

Pengaruh Pengetahuan, Kelompok Referensi Dan Motivasi Konsumen Terhadap Alasan Nasabah Menabung Di Bank Syariah Indonesia Jakarta Selatan

Ramadhan Putra Pratama

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang

Email: ramadhanputra21@student.ub.ac.id

Sri Muljaningsih

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang

Email: muljaningsih@ub.ac.id

Alamat : Jl. Veteran, Ketawanggede, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur
65145

Abstract: *In the world of banking in Indonesia, Islamic banking is a type of activity based on sharia principles that is free from usury. Unlike conventional banks which use interest in collecting and channeling funds, Islamic banks use financing as a contract. In conventional and Islamic banking there are differences in terms of banking operations. Therefore, this study aims to analyze the effect of knowledge, reference groups, and consumer motivation on customers' reasons for saving at Bank Syariah Indonesia, South Jakarta. The approach used in this research is a quantitative approach. The quantitative approach aims to determine the magnitude of the analyzed variables. The results of the study show that the knowledge variable and the consumer motivation variable do not have a significant influence on a person's decision to save at Bank Syariah Indonesia. Meanwhile, the reference group variable has a significant influence on a person's decision to save at Bank Syariah Indonesia, so that simultaneously high and low knowledge, reference group, and motivation if simultaneously have an influence on customers to save at Bank Syariah Indonesia.*

Keywords: *Consumer Motivation, Knowledge, Reference Group*

Abstrak : Dalam dunia perbankan di Indonesia perbankan syariah merupakan salah satu jenis kegiatan yang didasarkan prinsip syariah yang terbebas dari riba. Berbeda dengan bank konvensional yang menggunakan bunga dalam menghimpun dan menyalurkan dana, Bank Syariah menggunakan pembiayaan sebagai akad. Dalam perbankan konvensional dan syariah terdapat perbedaan dalam hal operasional perbankan. Oleh sebab itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari pengetahuan, kelompok referensi, dan motivasi konsumen terhadap alasan nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia Jakarta Selatan. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif bertujuan untuk mengetahui besarnya variabel-variabel yang dianalisa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pengetahuan dan variabel motivasi konsumen tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan seseorang untuk menabung di Bank Syariah Indonesia.

Received Maret 30, 2023; Revised April 14, 2023; Mei 11, 2023

* Ramadhan Putra Pratama, ramadhanputra21@student.ub.ac.id

Sedangkan variabel kelompok referensi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan seseorang untuk menabung di Bank Syariah Indonesia, sehingga secara bersamaan tinggi dan rendahnya pengetahuan, kelompok referensi, dan motivasi jika bersamaan memiliki pengaruh terhadap nasabah untuk menabung di Bank Syariah Indonesia.

Kata kunci: Kelompok Referensi, Motivasi Konsumen, Pengetahuan

1. LATAR BELAKANG

Dilansir dari International Monetary Fund (IMF), perbankan mengalami tingkat pertumbuhan yang cukup pesat di keuangan sebesar 10-15% selama satu terakhir. Diindonesiapiendirian perbankan syariah ditandai dengan berdirinya Bank Muamalat Indonesia (BMI) pada tahun 1991. Indonesia juga sebelumnya mendirikan lembaga non perbankan yang menerapkan sistem syariah dalam operasional bisnisnya. Kemudian pemerintah menetapkan regulasi untuk perbankan syariah dengan UU No. Agustus 1992. Pada tahun 1998, pemerintah serta Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) menyempurnakan undang-undang tersebut menjadi UU No. Oktober 1998, menjelaskan bahwa Indonesia penerapan perbankan memiliki dua sistem (*dual banking system*), yakni perbankan syariah serta perbankan konvensional.

Di Indonesia perbankan syariah berkembang pesat, terbukti pada akhir tahun 2019, terdapat 14 bank umum syariah, 20 unit usaha syariah dan 164 BPRS. Memang, UU Perbankan Syariah sendiri diatur oleh UU No. 21 tahun 2008 mengenai perbankan syariah, bank syariah merupakan bank yang bergerak dalam kegiatan usaha berlandaskan ketentuan syariah atau ketentuan hukum Islam yang ditetapkan oleh fatwa Majelis Ulama Indonesia, seperti prinsip keseimbangan dan keadilan (*tawazun wa'adl*), universalisme (*alamiyah*), *maslahah*, dan tidak mengandung objek *riba*, *gharar*, *maysir*, kezaliman serta haram. Dalam pasal ini, Dewan Syariah Nasional (DSN) MUI memiliki peran penting untuk mengkomunikasikan fatwa tentang suatu produk yang dikeluarkan oleh perbankan syariah, jika produk tersebut diperbolehkan untuk ditawarkan kepada masyarakat dan mendapat izin dari OJK.

Sambil menjadikan perbankan syariah sebagai wadah baru kekuatan ekonomi nasional dan mempromosikan Indonesia menjadi pusat ekonomi dan keuangan syariah global, Menteri Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Erick Thohir berencana melakukan merger (penggabungan) bank syariah BUMN. Akhirnya pada 1 Februari 2021, Bank Syariah BUMN resmi berdiri. Berdasarkan edaran yang diterbitkan oleh

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang berisi tentang penerbitan izin kepesertaan bank syariah antara lain PT Bank BNI Syariah serta PT Bank Syariah Mandiri di PT Bank BRI Syariah Tbk. Edaran OJK juga memiliki izin untuk mengubah menjadi PT Bank Syariah Indonesia (BSI).

