

**PENGARUH FAKTOR DEMOGRAFI DAN SIKAP NASABAH
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENABUNG DI BRI SYARIAH
KCP PONOROGO**

SKRIPSI



Oleh :

SITI NUR MU'ALIFATUT THOYIBAH

210816004

Pembimbing:

RIDHO ROKAMAH, S. Ag, M. S. I

NIP. 197412111999032002

**JURUSAN PERBANKAN SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

2020

ABSTRAK

Thoyibah, Siti Nur Mu'alifatut. Pengaruh Faktor Demografi dan Sikap Nasabah Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di BRI Syariah KCP Ponorogo. *Skripsi*. 2020. Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing: Ridho Rokamah, S. Ag, M. S. I.

Kata Kunci: Demografi, Sikap, Keputusan Menabung

Perubahan yang terjadi di dunia keuangan juga diikuti dengan pola pikir masyarakat yang selalu ingin diberikan berbagai macam kemudahan dan kenyamanan termasuk dalam hal keputusan pembelian. Keputusan konsumen muncul karena adanya penilaian yang objektif atau karena dorongan emosi. Dalam hal ini, perusahaan juga harus mampu meminimalisir resiko dan ancaman yang timbul dari faktor demografi. Faktor demografi dapat mempengaruhi perilaku seseorang, termasuk dalam mengelola perilaku keuangannya. Yang dimana secara tidak langsung sikap individu cenderung memiliki perbedaan dengan adanya perbedaan jenis kelamin, usia, pendidikan dan pendapatan. Di lain sisi, nasabah memiliki alasan-alasan tertentu dalam hal menabung dan sikap nasabah yang nampak yaitu anggapan nasabah terhadap bank syariah sama dengan bank-bank umum lainnya. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh faktor demografi dan sikap nasabah terhadap keputusan nasabah menabung di BRI Syariah KCP Ponorogo.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Analisis datanya adalah regresi linier berganda. Metode pengumpulan datanya menggunakan angket atau kuesioner. Sedangkan pengolahan datanya menggunakan program aplikasi IBM SPSS 21. Teknik sampel yang digunakan adalah teknik purposive sampling dengan jumlah orang yang dijadikan sumber data adalah 100 nasabah.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan antara faktor demografi jenis kelamin terhadap keputusan nasabah menabung di BRI Syariah KCP Ponorogo dengan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $0,203 < 1,985$, terdapat pengaruh negatif dan signifikan antara faktor demografi usia terhadap keputusan nasabah menabung di BRI Syariah KCP Ponorogo dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $-2,199 > 1,985$, terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan antara faktor demografi pendidikan terhadap keputusan nasabah menabung di BRI Syariah KCP Ponorogo dengan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $-0,111 < 1,985$, terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan antara faktor demografi pendapatan terhadap keputusan nasabah menabung di BRI Syariah KCP Ponorogo dengan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $-1,635 < 1,985$, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara sikap nasabah terhadap keputusan nasabah menabung dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $9,057 > 1,985$, terdapat pengaruh secara bersama-sama antara faktor demografi dan sikap nasabah terhadap keputusan nasabah menabung dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $17,555 > 3,090$.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan dibawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:

No.	Nama	NIM	Jurusan	Judul Proposal
1	Siti Nur Mu'alifatut Thoyibah	210816004	Perbankan Syariah	Pengaruh Faktor Demografi Dan Sikap Nasabah Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di BRI Syariah KCP Ponorogo

Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi.

Ponorogo, 12 Oktober 2020

Mengetahui,

Ketua Jurusan Perbankan Syariah



Agung Eko Purwana, SE, MSI

NIP. 197109232000031002

Menyetujui,

Ridho Rokamah, M. S. I

NIP. 197412111999032002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
NASKAH SKRIPSI BERIKUT INI:

Judul : Pengaruh Faktor Demografi dan Sikap Nasabah Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di BRI Syariah KCP Ponorogo
Nama : Siti Nur Mu'alifatut Thoyibah
NIM : 21081604
Jurusan : Perbankan Syariah

Telah diujikan dalam sidang *Ujian Skripsi* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi.

DEWAN PENGUJI:

Ketua Sidang :
Dr. Aji Damanuri, M. E. I
NIP. 197506022002121003

Penguji I :
Dr. Ely Masykuroh, S. E., M. St.
NIP. 107202111999032003

Penguji II :
Ridho Rokamah, S. Ag., M. St.
NIP. 197412111999032002

(*[Signature]*)
(*[Signature]*)
(*[Signature]*)

Ponorogo, 12 Oktober 2020

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



[Signature]
Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M. Ag.
NIP. 197207142000031005

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

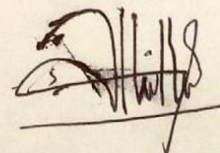
Nama : Siti Nur Mu'alifatut Thoyibah
NIM : 210816004
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Judul : Pengaruh Faktor Demografi Dan Sikap Nasabah Terhadap
Keputusan Nasabah Menabung Di BRI Syariah KCP Ponorogo

Menyatakan bahwa naskah skripsi ini telah diperiksa oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses melalui etheses.iainponorogo.ac.id adapun isi dari keseluruhan penulisan tersebut sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ponorogo, 25 November 2020

Yang membuat pernyataan



Siti Nur Mu'alifatut Thoyibah
NIM: 210816004

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Siti Nur Mu'alifatut Thoyibah
NIM : 210816004
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Faktor Demografi Dan Sikap Nasabah Terhadap
Keputusan Nasabah Menabung Di BRI Syariah KCP
Ponorogo

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang tulis sudah benar-benar merupakan karya tulis saya sendiri, bukan merupakan pengambil alihan tulisan orang lain. Kecuali dengan referensi yang dijadikan sebagai rujukan.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Ponorogo, 12 Oktober 2020

Yang Membuat Pernyataan,



Siti Nur Mu'alifatut Thoyibah

NIM. 210816004

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan dunia keuangan khususnya perbankan pada masa kini terus mengalami pertumbuhan. Pertumbuhan ini dapat dilihat melalui jumlah dana yang mampu diserap dari masyarakat kemudian disalurkan kembali. Dengan kata lain bahwa perbankan terus bertumbuh dalam jumlah nasabah. Pertumbuhan jumlah penduduk di Indonesia yang semakin besar menjadi target pasar potensial bagi perusahaan-perusahaan baik perusahaan bidang keuangan maupun non keuangan. Suatu perusahaan yang mempunyai peran penting dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi nasional yaitu perusahaan di sektor keuangan.¹

Lembaga keuangan juga sebagai aspek yang melekat dalam kehidupan masyarakat luas. Perkembangan ini diiringi pula dengan pertumbuhan keingintahuan masyarakat akan aktivitas lembaga keuangan dan begitu pula dengan produk-produk keuangan yang terus meningkat. Perubahan yang terjadi di dunia keuangan juga diikuti dengan pola pikir masyarakat yang selalu ingin diberikan berbagai macam kemudahan dan kenyamanan. Karenanya perusahaan dituntut untuk bagaimana menyediakan produk yang berkualitas terkhusus

