 2006 BMT Mulia mengembangkan cabang di luar Propinsi DIY yaitu kecamatan Salam Magelang (sekarang diTamanagung Muntilan) dan tahun 2009 membuka Cabang Pembantu di Cebongan yang Alhamdulillah sambutan dari masyarakat cukup baik sehingga waktu demi waktu asetnya bertambah.

**b. Visi dan Misi**

Visi :

Terwujudnya Lembaga Keuangan Syariah yang handal

Misi :

- a. Penguatan modal sendiri
- b. Penyadaran masyarakat terhadap ekonomi syariah
- c. Mengembangkan potensi umat agar mampu berperan dan berkiprah dalam program pemberdayaan umat
- d. Ikut serta membantu program pengentasan kemiskinan khususnya di kalangan umat Islam
- e. Membantu para pengusaha kecil dan kecil bawah yang sulit mendapatkan modal.

**B. Karakteristik Responden**

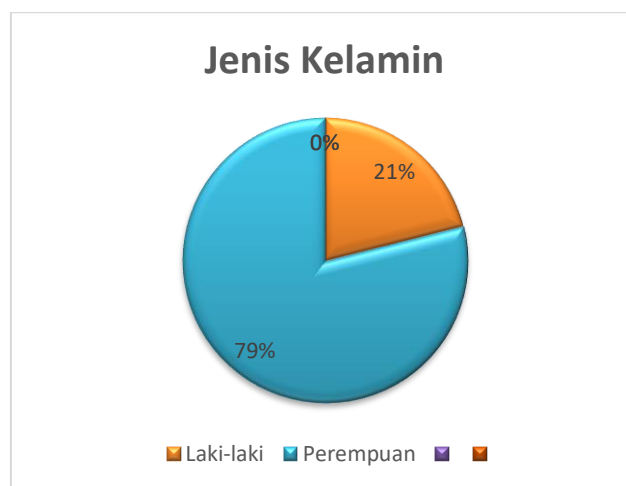
Responden dalam penelitian ini adalah nasabah yang menabung di Bmt Bina Ihsanul Fikri, Bmt Mitra Usaha Mulia Dan Bmt Bina Ummah. Penelitian ini menggunakan data primer dengan menyebarkan kuesioner kepada nasabah sebanyak 90 responden. Berdasarkan penelitian tersebut diperoleh hasil sebagai berikut :

## 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Dari total seluruh responden 90 orang berikut hasil penelitian berdasarkan jenis kelamin :

**Gambar 4.1**

Diagram Presentase Jumlah Responden  
Berdasarkan Jenis Kelamin



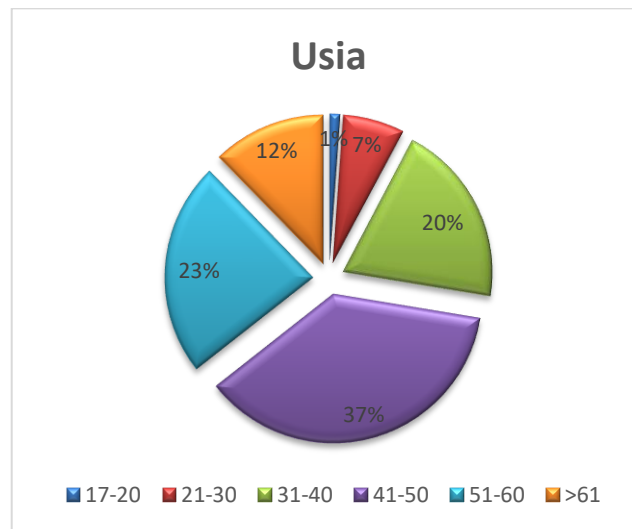
Sumber : Data Primer, diolah (2019)

Berdasarkan gambar 4.1, diketahui bahwa presentase responden berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh perempuan dengan jumlah responden yaitu 79%, sedangkan laki-laki dengan jumlah 21%.