Dengan bergabungnya tiga bank syariah, direncanakan akan tercipta: 1) menjadi bank syariah terbesar di Indonesia dan berpotensi bersaing dan menjadi salah satu dari 10 besar bank syariah global berdasarkan kapitalisasi pasar; 2) bank syariah menawarkan berbagai produk berbasis teknologi untuk memberikan pengalaman perbankan digital yang lebih baik bagi nasabah; 3) bank syariah dengan jaringan yang luas didukung oleh lebih dari 1.200 cabang yang dapat menangani layanan yang diminta oleh nasabah; 4) memiliki neraca dan kinerja keuangan yang baik dengan target peningkatan modal sebesar Rp272 triliun dan peningkatan modal sebesar Rp336 triliun pada tahun 2025; 5) Pendapatan yang besar dan masa depan keuangan yang positif sejalan dengan pertumbuhan Bank Syariah Indonesia. Dengan terjadinya merger bank syariah di Indonesia menjadikan kinerja keuangan Bank Syariah Indonesia telah mengakuisisi 240aria Rp 239,56 triliun, Dana Pihak Ketiga (DPK) sebanyak Rp 209,98 triliun, Distributed Financing (DF) Rp 156,61 triliun, modal Rp 22,61 triliun dan laba bersih Rp 2,19 triliun.

Penggabungan tiga bank syariah milik BUMN bertujuan untuk meningkatkan kapitalisasi serta kapabilitas Bank Syariah Indonesia di Indonesia sebagai bank terbesar ke-8 di Indonesia. Perbankan syariah juga diharapkan bisa memiliki masa depan yang cerah mengingat jumlah populasi penduduk muslim yang sangat banyak di Indonesia. Menurut data dari Kementerian Agama RI yang memiliki jumlah penduduk beragama Islam sebesar 231 juta jiwa.

2. KAJIAN TEORITIS

a) Bank Syariah

Pada UU No. 21 Tahun 2008 membahas tentang perbankan ini juga akan membantu memperkuat kehadiran bank syariah di Indonesia. Hukum mengatur segala hal yang terkait dengan kegiatan usaha, organisasi serta tata cara serta proses dalam menjalankan kegiatan usaha perbankan syariah. Bank syariah sendiri berarti bank yang beroperasi serta produknya dikembangkan berdasarkan asas-asas syariah Islam,

yakni Al-Qur'an dan Hadits. Antonio (2001) mengungkapkan bahwa bank syariah merupakan bank yang kegiatannya dilakukan berdasarkan ketentuan kaidah syariah Islam, khususnya yang berkaitan dengan tata cara muamalat Islam. Tentang tata cara membeli malah menjauhi perbuatan yang mengandung paksaan atau hal-hal yang dilarang lainnya.

b) Pengertian Teori Konsumsi

Dalam ekonomi konvensional, konsumsi selalu dikaitkan dengan pencapaian kepuasan (utilitas) dalam setiap perilaku konsumsi. Teori konsumsi adalah teori yang menjadi dasar berbagai macam kajian dalam ilmu ekonomi. Dalam prakteknya, teori konsumsi menjelaskan bagaimana perilaku konsumsi individu dalam perekonomian dan juga memberikan gambaran dasar bagaimana perilaku dan pola berfikir seorang individu dalam melakukan konsumsi. Menurut Mankiw (2006), teori konsumsi Keynes sering disebut sebagai teori Hipotesis Pendapatan Absolut (Absolute Income Hypothesis) yang menyatakan bahwa tingkat konsumsi individu secara absolut ditentukan tingkat pendapatannya. Faktor lain yang mempengaruhi tingkat konsumsi selain tingkat pendapatan dianggap tidak berpengaruh secara signifikan.

c) Teori Perilaku Konsumen

James F. Angel mengungkapkan bahwa perilaku konsumen dijelaskan sebagai seseorang yang berhubungan langsung dengan penggunaan dan perolehan barang atau jasa, termasuk cara pengambilan keputusan untuk melakukan hal tersebut (Mangkunegara, 2012). David L. Loudon dan Albert J. Della Bitta (1979) berpendapat bahwa perilaku konsumen dapat diartikan sebagai pengambilan keputusan dan proses yang berkaitan dengan berbagai cara seperti mengevaluasi, menerima dan menggunakan atau menggunakan barang atau jasa.

d) Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam

Dalam ekonomi Islam, penekanannya adalah pada sikap orang ke harta. Ini mencakup semua aktivitas pencarian kekayaan (produksi), pengumpulan kekayaan (pengelolaan) dan konsumsi kekayaan (konsumsi) orang. Menurut Mannan, konsumsi seseorang dengan memakai kaidah Islam harus berpegangan pada lima asas, yakni asas kebersihan, asas keadilan, asas kesederhanaan, asas moralitas serta asas kedermawanan (Mannan, 1995). Meskipun dijelaskan oleh Yusuf Qardhawi (1999) pada ekonomi Islam

konsumsi terdapat tiga asas yakni membelanjakan harta untuk kebaikan serta menghindari keserakahan, kesederhanaan dan tidak boros.

e) Teori Perilaku Konsumen Muslim

Muhammad Muflih berpendapat mengenai konsumsi dalam Islam, perilaku konsumen harus mencerminkan hubungan antarmanusia dengan Allah. Konsumen muslim akan menggunakan pendapatan mereka untuk mencukupi kebutuhan duniawi serta akhiratnya. Konsumsi sendiri sebenarnya berdekatan erat dengan peran keimanan. Peran keimanan menjadi alat ukur penting. Keimanan dapat memberikan cara pandang dunia berbeda yang mempengaruhi perilaku, kepribadian manusia, selera, gaya hidup, sikap-sikap terhadap manusia, sumber daya, dan ekologi. Keimanan memberikan pengaruh kepada kualitas, kuantitas, dan sifat konsumsi dalam kepuasan spiritual dan material. (Muflih, 2006).