¹ Idak, "Pengaruh Motivasi, Persepsi Dan Sikap Nasabah Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Unit Baraka Kabupaten Enrekang," *Skripsi* (Makassar: UIN Alauddin, 2018), 1.

pelayanannya untuk tetap diperhatikan agar pelanggan tidak berpindah ke perusahaan lain.²

Di Indonesia banyak terdapat perusahaan yang bergerak di bidang jasa atau pelayanan, baik milik swasta maupun milik pemerintah (BUMN). Salah satu perusahaan milik pemerintah (BUMN) yang bergerak di bidang jasa perbankan adalah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. atau yang biasa dikenal oleh masyarakat dengan nama BRI. Bank Rakyat Indonesia (BRI) merupakan bank tertua yang memiliki unit kerja, jumlah nasabah dan penggunaan komputer terbesar di Indonesia. BRI juga memperoleh berbagai penghargaan sebagai bank terbaik, BUMN, merk terbaik dan berbagai penghargaan lain baik dari tingkat nasional maupun internasional. Penghargaan *e-company award* menunjukkan bukti bahwa BRI telah berhasil menerapkan teknologi informasi dengan baik.³

Salah satu kantor unit PT. Bank BRI Syariah di Indonesia adalah BRI Syariah KCP Ponorogo. BRI syariah KCP Ponorogo berlokasi di Jalan Soekarno Hatta No. 2B, Bangunsari, Kecamatan Ponorogo, Kabupaten Ponorogo dan letaknya sangat strategis sehingga mudah dijangkau oleh para nasabahnya karena bertempat di dekat jalan raya yang merupakan jalanan umum dan sering dilewati banyak orang. Berikut adalah tabel perkembangan jumlah nasabah menabung BRI Syariah KCP Ponorogo:

² Ibid., 2.

³ <http://Bri.co.id/news/186> diakses pada 20 Maret 2020 pukul 18.30 WIB

Tabel 1.1
Perkembangan Jumlah Nasabah Menabung

Bulan	Tahun	Jumlah Nasabah Menabung
Desember	2017	7.958
Desember	2018	10.270
Desember	2019	12.420

Sumber: Data Primer yang diambil pada tahun 2019

Berdasarkan tabel di atas perkembangan jumlah nasabah dari tahun 2017-2019 mengalami kenaikan. Dimana pada tahun 2017 jumlah nasabah menabung mencapai 7.958, pada tahun 2018 mencapai 10.270, dan pada tahun 2019 mencapai 12.420. Dengan adanya peningkatan jumlah nasabah maka perlu untuk dilakukan suatu analisis tentang apa yang mempengaruhi para nasabah untuk percaya kepada BRI Syariah KCP Ponorogo yang membuat mereka berkeinginan untuk menabung atau sebaliknya.

Konsumen dalam melakukan pembelian tidak langsung melakukan keputusan pembelian. Namun terlebih dahulu melalui proses pengambilan keputusan yang meliputi “aktivitas pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi, pengambilan keputusan, dan perilaku pasca pembelian”.⁴ Keputusan adalah pemilihan diantara alternatif-alternatif yang mengandung tiga pengertian, yaitu ada pilihan atas dasar logika/ pertimbangan, harus dipilih salah satu yang terbaik dan ada tujuan yang ingin dicapai.⁵ Keputusan konsumen muncul karena

⁴ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Consumen*, 3 Ed. (Jakarta: Prenadamedia Group, 2003), 14.

⁵ Ninuk Arifah, “Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan dan Sikap Anggota Terhadap Keputusan Menabung Di BMT (Studi Kasus Di BMT Syamil Ampel Boyolali),” *Skripsi* (Surakarta: Institut Agama Islam Negeri Surakarta, 2018), 13.

adanya penilaian yang objektif atau karena dorongan emosi. Keputusan selalu mensyaratkan pilihan antara beberapa perilaku yang berbeda.⁶

Secara teoritis faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen diantaranya yaitu faktor internal, faktor eksternal, dan faktor situasional. Faktor internal terdiri dari sumber daya konsumen, motivasi dan keterlibatan, kepribadian, gaya hidup, demografi dan sikap. Faktor eksternal terdiri dari budaya, kelas sosial, dan keanggotaan dalam suatu kelompok. Sedangkan faktor situasional terdiri dari lingkungan fisik dan waktu.⁷ Didalam penelitian ini faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yang akan digunakan yaitu faktor internal yang meliputi demografi dan sikap. Faktor internal kerap memainkan peranan penting dalam pengambilan keputusan konsumen, khususnya bila ada keterlibatan yang tinggi dan resiko yang dirasakan atas produk atau jasa yang memiliki fasilitas publik.⁸

Di lain sisi, perusahaan juga harus mampu meminimalisir resiko dan ancaman yang timbul dari faktor demografi. Faktor demografi dapat mempengaruhi perilaku seseorang, termasuk dalam mengelola perilaku keuangannya. Yang dimana secara tidak langsung sikap individu cenderung memiliki perbedaan dengan adanya perbedaan jenis kelamin, usia dan pendapatan. Demografi merupakan variabel yang paling sering digunakan dalam mengelompokkan konsumen.⁹ Konsumen dalam penelitian ini yaitu nasabah

⁶ Setiadi, *Perilaku Konsumen*, 3 ed., 2.

⁷ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian* (Yogyakarta:ANDI, 2013), 41.

⁸ Ibid., 41.

⁹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Dan Pengendalian*, 5 ed. (Jakarta: Erlangga, 1996), 358.

BRI Syariah KCP Ponorogo. Perbedaan karakteristik demografi nasabah dapat mempengaruhi perilaku konsumsi baik secara langsung maupun dengan mempengaruhi atribut lainnya dari individu pelanggan seperti gaya keputusan pembeliannya.¹⁰ Demografi nasabah dapat meliputi jenis kelamin, umur, status perkawinan, jumlah keluarga, umur anak, pendapatan, pekerjaan, pendidikan, agama, ras atau kebangsaan.¹¹

Dalam penelitian ini aspek demografi yang akan digunakan yaitu *gender* (jenis kelamin), usia, pendidikan, dan pendapatan. Hal ini disebabkan karena jenis kelamin dan usia berperan penting dalam mengambil keputusan untuk menentukan produk dan jasa keuangan secara tepat¹², sedangkan pendidikan dan pendapatan mempengaruhi proses keputusan dan pola konsumsi seseorang.¹³ Selain itu, karena aspek tersebut yang paling mudah dilihat dari nasabah tanpa menyinggung pribadi nasabah.