## 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

**Gambar 4.2**

Diagram Presentase Jumlah Responden  
Berdasarkan Usia



Sumber : Data Primer, diolah (2019)

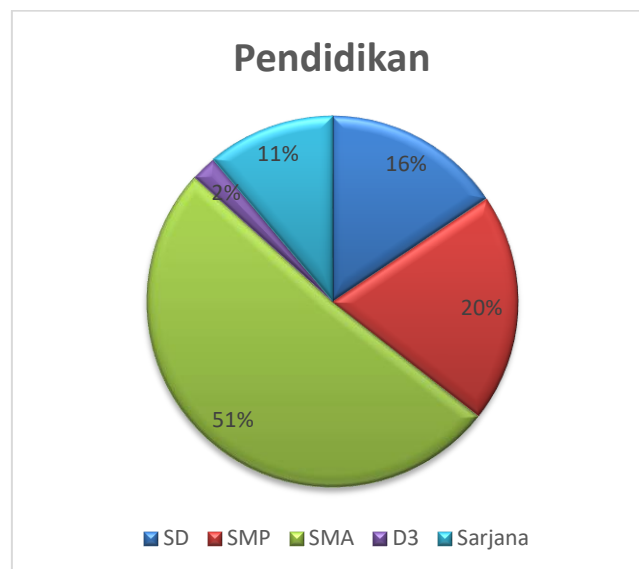
Berdasarkan Gambar 4.1 di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden adalah yang berusia 41-50 tahun dengan persentase sebesar 37%. Untuk responden yang memiliki usia 17-20 tahun sebanyak 1%. Untuk responden yang berusia 21-30 tahun sebesar 20%. Dan untuk responden yang berusia 51-60 tahun sebesar 23%. Sedangkan responden yang memiliki usia diatas 60 tahun memiliki presentase sebesar 12%.



### 3. Berdasarkan Tingkat Pendidikan

**Gambar 4.3**

Diagram Presentase Jumlah Responden  
Berdasarkan Tingkat Pendidikan



Sumber : Data Primer, diolah (2019)

Berdasarkan Gambar 4.3 di atas, dapat dilihat bahwa jumlah responden dengan tingkat pendidikan terbanyak adalah lulusan SMA atau sederajat sebanyak 51%. Sedangkan pada lulusan SMP sebanyak 20%. Pada lulusan SD sebanyak 16%. Pada lulusan D3 sebanyak 2%. Pada lulusan S1 sebanyak 11%.

## C. Uji Kualitas Instrumen dan Data

### 1. Analisis Statistik Deskriptif

**Tabel 4.1**  
**Deskripsi Statistik Variabel**

Variabel	Kisaran Teoritis	Kisaran Sampel	Mean	Median
Faktor Budaya	16-80	48,00- 73,50	61,83	48
Faktor Sosial	17-85	62,00- 8400	70,71	51
Faktor Pribadi	12-60	43,00- 5700	48,39	36

Sumber : Data Primer, diolah (2019)

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat kisaran teoritis, kisaran sampel, mean, dan median. Kisaran teoritis merupakan perkiraan nilai minimum dan maksimum total skor jawaban dari setiap variabel. Nilai kisaran minimum diperoleh dari cara mengkalikan total pertanyaan dalam kuesioner dengan jawaban nilai terendah.

Berdasarkan tabel 4.1, memperlihatkan bahwa variabel faktor budaya memiliki mean sebesar 61,83% dengan Median 48. Faktor sosial memiliki mean 70,71 dan Median sebesar 51. Faktor pribadi memiliki mean 48,39% dan median sebesar 36. Hal tersebut

menunjukkan bahwa Faktor Budaya, Sosial, dan Pribadi termasuk kategori tinggi.

## **2. Uji Validitas**

Uji Validitas bertujuan untuk mengukur kualitas dari butir pertanyaan yang ada di kuisisioner. Suatu kuisisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur dari kuisisioner tersebut (Ghozali, 2011) . Uji validitas digunakan untuk mengukur ketetapan suatu item dalam kuisisioner atau skala yang ingin diukur. Dalam penentuan valid atau tidaknya item. Hal yang perlu diperhatikan adalah perbandingan antara  $r_{hitung}$  dan  $r_{tabel}$  dimana taraf signifikansi yang digunakan adalah 0,05 dengan  $N=90$ . Untuk mengetahui tingkat validitas tersebut, maka dilakukan uji statistik dengan menggunakan SPSS 21. Adapun hasil outputnya dapat dilihat dari tabel di bawah ini. Sebutir angket dinyatakan valid apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Apabila koefisien melebihi atau sama dengan angka 0,207 maka item pertanyaan dinyatakan valid seperti dengan tabel di bawah.