f) Teori Alasan Bertindak

Alasan bertindak merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi terhadap kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan. Hal ini sebagai kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian. Minat beli merupakan instruksi diri konsumen untuk melakukan pembelian atas suatu produk, melakukan perencanaan, mengambil tindakan dan akhirnya mengambil keputusan untuk melakukan pembelian. (Andespa, 2017)

g) Pengetahuan

Pengetahuan adalah pengalaman yang tertanam dalam diri manusia. Pengetahuan juga dapat disebut sebagai informasi, informasi didapat melalui segala sumber media, seperti media cetak, internet, radio, televisi atau melalui pengalaman. Pengetahuan itu sendiri juga memiliki keterkaitan dengan ekonomi yang dikenal dengan istilah konsumsi pengetahuan (Sumarwan, 2017). Menurut Adawiyah (2015), pengetahuan konsumen ialah segala informasi yang dipunyai oleh konsumen tentang jasa dan produk, serta pengetahuan terkait dengan jasa dan produk, jasa-jasa dan informasi terkait dengan

funksinya bagi konsumen. Konsumen yang baik biasanya mempunyai pengetahuan tentang produk yang akan dibelinya

h) Motivasi Konsumen

Schiffman dan Kanuk (2008) berpendapat bahwa motivasi adalah kekuatan pendorong yang mendorong individu untuk berbuat. Schiffman dan Kanuk (2008) motivasi konsumen yang disarankan meliputi: Aktivasi psikologis, aktivasi emosional, aktivasi kesadaran, dan aktivasi lingkungan. Menurut Keynes (1936), ada delapan macam motif dalam menabung, yaitu: (1) merupakan bentuk lindung nilai yang ditujukan untuk mengisi cadangan guna mengantisipasi kontinjensi, (2) melihat ke depan, merupakan bentuk memprediksi perbedaan pendapatan dan pengeluaran di masa depan, (3) keinginan untuk memperoleh keuntungan, (4) menaikkan standar hidup, (5) menginginkan kebebasan dan kekuasaan untuk bebas melakukan apa saja, (6) dapat memiliki kebebasan jika mereka ingin menginvestasikan uang ke dalam bisnis jika memungkinkan, (7) untuk mewarisi dan (8) rakus akan kekayaan.

i) Kelompok Referensi

Schiffman dan Kanuk (2008) menyatakan bahwa suatu kelompok dengan acuan yang sama dipahami digunakan oleh seseorang sebagai pedoman, acuan dan acuan untuk menentukan sikap dan tingkah laku. Menurut Pramudi (2015), kelompok referensi ialah seseorang atau kelompok orang yang mempengaruhi perilaku dan memberikan norma serta nilai bagi perilaku seseorang. Sementara menurut Assael (1992), kelompok referensi ialah kelompok yang bertindak sebagai acuan individu tentang keyakinan, sikap dan perilaku. Grup referensi dapat mencakup satu atau lebih orang.

3. METODE PENELITIAN

a) Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif merupakan data berbentuk numerik, dimulai dari pengumpulan data hingga melihat hasil pencarian Menurut Sugiyono, metode kuantitatif merupakan metode penelitian berdasarkan fakta, bahwa fenomena dan gejala diamati dan diukur serta mempunyai hubungan sebab akibat yang akan digunakan untuk mempelajari suatu populasi maupun sampel.

b) Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2016) dari pernyataan Roscoe dalam memberikan pedoman dalam pengukuran sampel dalam buku *Research for Business* (1982:253) bahwa salah satu bentuk ukuran sampel yang dapat digunakan adalah responden yang digunakan dalam penelitian antara 30 hingga 500 sampel. Dari penjelasan tersebut, penelitian ini mengambil 30 sampel karena dengan jumlah sampel yang ditentukan sudah dapat memenuhi kriteria minimum responden dalam penelitian. Maka sebab itu, pengambilan sampel penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 30 responden dengan kriteria calon responden yang telah ditetapkan. Responden yang dipilih sebagai sampel merupakan yang memenuhi kriteria : (1) Seseorang yang berusia 17-40 tahun; (2) sudah menabung dan memiliki rekening sendiri di Bank Syariah Indonesia; (3) berdomisili di Jakarta Selatan.

c) Jenis dan Sumber Data

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan data primer. Menurut Sugiyono (2019), data primer merupakan sumber data yang diberikan secara langsung kepada pengumpul data, seperti data hasil wawancara atau data yang dipilih dari responden melalui kuesioner, konsultasikan dengan peneliti dengan narasumber. Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode angket (kuesioner) untuk mengumpulkan data primer dari para responden. Pada penelitian ini, peneliti membagikan kuesioner kepada masyarakat yang pernah menyimpan tabungannya di bank syariah. Narasumber dalam penelitian ini akan menjawab kuesioner berupa pernyataan-pernyataan yang terkait dengan masalah penelitian ini. Untuk mengumpulkan data penelitian, peneliti akan mengedarkan angket (kuesioner) secara online menggunakan Google Form untuk mendukung responden yang memenuhi kriteria peneliti.

d) Instrumen Penelitian

Penelitian ini menggunakan instrumen skala Likert sebab berkaitan dengan pendapat atau persepsi individu mengenai sebuah pernyataan. Skala Likert 5 titik digunakan dengan keterangan Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Ragu-ragu (RG), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS).

e) Metode Analisis Data

(1) Uji Validitas

Menurut Ghazali (2009), uji validitas mengukur sah atau tidaknya suatu survei. Sebuah survei dapat dikatakan sah jika pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner dapat mengatakan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Suatu tes dapat dinyatakan memiliki tingkat validitas yang tinggi apabila tes tersebut memenuhi tugas pengukurannya atau memberikan hasil pengukuran yang akurat dan tepat sesuai dengan tujuan tes tersebut. Suatu klaim juga dapat dikatakan valid jika angka R lebih besar dari R tabel. Sebaliknya, jika angka R lebih kecil dari R tabel, maka soal tidak valid dan harus dihapus atau diganti dengan soal atau pernyataan lain.