Menurut teori Robb dan Sharpe dalam buku Setyawan perbedaan karakteristik laki-laki dan perempuan menimbulkan perbedaan sifat, pola pikir, dan tingkah laku mereka. Menurut teori laki-laki dianggap memiliki jumlah tabungan yang lebih banyak dari pada wanita serta laki-laki dianggap memiliki perilaku pengelolaan keuangan yang bertanggung jawab. Usia menurut teori dalam Hisyam semakin tua usia seseorang maka akan memiliki kecenderungan

¹⁰ Abdul Razak, *Demografi Nasabah Sebagai Variabel Moderasi Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan, dan Komitmen Terhadap loyalitas Pada Bank Di Sulawesi Tenggara*, 16.

¹¹ Sudaryono, *Manajemen Pemasaran teori & Implementasi*, 1 ed. (Yogyakarta: ANDI, 2016), 246.

¹² Alina Tsalitsa dan Yanuar Rachmansyah, "Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Dan Faktor Demografi Terhadap Pengambilan Kredit Pada PT. Columbia Cabang Kudus," *Media Ekonomi dan Manajemen*, 31(2016), 5.

¹³ Rini Dwiastusti, Agustina Shinta Dan Riyanti Isaskar, *Ilmu Perilaku Konsumen* (Malang:UB Press, 2012), 105.

rata-rata lebih besar menggunakan penghasilannya untuk menabung dibandingkan menggunakannya untuk konsumsi. Pendapatan menurut teori dalam Hisyam menyatakan semakin banyak jumlah pendapatan seseorang semakin tinggi juga jumlah tabungan seseorang yang dimilikinya. Sedangkan Pendidikan menurut teori dalam Hisyam menyatakan semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang/ individu maka semakin tinggi tingkat menabungnya.¹⁴

Dalam pengambilan keputusan seseorang, melalui pendidikan seseorang dapat memperoleh pengetahuan dan pemahaman dalam bentuk sikap dan keterampilan. Sikap merupakan faktor yang mempengaruhi perilaku beli konsumen. Sikap itu terbentuk atas dasar persepsi kita terhadap suatu produk dan proses pembelajaran baik pengalaman atau dari yang lain.¹⁵ Sikap menurut Trurstone yang dikutip dari Setiadi, dia melihat sebagai salah satu konsep yang cukup sederhana, yaitu “jumlah pengaruh yang dimiliki seseorang atas atau menentang suatu objek”.¹⁶ Triandis dan ahli lainnya mengkombinasikan tiga jenis tanggapan (pikiran, perasaan, dan tindakan) ke dalam model tiga unsur sikap (*tripartite model of attitude*). Dalam skema ini sikap di pandang mengandung tiga komponen yang terkait, yaitu *kognisi* (pengetahuan tentang objek), *afeksi* (evaluasi positif atau negatif terhadap suatu objek), *cognition* (perilaku aktual terhadap objek).¹⁷

¹⁴ Hisyam Lathif Ubaidillah dan Nadia Asandimitra, “Pengaruh Demografi Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Menabung Masyarakat Di Kabupaten Sidoarjo,” *Ilmu Manajemen*, 7 (2019), 243.

¹⁵ Basu Swastha Dharmmesta, “Perilaku Konsumen,” artikel, Di Akses Pada 29 Januari 2020, 13.

¹⁶ Setiadi, *Perilaku Konsumen*, 139.

¹⁷ *Ibid.*, 140.

Dalam penelitian Ninuk Arifah yang berjudul Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan dan Sikap Anggota Terhadap Keputusan Menabung Di BMT (Studi Kasus Di BMT Syamil Ampel Boyolali) menyatakan bahwa sikap anggota berpengaruh terhadap keputusan menabung di BMT Syamil Ampel Boyolali.¹⁸ Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Sri Giyanti dan Teguh Suropto yang berjudul Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Nasabah Dalam Pengambilan Keputusan Memilih Produk BMT (Studi Kasus Pada BMT Artha Barokah Yogyakarta) menyatakan bahwa sikap nasabah berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap perilaku nasabah dalam pengambilan keputusan memilih produk BMT.¹⁹

Berdasarkan hasil survei ketika nasabah memutuskan untuk membeli suatu produk sebenarnya mereka memiliki alasan-alasan tertentu dalam memilih sebuah produk misalnya ketika mereka memiliki pendapatan yang lebih maka sebagian pendapatannya akan ditabung. Ada pula konsumen yang menabung berdasarkan kebutuhan misalnya mereka menabung untuk berjaga-jaga ketika dalam situasi darurat atau disimpan untuk masa tua dan tidak sedikit nasabah yang menabung secara spontanitas baik laki-laki maupun perempuan dari berbagai jenjang pendidikan, maksudnya nasabah tersebut menabung tanpa ada rencana untuk membeli sebelumnya atau tanpa adanya pertimbangan-pertimbangan khusus ketika memutuskan untuk menabung.²⁰

¹⁸⁷ Ninuk Arifah, "Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan dan Sikap Anggota Terhadap Keputusan Menabung Di BMT (Studi Kasus Di BMT Syamil Ampel Boyolali)", *Skripsi* (Surakarta: Institut Agama Islam Negeri Surakarta, 2018), 73.

¹⁹

²⁰ "Survei di BRI Syariah KCP Ponorogo, 9 Maret 2020"

Mempengaruhi keinginan nasabah agar berkenan untuk menabung merupakan hal yang sulit karena berkaitan langsung dengan perilaku, yang mana perilaku setiap orang dalam merespon setiap rangsangan selalu berbeda-beda. Selain itu, dalam diri setiap orang terdapat hal yang mendorong atau mempengaruhi mereka dalam melakukan sesuatu. Memahami sikap konsumen merupakan hal yang sangat penting untuk dilakukan karena sikap konsumen terhadap suatu produk akan mempengaruhi apakah konsumen jadi membeli atau tidak.²¹

Sikap masyarakat terhadap adanya BRI Syariah sangat beragam. Sebagian masyarakat menerima adanya BRI Syariah dan sebagian masyarakat masih terbiasa dengan adanya bank-bank umum lainnya. Salah satu sikap nasabah yang nampak adalah seorang tersebut beranggapan bahwa di benak mereka BRI Syariah sama dengan bank-bank umum lainnya baik dari segi produk tabungan ataupun untuk transaksi lainnya. Selain itu mereka juga beranggapan bahwa di BRI Syariah hanya cocok untuk menabung saja karena tidak ada potongan setiap bulannya.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk menguji lebih lanjut mengenai masalah tersebut sehingga mengambil judul “Pengaruh Faktor Demografis Dan Sikap Nasabah Terhadap Pengambilan Keputusan Menabung di BRI Syariah KCP Ponorogo”

²¹ Setiadi, *Perilaku Konsumen*, 3 ed., 15.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas dapat di buat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah faktor demografi jenis kelamin berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung di BRI Syariah KCP Ponorogo?
2. Apakah faktor demografi usia berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung di BRI Syariah KCP Ponorogo?
3. Apakah faktor demografi pendidikan berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung di BRI Syariah KCP Ponorogo?
4. Apakah faktor demografi pendapatan berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung di BRI Syariah KCP Ponorogo?
5. Apakah sikap nasabah berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung di BRI Syariah KCP Ponorogo?
6. Apakah faktor demografi jenis kelamin, usia, pendidikan, pendapatan dan sikap nasabah secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung di BRI Syariah KCP Ponorogo?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh faktor demografi jenis kelamin terhadap keputusan menabung di BRI Syariah KCP Ponorogo
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh faktor demografi usia terhadap keputusan menabung di BRI Syariah KCP Ponorogo
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh faktor demografi pendidikan terhadap keputusan menabung di BRI Syariah KCP Ponorogo