**Tabel 4.2**  
**Rekapitulasi Uji Validitas Variabel Faktor Budaya**

Variabel	No Item	Corrected Item Total Correlation	Rtabel	Ket
Faktor Budaya	X1.1	0,689	0,207	VALID
	X1.2	0,528	0,207	VALID
	X1.3	0,812	0,207	VALID
	X1.4	0,681	0,207	VALID
	X1.5	0,726	0,207	VALID

Sumber : Data Primer, diolah (2019)

**Tabel 4.3**  
**Rekapitulasi Uji Validitas Variabel Faktor Sosial**

Variabel	No Item	Corrected Item Total Correlation	Rtabel	Ket
Faktor Sosial	X1.1	0,633	0,207	VALID
	X1.2	0,762	0,207	VALID
	X1.3	0,771	0,207	VALID
	X1.4	0,533	0,207	VALID
	X1.5	0,414	0,207	VALID

Sumber : Data Primer, diolah (2019)

**Tabel 4.4**  
**Rekapitulasi Uji Validitas Variabel Faktor Pribadi**

Variabel	No Item	Corrected Item Total Correlation	Rtabel	Ket
Faktor Pribadi	X1.1	0,446	0,207	VALID
	X1.2	0,608	0,207	VALID
	X1.3	0,722	0,207	VALID
	X1.4	0,778	0,207	VALID
	X1.5	0,768	0,207	VALID

Sumber : Data Primer, diolah (2019)

**Tabel 4.5**  
**Rekapitulasi Uji Validitas Variabel Keputusan Menabung**

Variabel	No Item	Corrected Item Total Correlation	Rtabel	Ket
Keputusan Menabung	X1.1	0,694	0,207	VALID
	X1.2	0,627	0,207	VALID
	X1.3	0,766	0,207	VALID
	X1.4	0,739	0,207	VALID
	X1.5	0,614	0,207	VALID

Sumber : Data Primer, diolah (2019)

### 3. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas adalah berkaitan dengan masalah adanya kepercayaan terhadap instrumen. Suatu instrumen dapat memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi jika hasil dari pengujian instrumen tersebut menunjukkan hasil yang tetap. Reliabilitas instrumen berhubungan dengan masalah ketepatan hasil. Apabila reliabilitas penelitian ini menggunakan Cronbach Alpha untuk mengidentifikasi seberapa baik item-item dalam kuesioner berhubungan antara satu dengan yang lainnya.

**Tabel 4.6**  
**Uji Reliabilitas**

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Ket
Faktor Budaya	0,719	RELIABEL
Faktor Sosial	0,626	RELIABEL
Faktor Pribadi	0,688	RELIABEL
Keputusan Menabung	0,715	RELIABEL

Sumber : Data Primer, diolah (2019)

Berdasarkan Tabel uji reliabilitas menggunakan Cronbach Alpha, semua item yang dikumpulkan melalui instrumen penelitian adalah reliabel/handal karena lebih besar dari 0,6.

#### 4. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan uji hipotesis syarat yang harus terpenuhi adalah lulus dari uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik disini meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas dan uji autokolerasi.

##### a. Uji Normalitas

**Tabel 4.7**

**Uji Hasil Normalitas**

		Unstandardized Residual
N		79
Normal Parameters(a,b)	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,52118510
Most Extreme Differences	Absolute	,079
	Positive	,079
	Negative	-,045
Kolmogorov-Smirnov Z		,703
Asymp. Sig. (2-tailed)		,707

Sumber : Data Primer, diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 5.2 diatas menunjukkan hasil uji normalitas menggunakan Kolmogorov Smirnov menunjukkan nilai sig sebesar 0,703 yang artinya nilai tersebut lebih besar dari nilai alpha ( $\alpha$ ) 5 % (0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa data telah terdistribusi normal.

### b. Uji Multikolineritas

Uji multikolineritas digunakan untuk melihat apakah ada atau tidaknya penyimpangan antara variabel dependen dengan variabel independen dalam model regresi. Menurut Setiawan (2015), untuk menguji multikolineritas yaitu melihat nilai VIF pada variabel. Jika nilai  $VIF < 10$  maka data bebas dari multikolineritas

**Tabel 4.8**

#### Hasil Uji Multikolonieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,999	0,004
	TX.1	2,452	0,017
	TX.2	0,285	0,776
	TX.3	3,835	0,000

Sumber : Data Primer, diolah (2019)

Tabel di atas, menunjukkan hasil pengujian multikolineritas dan bisa dilihat bahwa nilai *tolerance* keseluruhan independent variable lebih besar dari 0,1 dengan nilai *Variance Inflation Factors* (VIF) kurang dari ( $<$ ) 10. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah multikolineritas antar *independent variable*



atau dengan lain asumsi non multikolinearitas pada uji ini terpenuhi dalam model regresi.

### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual atau pengamatan ke pengamatan lain. Jika residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas, jika varian berbeda, disebut heterokedastisitas. Uji heteroskedastisitas ini dilakukan untuk melihat atau untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik pada model regresi.