(2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur konsistensi angket yang menjadi indikator dari variabel. Suatu angket dinyatakan reliabel apabila jawaban individu terhadap pertanyaan konsisten dari waktu ke waktu (Ghozali, 2006). Hasil uji reliabilitas dapat dilakukan dengan melihat nilai Cronbach Alpha. Hasil uji reliabilitas ditentukan dengan skala berikut:

1. Nilai *Alpha Cronbach* < 0,6, maka kuesioner dinyatakan tidak reliabel atau tidak konsisten
2. Nilai $0,6 \leq \text{Alpha Cronbach} \leq 0,8$, maka kuesioner dinyatakan cukup reliabel atau konsisten
3. Nilai *Alpha Cronbach* $\geq 0,8$, maka kuesioner dinyatakan sangat reliabel atau sangat konsisten

(3) Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis menggunakan regresi berganda dipergunakan untuk memprediksi sebesar apa pengaruh satu atau beberapa variabel bebas (*independen*), yakni pengetahuan (X1), Kelompok Referensi (X2), dan Motivasi (X3) terhadap variabel terikat (*dependen*), yaitu Nasabah Menabung di Bank Syariah Indonesia (Y). Untuk menghitung regresi linear berganda didalam penelitian ini akan menggunakan bantuan software SPSS. Adapun model persamaan yang digunakan adalah:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Keterangan :

Y = Alasan Nasabah Menabung di Bank Syariah Indonesia

β_0 = Konstanta

$\beta_1 \beta_2 \beta_3$ = Koefisien regresi variabel independen

X1 = Pengetahuan

X2 = Kelompok Referensi

X3 = Motivasi

ε = Standard error

(4) Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas data memiliki tujuan untuk menguji apakah berdistribusi normal apakah normal atau tidak, Gozali (2007). Uji normalitas *Kolmogorov Smirnov* dapat dipakai untuk menguji data yang telah terkumpul terdistribusi normal atau tidak. Nilai signifikansi variabel dilihat untuk metode pengujian normal atau tidaknya didistribusi data dilakukan. Kriteria pengambilan kesimpulannya adalah:

- 1) Jika $\text{sig} > 0,05$ maka data pada variabel berdistribusi normal.
- 2) Jika $\text{sig} < 0,05$ maka data pada variabel tidak berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas mempunyai tujuan guna menguji apakah model regresi menemukan adanya korelasi antar variabel independen, Gozali (2007:91). Prasyarat yang harus dipenuhi pada model regresi ialah tidak terdapat multikolinearitas. Pada penelitian uji multikolinearitas dilaksanakan dengan melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF) pada model regresi. Jika nilai VIF lebih kecil dari 10 maka tidak terjadi gejala multikolinearitas, sebaiknya apabila nilai VIF lebih besar maka memperlihatkan bahwa terdapat multikolinearitas, Gozali (2007:91-92).

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan guna mengetahui apakah terdapat penyimpangan dari asumsi dari kelas heteroskedastisitas, yakni terdapat ketimpangan varian dari residual untuk semua observasi dalam model regresi. Prasyarat untuk model regresi ialah tidak adanya gejala heteroskedastisitas. Untuk menguji heteroskedastisitas dilaksanakan dengan menggunakan uji Park, yakni ada

ketidaksamaan meregresikan nilai residual (L_{nei2}) untuk setiap variabel dependen, kriteria pengambilan keputusan:

- 1) Apabila $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$, artinya tidak terdapat heterokedasitas.
- 2) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ yang artinya terdapat heterokedasitas.

(5) Uji Hipotesis

Uji F

Uji-F diaplikasikan untuk mengetahui variabel bebas (independen) yakni pengetahuan (X1), kelompok referensi (X2), dan Motivasi (X3) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (dependen), yakni nasabah yang telah menabung di Bank Syariah Indonesia (Y) secara serentak. Adapun prosedurnya yaitu sebagai berikut:

- 1) H_0 : Pengetahuan, Kelompok Referensi, dan Motivasi tidak memberikan pengaruh yang signifikan kepada nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia.
- 2) H_1 : Pengetahuan, Kelompok Referensi, dan Motivasi memberikan pengaruh yang signifikan kepada nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia.

Kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) Hipotesis diterima apabila nilai probabilitas $F < \alpha$ (0,05) atau $F_{hitung} > F_{tabel}$.
- 2) Hipotesis ditolak apabila nilai probabilitas $F > \alpha$ (0,05) atau $F_{hitung} < F_{tabel}$.

Uji t (Uji Parsial)

Uji t ini dilaksanakan untuk memberikan gambaran besarnya signifikansi pengaruh dari variabel bebas (independen) yakni Pengetahuan (X1), Referensi Konsumen (X2), Pengetahuan (X3) terhadap variabel terikat (dependen), yaitu Nasabah Yang Menabung di Bank Syariah Indonesia (Y) secara parsial. Adapun kriterianya antara lain yakni:

$H_0 : \beta_i \leq 0$, artinya secara parsial Pengetahuan, Referensi Konsumen, dan Motivasi tidak memberikan pengaruh positif dan signifikan bagi Nasabah Menabung di Bank Syariah Indonesia.