4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh faktor demografi pendapatan terhadap keputusan menabung di BRI Syariah KCP Ponorogo
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh sikap nasabah terhadap keputusan menabung di BRI Syariah KCP Ponorogo
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh faktor demografi jenis kelamin, usia, pendidikan, pendapatan dan sikap nasabah terhadap keputusan menabung di BRI Syariah KCP Ponorogo

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis
 - a. Memberikan wawasan dan sumbangan dalam aspek teoritis (keilmuan) mengenai pengaruh faktor demografi dan sikap nasabah terhadap keputusan menabung di BRI Syariah
 - b. Memberikan manfaat secara teori dan aplikasi terhadap pengembangan ilmu perbankan
2. Manfaat praktis
 - a. Bagi BRI Syariah
Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai alat untuk mengetahui keputusan masyarakat menggunakan produk BRI Syariah. Sehingga bank syariah dapat membuat kebijakan-kebijakan yang berkaitan dengan menarik keputusan masyarakat menjadi nasabah

b. Bagi Umum Syariah

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang menguntungkan, dapat memberikan informasi, dan sebagai bahan rujukan bagi pengembangan bank syariah

E. Sistematika Pembahasan

Dalam laporan penelitian ini, penulis membagi tiga bagian yaitu pertama, bagian awal, kedua bagian inti, dan ketiga bagian penutup. Untuk memudahkan dalam pemahaman dan memperjelas arah dari pembahasan penelitian dan penulisan ini. Laporan penelitian ini di sistematika menjadi lima bab, yaitu:

BAB I Pendahuluan. Bab ini berisi tentang pengantar dari laporan penelitian yang meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian terdahulu dan sistematika pembahasan.

BAB II Kajian Teori. Bab ini membahas tentang landasan teori yang bersangkutan dengan materi yaitu teori keputusan pembelian, teori faktor demografi, teori sikap nasabah, kajian pustaka dari penelitian sebelumnya, kerangka berfikir, serta hipotesis penelitian dari variabel-variabel.

BAB III Metode Penelitian. Bab ini berisi tentang beberapa sub bab yaitu jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan periode penelitian, rancangan penelitian, variabel penelitian dan definisi operasional, populasi dan sampel, instrumen penelitian, validitas dan reliabilitas instrumen.

BAB IV Hasil penelitian dan Pembahasan. Bab ini berisi tentang gambaran umum BRI Syariah KCP Ponorogo, hasil pengujian instrumen (validitas dan

reliabilitas), hasil pengujian deskripsi responden, hasil pengujian hipotesis, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V Penutup. Bab ini berisi tentang kesimpulan serta saran. Di dalam bab penutup ini meliputi pembahasan untuk menjelaskan serta menjawab pertanyaan-pertanyaan di rumusan masalah.



BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kajian Teori

1. Keputusan nasabah menabung

a. Pengertian keputusan

Keputusan adalah seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih. Dengan perkataan lain pilihan alternatif harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan. Jika seseorang mempunyai pilihan antara melakukan pembelian dan tidak melakukan pembelian, pilihan antara merk X dan merk Y atau pilihan untuk menggunakan waktu mengerjakan A atau B orang tersebut berada dalam posisi untuk mengambil keputusan.¹ Pengambilan keputusan adalah suatu kelanjutan dari cara pemecahan masalah yang memiliki fungsi yang pertama, yaitu pangkal permulaan dari semua aktivitas manusia yang sadar dan terarah, baik secara individual maupun secara kelompok, baik secara institusional maupun secara organisasional. Yang kedua, sesuatu yang bersifat futuristik, artinya bersangkutan paut dengan hari depan, masa yang akan datang, dimana efeknya atau pengaruhnya berlangsung cukup lama.²

¹ Leon Schiffman & Leslie Lazar Kanuk, *Perilaku Konsumen*, 7 ed. (New Jarsey: PT. Indeks, 2008), 485.

² Ninuk Arifah, "Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan dan Sikap Anggota Terhadap Keputusan Menabung Di BMT (Studi Kasus Di BMT Syamil Ampel Boyolali)," *Skripsi* (Surakarta: Institut Agama Islam Negeri Surakarta, 2018), 13.

Menurut Setiadi pengambilan keputusan yang diambil oleh seseorang dapat disebut sebagai suatu pemecahan masalah. Dalam proses pengambilan keputusan, konsumen memiliki sasaran atau perilaku yang ingin dicapai atau dipuaskan. Selanjutnya konsumen membuat keputusan perilaku mana yang ingin dilakukan untuk mencapai sasaran tersebut.³

Inti dari pengambilan keputusan konsumen adalah “proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih, dan memilih salah satu diantaranya.”⁴

b. Tingkat pengambilan keputusan konsumen

Menurut Schiffman dan Kanuk membedakan tiga tingkat pengambilan keputusan konsumen, yaitu:

1) Pemecahan masalah yang luas

Jika konsumen tidak mempunyai kriteria yang mapan untuk menilai kategori produk atau merek tertentu dalam kategori tersebut atau tidak membatasi jumlah merek yang akan mereka pertimbangkan menjadi rangkaian kecil yang dapat dikuasai, usaha pengambilan keputusan mereka dapat diklasifikasikan sebagai pemecahan masalah yang luas. Pada tingkat ini, konsumen membutuhkan berbagai informasi untuk menetapkan serangkaian

³ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, 215.

⁴ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian* (Yogyakarta: ANDI, 2013), 121.

kriteria guna menilai merek-merek tertentu dan banyak informasi yang sesuai mengenai setiap merek yang akan dipertimbangkan.⁵

2) Pemecahan masalah yang terbatas

Pada tingkat pemecahan masalah ini, konsumen telah menetapkan kriteria dasar untuk menilai kategori produk dan berbagai merek dalam kategori tersebut. Tetapi mereka belum sepenuhnya menetapkan pilihan terhadap kelompok merek tertentu. Pencarian informasi tambahan yang mereka lakukan lebih merupakan “penyesuaian sedikit-sedikit” mereka harus mengumpulkan informasi merek tambahan untuk melihat perbedaan diantara berbagai merek.⁶

3) Perilaku sebagai respon yang rutin

Pada tingkat ini, konsumen sudah mempunyai beberapa pengalaman mengenai kategori produk dan serangkaian kriteria yang ditetapkan dengan baik untuk menilai berbagai merek yang sedang mereka pertimbangkan. Dalam beberapa situasi, mereka mungkin mencari informasi tambahan, dalam situasi lain mereka hanya meninjau kembali apa yang sudah mereka ketahui. Jelas bahwa untuk pemecahan masalah yang luas konsumen harus mencari informasi yang lebih banyak untuk melakukan pilihan sedangkan untuk

⁵ Leon Schiffman & Leslie Lazar Kanuk, *Perilaku Konsumen*, 487.