**Tabel 4.9**

#### **Uji Hasil Heterokedastisitas**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
	1 (Constant)	2,643	1,026		2,576
TX.1	-,036	,063	-,074	-,576	,566
TX.2	-,066	,057	-,146	-1,154	,252
TX.3	-,001	,066	-,001	-,009	,993

Sumber : Data Primer, diolah (2019)

Pada Tabel diatas, dapat dilihat bahwa variabel independen yaitu Faktor Budaya, Faktor Sosial dan Faktor Pribadi tidak adanya heteroskedastisitas pada model regresi dengan melihat nilai signifikansi pada Tabel yaitu  $> 0,05$ .

## D. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis)

### 1. Uji Hipotesis.

#### a. Uji Koefisien Determinasi.

Uji koefisien determinan bertujuan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen atau bisa dijelaskan besaran pengaruh dari faktor budaya, sosial dan pribadi terhadap keputusan menabung. Koefisien determinasi yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan kontribusi yang cukup baik untuk menjelaskan variabel dependennya.

**Tabel 4.10**

#### Hasil Uji Koefisien Determinant (Uji R)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,580(a)	,336	,309	1,551

Sumber : Data Primer, diolah (2019)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* yang diperoleh adalah sebesar 0,309 yang artinya bahwa variabel dependen yaitu keputusan menabung dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu faktor budaya, sosial dan pribadi sebesar 30,9% sedangkan yang 69,1% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

### b. Uji T.

Uji t atau uji parsial digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh masing-masing antar variabel independen terhadap dependen. Uji parsial ini bisa dilihat hasil regresi berganda pada tabel *Coefficients*. Penentuan hasil pengujian dapat dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi pengujian dengan  $\alpha = 5\%$  atau 0,05.

Jika nilai signifikansi pengujian  $> 0,05$  atau 5% maka hipotesis ditolak. Sebaliknya, jika nilai signifikansi pengujian  $\leq 0,05$  atau 5% maka hipotesis diterima.

**Tabel 4.11**

### Hasil Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	5,380	1,794		2,999	,004
	TX.1	,270	,110	,261	2,452	,017
	TX.2	,028	,099	,030	,285	,776
	TX.3	,443	,115	,408	3,835	,000

Sumber : Data Primer, diolah (2019)

Berdasarkan tabel diatas diperoleh hasil bahwa variabel Faktor Budaya terhadap keputusan menabung memiliki koefisien t sebesar 2,452 dan nilai signifikansi 0,017. Hasil ini menunjukkan bahwa signifikansi variabel faktor budaya  $< 0,05$ , maka hipotesis yang

menyatakan bahwa faktor budaya berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung **diterima**.

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan hasil bahwa variabel faktor sosial terhadap keputusan menabung memiliki koefisien t sebesar 0,285 dan nilai signifikansi sebesar 0,776. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel faktor sosial lebih besar dari 0,05 maka hipotesis yang menyatakan bahwa faktor sosial berpengaruh positif terhadap keputusan menabung **ditolak**.

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan hasil bahwa variabel faktor pribadi terhadap keputusan menabung memiliki koefisien t sebesar 3,835 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel faktor pribadi lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis yang menyatakan bahwa faktor pribadi berpengaruh positif terhadap keputusan menabung **diterima**.

### c. Uji F.

Uji F digunakan untuk menguji apakah semua variabel independen yaitu faktor budaya, sosial dan pribadi secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen yaitu keputusan menabung. Untuk melihat tingkat signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan membandingkan signifikansi F yang dihasilkan oleh regresi linear berganda dengan tingkat Signifikansi 5 % atau 0,05. Apabila nilai Signifikansi  $F < 0,05$  maka terdapat pengaruh

secara simultan atau bersamaan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

**Tabel 4.12**

**Hasil Uji F**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	91,305	3	30,435	12,647	,000(a)
	Residual	180,492	75	2,407		
	Total	271,797	78			

Sumber : Data Primer, diolah (2019)

Berdasarkan hasil uji statistik F diatas, diperoleh bahwa f hitung sebesar 12,647 dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,005$ . Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel independen yaitu faktor budaya, sosial dan pribadi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan menabung.

## **E. Pembahasan**

Pada penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis hubungan antar variabel yaitu faktor budaya, sosial dan pribadi di BMT terhadap keputusan menabung.

### **1. Pengaruh faktor budaya terhadap keputusan menabung.**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diatas menunjukkan bahwa Faktor Budaya memiliki nilai signifikansi  $0,017 < 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa Faktor budaya berpengaruh positif terhadap keputusan menabung.

Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Roni Andespa (2017), dimana dalam penelitian tersebut menyatakan bahwa faktor budaya berpengaruh positif terhadap keputusan menabung dan mempunyai pengaruh yang paling luas terhadap perilaku nasabah.

Hal ini terjadi karena sesuai dengan definisinya dimana budaya adalah suatu sikap, kepercayaan, kebiasaan seseorang maupun masyarakat, tentu hal tersebut akan mendasari mengapa perilaku seseorang dapat dipengaruhi oleh budaya yang salah satunya tercermin dalam bagaimana budaya mempengaruhi seseorang untuk memberikan keputusan menabung terhadap Lembaga keuangan Syariah dimana dalam penelitian ini diwakili oleh Baitul Maal wat Tamwil (BMT).

Konsep utama dalam BMT adalah untuk menghimpun dan menyalurkan dana di bidang usaha mikro kecil dan menengah, (Sa'diyah, 2014:158) sehingga dengan adanya konsep tersebut akan meningkatkan

keinginan seseorang atau masyarakat untuk menabung di bank Syariah yang dianggap cukup fleksibel karena mampu menjangkau masyarakat kecil dan menengah.

Hal tersebut cukup untuk meningkatkan keyakinan masyarakat yang tergolong dalam masyarakat kecil maupun menengah untuk menabung di BMT, hal tersebut juga didukung dengan mayoritasnya masyarakat Indonesia yang beragama Islam, dimana budaya atau kepercayaan untuk menjauhi kegiatan ribawi mulai diimplementasikan.

## **2. Pengaruh faktor sosial terhadap keputusan menabung**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa Faktor sosial terhadap keputusan menabung memiliki koefisien  $t$  sebesar 0,285 dan nilai signifikansi sebesar 0,776. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel faktor sosial lebih besar dari 0,05 maka hipotesis penelitian ini yaitu faktor sosial berpengaruh positif terhadap keputusan menabung tidak terdukung atau ditolak.

Penelitian ini di dukung oleh penelitian sebelumnya oleh Shara Sharvina (2019) yang menyatakan bahwa kondisi sosial tidak memengaruhi keputusan menabung seseorang atau masyarakat. Dalam faktor sosial, kelompok acuan memiliki pengaruh yang besar kepada seseorang untuk memberikan keputusan pembelian. Kelompok acuan menuntut orang untuk mengikuti kebiasaan kelompok yang akan mempengaruhi seseorang dalam memberikan pilihannya (Koter 2007:217). Akan tetapi hal tersebut ternyata tidak cukup kuat untuk

mempengaruhi seseorang dalam memberikan keputusan menabung di Bank Syariah. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Samsudin (2005), dimana dalam surveynya mengenai alasan nasabah memilih menggunakan jasa di bank Syariah membuktikan bahwa faktor sosial menduduki posisi ke-enam. Berdasarkan hal tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa seseorang atau masyarakat dalam memberikan keputusan menabung dalam bank Syariah tidak terjadi karena adanya dorongan dari kelompok acuan dalam faktor sosial, melainkan dari referensi lain yang lebih berpengaruh secara langsung terhadap gaya hidup dan kemampuan seseorang atau masyarakat itu sendiri.

### **3. Pengaruh faktor pribadi terhadap keputusan menabung**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel faktor pribadi terhadap keputusan menabung memiliki koefisien t sebesar 3,835 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel faktor pribadi lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis yang menyatakan bahwa faktor pribadi berpengaruh positif terhadap keputusan menabung terdukung atau diterima.

Kepribadian dapat didefinisikan sebagai bentuk dari sifat-sifat yang ada pada diri individu yang sangat menentukan perilakunya. Kepribadian konsumen sangat ditentukan oleh faktor internal dirinya (motif, IQ, emosi, cara berfikir, persepsi) dan faktor eksternal dirinya (lingkungan fisik, keluarga, masyarakat, sekolah, lingkungan alam).



Kepribadian konsumen akan mempengaruhi persepsi dan pengambilan keputusan dalam membeli (Anwal Prabu Mangkunegara, 2005 : 46)

Prinsip BMT adalah sebagai wadah penghimpun dan penyalur dana bagi masyarakat kelas menengah kebawah dan kegiatan menabung berhubungan dengan kebutuhan dan kemampuan seseorang atau masyarakat. Berdasarkan hal tersebut kepribadian seseorang mampu mempengaruhi keputusan untuk menabung di BMT, karena golongan masyarakat dalam penelitian ini menganggap bahwa apa yang mereka butuhkan dan mereka mampu dapat ditemukan dalam BMT, sehingga mendorong masyarakat tersebut untuk memilih memberikan keputusan menabungnya di BMT.