H1: $\beta_i > 0$, berarti secara parsial Pengetahuan, Referensi Konsumen, dan Motivasi memberikan pengaruh positif dan signifikan bagi Nasabah Menabung di Bank Syariah Indonesia. Kriteria pengambilan keputusannya sebagai berikut:

1. H_0 diterima t atau $\leq t$ tabel atau $\text{sig } t \geq \alpha = 5\%$
2. H_1 ditolak t hitung $> t$ tabel atau $\text{sig } t < \alpha = 5\%$

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 HASIL PENELITIAN

a) Pengumpulan Data

Dikarenakan banyaknya jumlah subjek yang tersebar di wilayah yang luas, maka metode pengumpulan data primer penelitian ini memakai angket (kuesioner). Kuesioner adalah pengumpulan data yang melibatkan pemberian pertanyaan tertulis kepada responden (Sugiyono, 2019). Pada penelitian ini, peneliti membagikan kuesioner kepada masyarakat yang pernah menyimpan tabungannya di bank syariah.

b) Lokasi dan Waktu Penelitian

Objek pada penelitian ini adalah masyarakat Indonesia yang menggunakan produk dan jasa di Bank Syariah Indonesia. Responden dalam penelitian ini merupakan nasabah yang sudah menabung di Bank Syariah Indonesia. Waktu yang dibutuhkan dalam melakukan penelitian ini selama 1 bulan.

c) Hasil Analisis Data

Uji Validitas

Berdasarkan hasil uji validitas instrumen dengan menggunakan program SPSS ver 23, terdapat 18 pernyataan yang valid karena memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,361), tetapi terdapat 2 pernyataan yang tidak valid karena memiliki nilai r hitung yang lebih kecil dari r tabel (0,361). Artinya 2 pernyataan tersebut tidak termasuk uji reliabilitas.

Uji Reabilitas

Berdasarkan hasil uji reabilitas instrumen dengan menggunakan program SPSS ver 23, dapat dilihat nilai dari Alpha Cronbach adalah sebanyak 0,934 menunjukkan

nilai tersebut lebih besar dari 0,6. Maka, hal ini membuktikan bahwa semua indikator dalam penelitian ini dikatakan reliabel.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4.1 Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.695	1.944		.872	.391	
	Pengetahuan (X1)	.038	.195	.027	.197	.845	.503
	Kelompok Referensi (X2)	.586	.189	.564	3.101	.005	.286
	Motivasi (X3)	.339	.178	.324	1.909	.067	.327

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung (Y)

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji reabilitas instrumen dengan menggunakan program SPSS ver 23, terdapat persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 1,695 + 0,038 X_1 + 0,586 X_2 + 0,339 X_3$$

Dari persamaan diatas dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Konstanta (a) sebanyak 1,695, maka hal ini menunjukkan bahwa walaupun variable pengetahuan, kelompok referensi, dan motivasi bernilai nol maka variabel alasan menabung sebanyak 1,695.
2. Koefisien (β_1) sebanyak $0,038 > 0$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel pengetahuan (X_1) berpengaruh positif terhadap variabel alasan menabung (Y). Jika variabel pengetahuan meningkat maka variabel alasan menabung juga akan meningkat, begitu pula sebaliknya.
3. Koefisien (β_2) sebanyak $0,586 > 0$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kelompok referensi (X_2) berpengaruh positif terhadap variabel alasan menabung (Y). Jika variabel kelompok referensi meningkat maka variabel alasan menabung juga akan meningkat, begitu pula sebaliknya.
4. Koefisien (β_3) sebanyak $0,339 > 0$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel motivasi (X_3) berpengaruh positif terhadap variabel alasan menabung (Y). Jika variabel motivasi meningkat maka variabel alasan menabung juga akan meningkat, begitu pula sebaliknya.

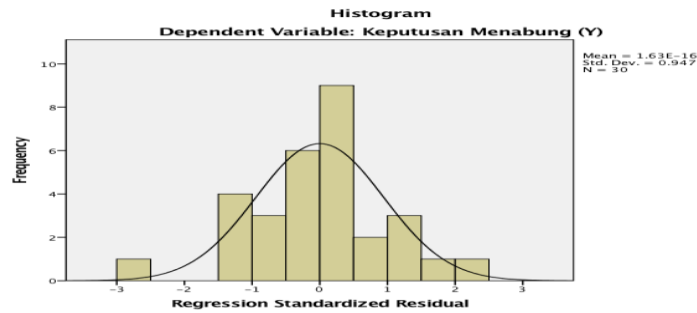
Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas yang dilakukan dalam penelitian ini yakni dengan menggunakan histogram, normal P-P Plot, dan Uji Kolomgrov-Sminov.

1) Grafik Histogram

Gambar.1 Histogram

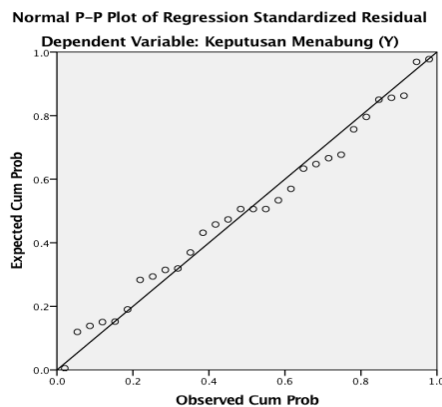


Sumber: Data Primer Dioleh, 2022

Berdasarkan Gambar terlihat bahwa variabel terdistribusi dengan normal. Hal ini ditunjukkan dengan distribusi data tidak miring ke kiri atau ke kanan dan membentuk pola lonceng.