⁶ *Ibid.*, 487.

perilaku respon yang rutin hanya sedikit informasi tambahan yang dibutuhkan.⁷

c. Tahap-tahap dalam proses keputusan pembelian

Dalam melakukan pembelian dari sebelum membeli sampai sesudah pembelian terdapat proses tahapan yang harus dilewati konsumen yakni model lima tahap proses membeli. Model lima tahap proses membeli tersebut antara lain:

1) Pengenalan kebutuhan

Pengenalan kebutuhan muncul ketika konsumen menghadapi suatu masalah yaitu keadaan dimana terdapat perbedaan antara keadaan yang diinginkan dan keadaan yang sebenarnya terjadi. Kebutuhan harus diaktifkan terlebih dahulu sebelum ia bisa dikenali.⁸

Di kalangan konsumen, ada dua gaya pengenalan kebutuhan atas masalah yang berbeda. Beberapa konsumen merupakan tipe keadaan yang sebenarnya, yang merasa bahwa mereka mempunyai masalah ketika sebuah produk tidak dapat berfungsi secara memuaskan (seperti telepon tanpa kabel yang terus menerus dalam keadaan statis). Sebaliknya konsumen lain adalah tipe keadaan yang diinginkan, dimana bagi mereka keinginan terhadap sesuatu yang baru dapat menggerakkan proses keputusan.⁹

⁷ Ibid., 487.

⁸ Rini Dwistuti, Agustina Shinta Dan Riyanti Isaskar, *Ilmu Perilaku Konsumen*, 132.

⁹ Leon Schiffman & Leslie Lazar Kanuk, *Perilaku Konsumen*, 494.

2) Pencarian informasi

Pencarian informasi bisa dilakukan ketika konsumen memandang bahwa kebutuhan tersebut bisa dipenuhi dengan membeli dan mengonsumsi suatu produk. Pencarian informasi bisa melalui informasi internal maupun eksternal. Faktor-faktor yang mempengaruhi pencarian informasi adalah faktor resiko produk (keuangan, fungsi, psikologis, waktu, sosial, fisik); faktor karakteristik konsumen (pengetahuan dan pengalaman konsumen, kepribadian, dan karakteristik demografis); faktor situasi (waktu yang tersedia untuk belanja, jumlah penduduk yang tersedia, lokasi toko, ketersediaan informasi, kondisi psikologi konsumen, resiko sosial dari situasi, tujuan belanja).¹⁰

Faktor internal disebut ingatan konsumen pada pengalaman yang lalu (yang ditarik dari penyimpanan ingatan jangka panjang) yang dapat memberikan informasi yang memadai kepada konsumen untuk melakukan pilihan sekarang ini. Sebaliknya jika konsumen tidak mempunyai pengalaman sebelumnya, ia mungkin harus melakukan penelitian yang mendalam mengenai keadaan diluar dirinya untuk memperoleh informasi yang berguna sebagai dasar pemilihan seperti informasi pemasaran dan nonkomersial (faktor eksternal). Semakin besar kaitannya dengan pengalaman yang lalu,

¹⁰ Rini Dwistuti, Agustina Shinta Dan Riyanti Isaskar, *Ilmu Perilaku Konsumen*, 133.

semakin sedikit informasi luar yang mungkin dibutuhkan konsumen untuk mencapai keputusan.¹¹

3) Evaluasi alternatif

Evaluasi alternatif adalah proses mengevaluasi pilihan produk dan merek dan memilihnya sesuai dengan yang diinginkan konsumen. Pada proses ini konsumen membandingkan berbagai pilihan yang dapat memecahkan masalah yang dihadapinya. Setelah menentukan kriteria atau atribut dari produk atau merek yang di evaluasi, maka langkah berikutnya adalah menentukan alternatif pilihan. Konsumen akan mengurangi pilihan bila dirasa tidak memenuhi kriteria evaluasi kemudian konsumen akan menentukan pilihan produk. Teknik pemilihan produk ada dua yaitu teknik kompensatori dan teknik non kompensatori. Prinsip dari teknik kompensatori adalah kelebihan suatu atribut dari sebuah merek dapat menutupi kelemahan atribut lainnya. Prinsip dari teknik non kompensatori adalah kelemahan suatu atribut dari sebuah merek tidak dapat ditutupi oleh kelebihan atribut lainnya.¹²

4) Tindakan pembelian

Setelah menentukan pilihan produk, maka konsumen akan melanjutkan proses berikutnya, yaitu melakukan tindakan pembelian produk atau jasa tersebut. Jenis pembelian produk atau jasa yang

¹¹ Leon Schiffman & Leslie Lazar Kanuk, *Perilaku Konsumen*, 494.

¹² Rini Dwistuti, Agustina Shinta Dan Riyanti Isaskar, *Ilmu Perilaku Konsumen*, 133.

dilakukan oleh konsumen bisa digolongkan menjadi tiga macam, yaitu: pembelian yang terencana sepenuhnya, pembelian yang separuh terencana, pembelian yang tidak terencana. Pada tahap ini berhubungan dengan toko, mencari produk di toko tersebut, dan transaksi.¹³

5) Pasca konsumsi/ pembelian

Setelah mengkonsumsi produk atau jasa, konsumen tidak akan berhenti hanya sampai disini, namun ada tindakan lain yang mengikuti konsumsi, yang disebut tindakan pasca konsumsi. Tindakan pasca tersebut akan berlanjut setelah konsumen melakukan evaluasi, bisa menimbulkan kepuasan, bisa ketidakpuasan.¹⁴ Apabila produk yang dibeli tidak memberikan kepuasan yang diharapkan, maka konsumen akan mengubah sikapnya terhadap produk tersebut menjadi sikap negatif, bahkan mungkin akan menolak produk tersebut di kemudian hari. Sebaliknya, bila konsumen mendapat kepuasan dari produk yang dibelinya, maka keinginan untuk membeli terhadap produk tersebut cenderung akan menjadi lebih kuat.¹⁵

¹³ Ibid., 134.

¹⁴ Ibid., 134.

¹⁵ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer* (Bandung: Alfabeta, 2017), 89.

d. Dimensi keputusan pembelian

Kotler dan Amstrong menyatakan bahwa bagi konsumen sebenarnya pembelian bukanlah hanya merupakan satu tindakan saja (misalnya karena produk), melainkan terdiri dari beberapa tindakan yang satu sama lainnya saling berkaitan. Dimensi keputusan pembelian terdiri dari:

1) Pilihan produk

Konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk atau menggunakan uangnya untuk tujuan yang lain. Perusahaan harus memusatkan perhatiannya kepada orang-orang yang berminat membeli sebuah produk serta alternatif yang mereka pertimbangkan.

- a) Keunggulan produk; berupa tingkat kualitas yang diharapkan oleh konsumen pada produk yang dibutuhkannya dari berbagai pilihan produk.
- b) Manfaat produk; berupa tingkat kegunaan yang dapat dirasakan oleh konsumen pada tiap pilihan produk dalam memenuhi kebutuhannya
- c) Pemilihan produk; berupa pilihan konsumen pada produk yang dibelinya, sesuai dengan kualitas yang diinginkan dan manfaat yang akan diperolehnya¹⁶

¹⁶ Ibid., 90.

2) Pilihan merek

Dalam hal ini perusahaan harus mengetahui bagaimana konsumen memilih sebuah merek, apakah berdasarkan:

- a) Ketertarikan pada merek
- b) Kebiasaan pada merek
- c) Kesesuaian harga¹⁷

3) Pilihan saluran pembelian

Konsumen harus mengambil keputusan tentang penyalur mana yang akan dikunjungi. Setiap konsumen berbeda-beda dalam hal menentukan penyalur.

- a) Pelayanan yang diberikan; pelayanan yang baik serta kenyamanan yang diberikan oleh distributor ataupun pengecer pada konsumen, membuat konsumen akan selalu memilih lokasi tersebut untuk membeli produk yang dibutuhkannya.
- b) Kemudahan untuk mendapatkan; selain pelayanan yang baik, konsumen akan merasa lebih nyaman jika lokasi pendistribusian (pengecer/ grosir) mudah dijangkau dalam waktu singkat dan menyediakan barang yang dibutuhkan.
- c) Persediaan barang; kebutuhan dan keinginan konsumen akan suatu produk tidak dapat dipastikan kapan terjadi, namun persediaan barang yang memadai pada penyalur akan membuat

¹⁷ Ibid., 90.

konsumen memilih untuk melakukan pembelian di tempat tersebut.¹⁸

4) Waktu pembelian

Keputusan konsumen dalam pemilihan waktu pembelian bisa berbeda-beda, misalnya: setiap hari, satu minggu sekali, satu bulan sekali dan sebagainya.

- a) Kesesuaian dengan kebutuhan; ketika seseorang merasa membutuhkan sesuatu dan merasa perlu melakukan pembelian, maka ia akan melakukan pembelian. Konsumen selalu memutuskan membeli produk pada saat benar-benar membutuhkannya.
- b) Keuntungan yang dirasakan; ketika konsumen memenuhi kebutuhannya akan suatu produk pada saat tertentu, maka saat itu konsumen akan merasakan keuntungan sesuai kebutuhannya melalui produk yang dibeli sesuai waktu yang dibutuhkan.
- c) Alasan pembelian; setiap produk selalu memiliki alasan untuk memenuhi kebutuhan konsumen pada saat ia membutuhkannya. Seseorang membeli suatu produk dengan pilihan merek tertentu dan menggunakannya. Sehingga ia telah memenuhi kebutuhan yang dirasakan dan mengambil keputusan pembelian yang tepat.¹⁹

¹⁸ Ibid., 91.

¹⁹ Ibid., 91.

5) Jumlah pembelian

Konsumen dapat mengambil keputusan tentang seberapa banyak produk yang akan dibelinya pada suatu saat. Dalam hal ini perusahaan harus mempertimbangkan banyaknya produk sesuai dengan keinginan yang berbeda-beda dari setiap pembeli.

- a) Keputusan jumlah pembelian; dalam hal ini konsumen dapat menentukan jumlah produk yang akan dibelinya sesuai kebutuhan.
- b) Keputusan pembelian untuk persediaan; dalam hal ini konsumen membeli produk selain untuk memenuhi kebutuhannya juga melakukan beberapa tindakan persiapan dengan sejumlah persediaan produk yang mungkin dibutuhkannya pada saat mendatang.²⁰

Bank dalam konsep diposisikan sebagai penjual dan sebaliknya nasabah sebagai konsumen atau pembeli. Sikap konsumen adalah faktor penting yang akan mempengaruhi keputusan konsumen. Konsep sikap sangat terkait dengan konsep kepercayaan (*belief*) dan perilaku (*behavior*). Kepercayaan konsumen adalah pengetahuan konsumen mengenai suatu objek, atributnya, dan manfaatnya.²¹ Di sisi lain faktor demografi seperti usia, merupakan hal yang penting untuk dipahami, karena konsumen yang berbeda usia akan mengkonsumsi produk dan

²⁰ Ibid., 92.

²¹ Rini Dwistuti, Agustina Shinta Dan Riyanti Isaskar, *Ilmu Perilaku Konsumen* (Malang: UB Press, 2012), 66.

jasa yang berbeda. Selain itu, pendidikan dan pendapatan seseorang akan mempengaruhi proses keputusan dan pola konsumsi seseorang.²²

2. Faktor Demografi

a. Pengertian Demografi

Secara modern ilmu demografi berasal dari catatan kematian Inggris ketika pada tahun 1662 John Graunt mempublikasikan tulisannya yang berjudul "*Natural and political observations mentioned in the following index, and made upon on the bills of mortality*". Tulisan tersebut yang pertama kali di susun ketika terjadi wabah penyakit pada tahun 1592. Mencatat jenis kelamin, perkiraan usia, dan penyebab kematian untuk semua orang yang meninggal. Karya Graunt juga merupakan penggunaan secara formal yang paling mula-mula dari perkiraan kependudukan berdasarkan suatu survei sampel.

Ilmu demografi adalah studi ilmiah tentang penduduk manusia, termasuk ukuran, persebaran, komposisi, dan faktor-faktor yang menentukan perubahan-perubahan dalam jumlah, persebaran, dan komposisinya.²³

Kata demografi sendiri berasal dari bahasa Yunani yang dapat dilihat dari asal katanya yaitu *demos* dan *graphein*. *Demos* dapat diartikan sebagai penduduk, dan *graphein* berarti menulis. Dengan menggabungkan kedua makna dari kata-kata tersebut maka dapat

²² Ibid., 105.

²³ Omas Bulan Samosir & Wilson Rajagukguk, *Demografi Formal* (Jakarta: UKI Press, 2018), 1.

diartikan kata demografi berarti tulisan-tulisan atau karangan-karangan tentang penduduk suatu negara atau suatu daerah.²⁴

Menurut Achille Guillard dalam buku Marhaeni, Demografi adalah ilmu yang mempelajari segala sesuatu dari keadaan dan sikap manusia yang dapat diukur yaitu meliputi perubahan secara umum, fisiknya, peradabannya, intelektualitasnya, dan kondisi moralnya.²⁵

Menurut G. W. Barclay dalam buku Marhaeni, Demografi adalah ilmu yang memberikan gambaran menarik dari penduduk yang digambarkan secara statistika. Demografi mempelajari tingkah laku keseluruhan dan bukan tingkah laku perorangan.²⁶

Demografi dalam arti yang lebih luas membicarakan angka-angka termasuk karakteristik penduduk seperti karakteristik sosial, ekonomi, termasuk etnik. Karakteristik sosial antara lain meliputi status perkawinan penduduk, tingkat pendidikan, derajat kesehatan dan sebagainya. Karakteristik ekonomi antara lain meliputi status pekerjaan, lapangan pekerjaan, jenis pekerjaan, pendapatan, jam kerja dan sebagainya. Karakteristik etnik antara lain dapat menyangkut agama, ataupun suku.²⁷

Demografi dalam penelitian ini adalah ciri yang menggambarkan perbedaan masyarakat berdasarkan usia, jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan, agama, suku bangsa, pendapatan, jenis keluarga, status

²⁴ A A I N Marhaeni, *Pengantar Kependudukan* (Denpasar: CV. Sastra Utama, 2018), 6.