2) Normal P-P Plot

Gambar. 2 Normal P-P Plot



Sumber: Data Primer Dioleh, 2022

3) Pendekatan Kolmogorov-Smirnov

Gambar. 3 Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		1.89318502
Most Extreme Differences	Absolute		.080
	Positive		.080
	Negative		-.074
Test Statistic			.080
Asymp. Sig. (2-tailed)			.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data Primer Dioleh, 2022

Berdasarkan uji normalitas Kolmogorov-Smirnov diperoleh nilai signifikansi sebanyak 0,20 lebih besar dari 0,05 maka dapat dinyatakan data berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel. 3 : Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	1.695	1.944		.872
	Pengetahuan	.038	.195	.027	.197
	Kelompok Referensi	.586	.189	.564	3.101
	Motivasi	.339	.178	.324	1.909

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung

Sumber: Data Primer Dioleh, 2022

Dari tabel dapat dilihat bahwa:

1. Nilai VIF dari variabel pengetahuan (X1), kelompok referensi (X2), dan motivasi (X3) lebih kecil dari 10 ($VIF < 10$), hal ini sesuai dengan apa yang dikatakan oleh Ghazali (2011) jika nilai $VIF < 10$ maka tidak terjadi gejala multikolinieritas.
2. Nilai Tolerance dari variabel pengetahuan (X1), kelompok referensi (X2), dan motivasi (X3) lebih besar dari 0,1, hal ini juga menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Menurut hasil pengolahan data yang dilakukan dapat dilihat bahwa dalam model regresi ini tidak mengarah adanya heteroskedastisitas. Hal ini diperlihatkan dengan tingkat signifikansi dari ketiga variabel lebih dari 0,05, yang mana tingkat signifikansi variabel pengetahuan (X1) sebanyak 0,208, tingkat signifikansi variabel pengetahuan (X2) sebanyak 0,226, dan tingkat signifikansi variabel motivasi (X3) sebanyak 0,606.

Tabel. 4 Hasil Uji Glejser

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	3.866	1.178		.003
	Pengetahuan	-.153	.118	-.328	.208
	Kelompok Referensi	.026	.115	.076	.823
	Motivasi	-.056	.108	-.164	.606

a. Dependent Variable: RES2

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Uji Hipotesis

Uji F (Simultan)

Dalam penelitian ini diketahui memiliki jumlah sampel (n) sebanyak 30 Dan jumlah dari keseluruhan variabel (k) sebanyak 4. Nilai Fhitung didapat dengan memakai SPSS, kemudian dibandingkan dengan Ftabel pada tingkat 2,92. Berdasarkan dari table dapat dilihat bahwa Fhitung ialah 26,609 dengan tingkat signifikansi 0,000 sedangkan Ftabel ialah 2,92. Maka, dapat diketahui Fhitung (26.609) > Ftabel (2,92) dan tingkat signifkansinya 0,000 < 0,05 memperlihatkan bahwa variabel pengetahuan, kelompok referensi, dan motivasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel alasan menabung. Dan variabel X memiliki pengaruh sebanyak 75,4% kepada variabel Y.

Tabel. 5 Hasil Uji ANOVA

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	319.120	3	106.373	26.609	.000 ^b
	Residual	103.940	26	3.998		
	Total	423.060	29			

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung

b. Predictors: (Constant), Motivasi, Pengetahuan, Kelompok Referensi

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Uji t (Parsial)

Tingkat kesalahan (α) = 5% dan derajat kebebasan (df) = $(n-k) = 30-4 = 26$. Maka nilai t_{tabel} yang digunakan adalah 2,056.

Tabel. 6 Hasil Uji T

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	1.695	1.944		.391
	Pengetahuan	.038	.195	.027	.845
	Kelompok Referensi	.586	.189	.564	.005
	Motivasi	.339	.178	.324	.067

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

1. Koefisien (β_1) sebanyak 0,038 > 0, dengan nilai t_{hitung} (0,197) < t_{tabel} (2,056) dan signifikan (0,845) > 0,05. Dengan ini variabel pengetahuan (X1) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan menabung (Y) karena nilai t hitung lebih kecil dari t tabel.
2. Koefisien (β_2) sebanyak 0,586 > 0 dengan nilai t_{hitung} (3,101) > t_{tabel} (2,056) dan signifikan (0,005) < 0,05. Dengan demikian variabel kelompok referensi (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel alasan menabung (Y). Maka apabila variabel kelompok referensi ditingkatkan maka variabel alasan menabung (Y) akan meningkat signifikan, dan begitu juga sebaliknya.

3. Koefisien (β_3) sebanyak $0,339 > 0$ dengan nilai t_{hitung} ($1,909$) $< t_{tabel}$ ($2,056$) dan signifikan ($0,067$) $> 0,05$. Dengan demikian variabel motivasi (X_3) tidak berpengaruh yang signifikan terhadap variabel alasan menabung (Y) karena nilai t hitung lebih kecil dari t tabel.