²⁵ A A I N Marhaeni, 6.

²⁶ Ibid., 6.

²⁷ Ibid., 9.

pernikahan, lokasi geografi, dan kelas sosial.²⁸ Di tegaskan pula bahwa kondisi demografi konsumen yang berbeda akan mengakibatkan perbedaan kebutuhan dan selera sehingga berpengaruh pada produk dan jasa yang dikonsumsi. Karakteristik demografi yang akan digunakan sebagai dasar segmentasi pasar perlu diketahui dengan pasti oleh perusahaan karena perbedaan karakteristik demografi dapat mempengaruhi perilaku konsumsi baik secara langsung maupun dengan mempengaruhi atribut lainnya dari individu pelanggan seperti nilai-nilai pribadi mereka dan gaya keputusan pembeliannya.²⁹

b. Dimensi segmentasi demografi

Dalam segmentasi demografi, pasar dibagi menjadi kelompok-kelompok berdasarkan variabel seperti usia, jenis kelamin, ukuran keluarga, siklus hidup keluarga, pendapatan, pekerjaan, pendidikan, agama, ras, generasi, dan kebangsaan. Faktor demografi adalah dasar paling populer untuk membuat segmen kelompok konsumen. Salah satu alasannya adalah bahwa tingkat variasi kebutuhan, keinginan, dan penggunaan konsumen sering berhubungan erat dengan variabel demografi. Alasan lainnya bahwa variabel demografi lebih mudah di ukur daripada kebanyakan tipe variabel lainnya. Sekalipun segmen pasar mula-mula didefinisikan dengan dasar lain, seperti

²⁸ Ida Ayu Putu Niya Pradnya Santi, "Hubungan Karakteristik Sosial Demografi Konsumen Dengan Respon Terhadap Stimuli Komunikasi Pemasaran (Produk *Bancassurance* AIA-BCA), *jurnal* (2013), 125.

²⁹ Abdul Razak, *Demografi Nasabah Sebagai Variabel Moderasi Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan, dan Komitmen Terhadap loyalitas Pada Bank Di Sulawesi Tenggara*, 16.

pencarian manfaat atau perilaku, karakteristik demografi tetap diperlukan untuk menilai ukuran pasar sasaran dan mencapai pasar sasaran secara efisien.³⁰ Faktor-faktor yang dapat dipergunakan dalam segmentasi ini antara lain:

1) Usia atau Umur

Usia adalah batasan atau tingkat ukuran hidup yang mempengaruhi kondisi fisik seseorang. Faktor usia berperan penting dalam mengambil keputusan salah satunya keputusan dalam menentukan produk dan jasa keuangan secara tepat, semakin matang usia seseorang maka perilaku dalam mengambil keputusan akan semakin rasional dalam berfikir.³¹ Dalam buku Sangadji dan Sopiah dijelaskan anak-anak mengambil keputusan dengan cepat, cenderung tidak terlalu banyak pertimbangan. Remaja ketika membuat keputusan sudah mulai mempertimbangkan beberapa hal: mode, desain, dan lain-lain. Mereka cenderung emosional. Sedangkan keputusan pembelian produk yang dibuat orang tua cenderung rasional, banyak yang dipertimbangkan: manfaat, dan lain-lain.³²

Sementara dalam Hisyam dijelaskan semakin tua usia seseorang maka akan memiliki kecenderungan rata-rata lebih besar

³⁰ Philip Kotler & Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, 12 ed. (Jakarta: Erlangga, 2008), 227.

³¹ Alina Tsalitsa dan Yanuar Rachmansyah, "Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Dan Faktor Demografi Terhadap Pengambilan Kredit Pada PT. Columbia Cabang Kudus," *Media Ekonomi Dan Manajemen* 31 (1 Januari 2016), 5.

³² Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian* (Yogyakarta: ANDI, 2013), 46.

menggunakan penghasilannya untuk menabung dibandingkan menggunakannya untuk konsumsi.³³ Segmentasi dalam hal usia harus menyesuaikan dengan keinginan dan kapasitas konsumen yang sering berubah-ubah seiring dengan bertambahnya usia.³⁴ Konsumen yang berbeda usia akan mengkonsumsi produk dan jasa yang berbeda. Para pemasar harus memahami apa kebutuhan dari konsumen dengan berbagai usia tersebut.³⁵

2) Jenis kelamin/ *Gender*

Jenis kelamin (*gender*) adalah perbedaan antara perempuan dan laki-laki secara biologis sejak seseorang lahir. Jenis kelamin (*gender*) adalah suatu konsep yang membedakan antara laki-laki dan perempuan dalam berperilaku.³⁶ *Gender* sering kali merupakan variabel segmentasi yang tampak mata. Perbedaan karakteristik laki-laki dan perempuan menimbulkan perbedaan sifat, pola pikir, dan tingkah laku mereka. Perempuan dan laki-laki yang memiliki karakteristik dan watak yang berbeda akan memengaruhi langkah-langkah mereka dalam mengelola uang, sehingga menghasilkan perbedaan opini dan cara pengambilan keputusannya di masa depan.³⁷ Menurut teori laki-laki dianggap memiliki jumlah

³³ Hisyam Lathif Ubaidillah dan Nadia Asandimitra, "Pengaruh Demografi Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Menabung Masyarakat Di Kabupaten Sidoarjo," *Ilmu Manajemen*, 7 (2019), 243.

³⁴ Usman Effendi, *Psikologi Konsumen* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016), 125.

³⁵ Rini Dwistuti, Agustina Shinta Dan Riyanti Isaskar, *Ilmu Perilaku Konsumen*, 105.

³⁶ Huntu, *Demografi Kesehatan Indonesia* (Jakarta : Penerbit Grasindo, 2007), 123.

³⁷ Volpe, R., Chen, H., dan Pavlicko, J.. "Personal Investment Literacy Among College Students: A Survey," *Financial Practice and Education* (1996), 15.

tabungan yang lebih banyak daripada wanita serta laki-laki dianggap memiliki perilaku pengelolaan keuangan yang bertanggung jawab.³⁸ Laki-laki merupakan makhluk sosial yang lebih memperhatikan keuangan mereka daripada perempuan karena perempuan biasanya lebih konsumtif.