Uji Determinasi (R^2)

Tabel. 7 Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.869 ^a	.754	.726	1.999426

a. Predictors: (Constant), Motivasi, Pengetahuan, Kelompok Referensi

b. Dependent Variable: Keputusan Menabung

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan Tabel dapat dilihat bahwa R square sebanyak $0,754$ yang berarti $75,4\%$ variabel alasan menabung dijelaskan oleh variabel pengetahuan, kelompok referensi, dan motivasi sedangkan sisanya sebanyak $24,6\%$ dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

4.2 PEMBAHASAN

Pengaruh Variabel Pengetahuan terhadap Variabel Alasan Menabung

Hasil penelitian memperlihatkan nilai Koefisien (β_1) sebanyak $0,038 > 0$, dengan nilai t_{hitung} ($0,197$) $< t_{tabel}$ ($2,056$) dan signifikan ($0,845$) $> 0,05$. Dengan demikian variabel pengetahuan (X_1) tidak berpengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan menabung (Y) karena nilai t hitung lebih kecil dari t tabel. Maka apabila variabel pengetahuan ditingkatkan maka tidak akan memberikan pengaruh terhadap peningkatan variabel alasan menabung, begitu pula sebaliknya. Hal ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Oriesta dan Ratih dalam hal pengetahuan tentang bank syariah memiliki pengaruh positif dan signifikan dalam alasan seseorang menabung di bank syariah. Semakin banyak pengetahuan yang dimiliki oleh seseorang maka akan meningkat juga keputusan seseorang untuk menabung di bank syariah. Sedangkan dalam penelitian ini variabel pengetahuan tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap alasan menabung seseorang. Hal ini disebabkan masyarakat di wilayah Kota Jakarta Selatan walaupun sudah memiliki pengetahuan yang tinggi belum tentu mau

menabung di Bank Syariah Indonesia Kota Jakarta. Sehingga semakin tinggi pengetahuan yang dimiliki masyarakat Kota Jakarta Selatan tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel pengetahuan ini.

Pengaruh Variabel Kelompok Referensi terhadap Variabel Alasan Menabung

Hasil penelitian menunjukkan nilai koefisien (β_2) sebanyak $0,586 > 0$. Hal ini membuktikan bahwa variabel kelompok referensi (X_2) berpengaruh positif terhadap variabel alasan menabung (Y). Jika variabel kelompok referensi meningkat maka variabel alasan menabung juga akan meningkat, begitu pula sebaliknya. Pengambilan keputusan seseorang dipengaruhi oleh faktor sosial seperti kelompok referensi. Pengaruh dalam hal ini yang paling besar berasal dari kelompok primer seperti keluarga, teman dekat, tetangga, dan lainnya (Kotler, 1990). Dengan hal ini maka pengaruh kelompok referensi akan lebih kuat dan besar kemungkinan untuk menabung di bank syariah. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Utami, et al., (2015), Kartikasari dan Endratno (2016) dan Wina, et al., (2015) yang menyatakan bahwa kelompok referensi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap alasan menabung di bank syariah. Hal ini juga menunjukkan masyarakat di Kota Jakarta Selatan menabung di Bank Syariah Indonesia masih didasarkan oleh pemasaran dari lingkungan sekitar atau agar memiliki kesamaan dengan lingkungan sekitar. Dan hal ini menunjukkan bahwa nasabah Bank Syariah Indonesia Jakarta Selatan belum didasari oleh faktor yang logis karena masih didasari oleh faktor ini.

Pengaruh Variabel Kelompok Referensi terhadap Variabel Alasan Menabung

Hasil penelitian memperlihatkan Koefisien (β_3) sebanyak $0,339 > 0$ dengan nilai $t_{hitung} (1,909) < t_{tabel} (2,056)$ dan signifikan $(0,067) > 0,05$. Dengan demikian variabel motivasi (X_3) tidak berpengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan menabung (Y) karena nilai t hitung lebih kecil dari t tabel. Artinya jika variabel motivasi meningkat maka tidak akan memberikan pengaruh terhadap peningkatan variabel alasan menabung. Motivasi ialah salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan seseorang (Kotler, 2012). Dan dari penelitian Melina, Mustika, dan Jati (2021) dan Mayasari, et al., (2017) bahwa makin baik motivasi seseorang akan berakibat terhadap meningkatnya keputusan seseorang untuk menabung di bank syariah. Penelitian ini

tidak sejalan dengan penelitian sebelumnya dalam pengaruh motivasi dengan alasan menabung.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Menurut hasil penelitian dan pembahasan yang dilaksanakan pada penelitian ini, maka peneliti mendapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Tinggi dan rendahnya pengetahuan, kelompok referensi dan motivasi jika secara bersamaan memiliki pengaruh terhadap nasabah untuk menabung di Bank Syariah Indonesia.
2. Tinggi rendahnya pengetahuan seseorang terhadap bank syariah tidak mempunyai pengaruh yang signifikan dengan keputusan seseorang untuk menabung di Bank Syariah Indonesia. Maka, apabila seseorang memiliki seseorang pengetahuan yang banyak tentang Bank Syariah Indonesia baik berupa perbedaan bank syariah dengan bank konvensional dan keuntungan dalam menggunakan bank syariah, orang tersebut belum tentu memutuskan untuk menggunakan Bank Syariah Indonesia atau memiliki pengetahuan yang tinggi tentang Bank Syariah Indonesia belum tentu menjadi alasan ia menabung di Bank Syariah Indonesia.
3. Tinggi rendahnya kelompok referensi mempunyai pengaruh terhadap keputusan seseorang untuk menabung di Bank Syariah Indonesia. Sehingga semakin banyak orang-orang sekitar dari nasabah Bank Syariah Indonesia yang menabung disana maka akan memiliki pengaruh terhadap alasan seseorang untuk menggunakan Bank Syariah Indonesia. Dan yang menjadi faktor paling berpengaruh dalam hal ini orang-orang terdekat yaitu, keluarga dan teman yang sudah menggunakan Bank Syariah Indonesia terlebih dahulu. Dan hal ini menunjukkan bahwa nasabah Bank Syariah Indonesia Jakarta Selatan belum didasari oleh faktor yang logis karena masih didasari oleh faktor ini.

Tinggi rendahnya motivasi tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan seseorang untuk menabung di Bank Syariah Indonesia. Sehingga setinggi atau serendah apapun motivasi seseorang untuk menabung di Bank Syariah Indonesia tidak memberikan pengaruh apapun terhadap alasan seseorang untuk menabung di Bank Syariah Indonesia.

5.2 SARAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan, Adapun saran yang bisa diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bagi akademisi, penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menjadi bahan referensi untuk pembuatan penelitian selanjutnya. Peneliti juga berharap penelitian ini dapat menjadi sumber wawasan baru dalam pembelajaran dan dokumentasi pihak kampus.
2. Bagi penelitian selanjutnya peneliti berharap dapat menambahkan variabel independen lain yang lebih relevan dalam mempengaruhi nasabah dalam menabung di Bank Syariah Indonesia. Peneliti juga berharap peneliti berikutnya bisa lebih menyempurnakan penelitian dengan melakukan penelitian lebih lebih dalam dan dalam skala yan lebih besar.
3. Bank Syariah Indonesia diharapkan dapat lebih mencari cara untuk agar terus berkembang dan mencari agar dapat memperbanyak jumlah nasabah yang menggunakan jasanya. Dikarenakan dalam beberapa tahun terakhir Bank Syariah sendiri mengalami peningkatan dalam nasabahnya dan diharapkan dapat bersaing dengan bank konvensional dan dapat benar-benar menganut sistem perbankan syariah yang sesuai syariat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu sehingga panduan ini dapat terselesaikan. Ucapan terima kasih khusus kami sampaikan kepada Asosiasi Dosen Ilmu Ekonomi Universitas Brawijaya dan Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya yang memungkinkan jurnal ini bisa diterbitkan.

DAFTAR REFERENSI

- Basuki, A. T. (2009). Uji validitas dan realibilitas dalam regresi. *Bahan Ajar Ekonometrika Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*, 1–24.
- Engel, F. J., Blacwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). In *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Hidayati, N., Siregar, H., & Pasaribu, S. H. (2017). Determinant of Efficiency of the Islamic Banking in Indonesia. *Buletin Ekonomi Moneter Dan Perbankan*, 20(1), 29–48. <https://doi.org/10.21098/bemp.v20i1.723>
- Kotler, P. (2002). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Prenhallindo.
- Ghozali. (2009). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali. (2011). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kamarudin, F., Sufian, F., Loong, F. W., & Anwar, N. A. M. (2017). Assessing the domestic and foreign Islamic banks efficiency: Insights from selected Southeast Asian countries. *Future Business Journal*, 3(1), 33–46. <https://doi.org/10.1016/j.fbj.2017.01.005>
- Kholid, M. (2018). Prinsip-Prinsip Hukum Ekonomi Syariah Dalam Undang-Undang Perbankan Syariah. *Asy-Syari'ah*, 20(2), 145–162. <https://doi.org/10.15575/as.v20i2.3448>
- Kurniati. (2016). Teori Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam. *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 6(1), 45–52. <http://ejournal.almaata.ac.id/index.php/JESI/article/view/387>
- Marimin, A., & Romdhoni, A. H. (2017). Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 1(02), 75–87. <https://doi.org/10.29040/jiei.v1i02.30>
- Miftahuddin, M. (2019). Perbandingan Konsep Keuangan pada Bank Syariah dan Bank Konvensional. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 2(2), 213–228. <https://doi.org/10.34007/jehss.v2i2.86>
- Rianto, M. R., Jasfar, F., & Arafah, W. (2021). Mediating Effect of Organization Learning on the Relationship Between Strategic Change, Knowledge Management and Transformational Leadership ; Case of Indonesia Islamic Banks. *Journal of Economic Development, Environment and People*, 10(3), 26–49. <https://doi.org/10.26458/jedep.v10i3.697>
- M., M. (2020). Perspectives on Global Leadership and the COVID-19 Crisis. In *Advances in Global Leadership* (Vol. 13). <https://doi.org/10.1108/S1535-120320200000013001>
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2010). Metode Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Utami Marijati Sangen, W., & Yudy Rachman, M. (2015). ANALISIS PENGARUH RELIGIUSITAS, KELOMPOK REFERENSI DAN MOTIVASI TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG DI BANK SYARIAH (Studi Pada Nasabah Bank Syariah di Kota Banjarmasin). *Jurnal Wawasan Manajemen*, 3(1), 1–12.
- Wasiaturrahma, Sukmana, R., Ajija, S. R., Salama, S. C. U., & Hudaifah, A. (2020). Financial performance of rural banks in Indonesia: A two-stage DEA approach. *Heliyon*, 6(7), e04390. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e04390>
- Wulandari, D., & Subagio, A. (2015). Consumer Decision Making in Conventional Banks and Islamic Bank based on Quality of Service Perception. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 211(September), 471–475. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.062>
- Zain, A. (2019). Pengaruh Pengetahuan Santri Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).
- Zulfison, Puspita, & Tyanto, R. (2020). Pengaruh Religiusitas, Kelompok Referensi dan Pengetahuan terhadap Bank Syariah pada Nasabah Bank Syariah DKI Jakarta. *Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan*, 5(1), 1–10.