Selain itu, laki-laki tidak banyak mempertimbangkan variabel-variabel yang berhubungan dengan keputusan investasinya, sebab karakter laki-laki berbanding terbalik dengan perempuan yaitu sangat mandiri, tidak terlalu emosional, sangat logis, mudah membuat keputusan, sangat percaya diri, serta tidak terlalu membutuhkan rasa aman sedangkan perempuan cenderung lebih berhati-hati dan menggunakan perasaan dalam membuat suatu keputusan keuangan. Hal ini menunjukkan bahwa laki-laki lebih berani mengambil risiko dalam mengambil keputusan mengenai keuangan dibandingkan perempuan.³⁹

3) Pendapatan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia pendapatan mempunyai arti sesuatu yang diadakan, dibuat, dijadikan oleh usaha. Sedangkan pendapatan dalam kamus manajemen adalah uang yang diterima oleh perorangan, perusahaan dan organisasi lain dalam bentuk upah, gaji,

³⁸ Hisyam Lathif Ubaidillah dan Nadia Asandimitra, "Pengaruh Demografi Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Menabung Masyarakat Di Kabupaten Sidoarjo," *Ilmu Manajemen*, 7 (2019), 243.

³⁹ Natalia Christanti dan Linda Ariany Mahastanti, "Faktor-faktor yang Dipertimbangkan Investor dalam Melakukan Investasi. *Manajemen Teori dan Terapan*. 3 (2011), 41.

sewa, bunga, komisi, ongkos dan laba. Dalam hal ini diperoleh segmen yang berupa masyarakat yang berpendapatan rendah, berpendapatan sedang, dan berpendapatan tinggi. Masing-masing kelompok ini berbeda motif, perilaku, dan kebiasaan pembeliannya serta potensinya.⁴⁰

Perusahaan pada umumnya membagi pasar berdasarkan pendapatan karena mereka merasa bahwa pendapatan merupakan indikator yang kuat mengenai kemampuan atau ketidakmampuan untuk membayar produk atau model produk yang khusus. Misalnya pada mulanya sebuah perusahaan komputer rumah yang berharga dibawah \$1.000 merasa bahwa produk yang demikian akan sangat menarik bagi rumah tangga dengan pendapatan keluarga menengah, tetapi PC yang berharga rendah ini ternyata juga populer di kalangan keluarga yang berpendapatan lebih tinggi yang menginginkan komputer-komputer tambahan bagi anggota keluarga yang lebih muda. Pendapatan sering dikombinasi dengan berbagai variabel demografi lainnya seperti usia, pendapatan yang tinggi telah dikombinasikan dengan umur maupun status pekerjaan untuk menghasilkan apa yang dinamakan segmen *yuppie* yang merupakan pasar sub kelompok *baby boomer* yang banyak dicari.⁴¹ Pendapatan menurut teori dalam Hisyam menyatakan semakin banyak jumlah

⁴⁰ Abdul Razak, *Demografi Nasabah Sebagai Variabel Moderasi Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan, dan Komitmen Terhadap loyalitas Pada Bank Di Sulawesi Tenggara*, 90.

⁴¹ Leon Schiffman & Leslie Lazar Kanuk, *Perilaku Konsumen*, 46.

pendapatan seseorang semakin tinggi juga jumlah tabungan seseorang yang dimilikinya.⁴² Selain itu dalam penelitian Utami dan Sumaryono, bahwa semakin banyak uang yang dimiliki seseorang kecenderungan melakukan pengeluaran juga akan meningkat.⁴³

4) Pendidikan

Pendidikan dengan dasar ini diperoleh kelompok pasar yang berupa pendidikan rendah, pendidikan tinggi. Masing-masing kelompok ini memiliki motif, perilaku, dan kebiasaan yang berbeda.⁴⁴ Pendidikan adalah tingkat penguasaan ilmu pengetahuan yang dimiliki oleh seseorang tentang bagaimana kemampuannya dalam memahami sesuatu hal dengan baik. Pendidikan juga mempunyai pengaruh dalam pengambilan keputusan seseorang, dengan semakin tinggi tingkat pendidikan yang dicapai maka semakin banyak pengetahuan yang didapat sehingga dalam bertindak mengambil keputusan akan lebih teliti dalam mempertimbangkan segala keputusan.⁴⁵ Sedangkan pendidikan menurut teori dalam Hisyam

⁴² Hisyam Lathif Ubaidillah dan Nadia Asandimitra, "Pengaruh Demografi Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Menabung Masyarakat Di Kabupaten Sidoarjo," *Ilmu Manajemen*, 7 (2019), 243.

⁴³ Alina Tsalitsa dan Yanuar Rachmansyah, "Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Dan Faktor Demografi Terhadap Pengambilan Kredit Pada PT. Columbia Cabang Kudus," *Media Ekonomi Dan Manajemen*, 31 (1 Januari 2016), 5.

⁴⁴ Abdul Razak, *Demografi Nasabah Sebagai Variabel Moderasi Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan, dan Komitmen Terhadap loyalitas Pada Bank Di Sulawesi Tenggara*, 90.

⁴⁵ Alina Tsalitsa dan Yanuar Rachmansyah, "Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Dan Faktor Demografi Terhadap Pengambilan Kredit Pada PT. Columbia Cabang Kudus," *Media Ekonomi Dan Manajemen*, 31 (1 Januari 2016) 6.

menyatakan semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang/ individu maka semakin tinggi tingkat menabungnya.⁴⁶

Pendidikan akan menentukan jenis pekerjaan yang dilakukan oleh seorang konsumen. Pekerjaan seseorang akan mempengaruhi pendapatan yang diterimanya. Pendapatan dan pendidikan tersebut kemudian akan mempengaruhi proses keputusan dan pola konsumsi seseorang. Tingkat pendidikan seseorang juga akan mempengaruhi nilai-nilai yang dianutnya, cara berpikir, cara pandang bahkan persepsinya terhadap suatu masalah. Dari sisi pemasaran, semua konsumen dengan tingkat pendidikan yang berbeda adalah konsumen potensial bagi semua produk dan jasa.⁴⁷

5) Pekerjaan

Pekerjaan adalah profesi yang disandang seseorang dalam melakukan aktifitas yang memberikan hasil baik berupa pengalaman atau materi yang dapat menunjang kehidupannya. Pekerjaan yang dilakukan seseorang akan mempengaruhi persepsi dan sikap dalam memenuhi kebutuhannya baik pekerjaan di bidang akademik maupun non akademik.⁴⁸ Pekerjaan mempunyai korelasi yang erat dan nyaris merupakan hubungan sebab akibat dengan variabel demografi lainnya seperti pendidikan dan pendapatan. Dimana pekerjaan tingkat tinggi

⁴⁶ Hisyam Lathif Ubaidillah dan Nadia Asandimitra, "Pengaruh Demografi Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Menabung Masyarakat Di Kabupaten Sidoarjo," *Ilmu Manajemen*, 7 (2019), 244.

⁴⁷ Rini Dwistuti, Agustina Shinta Dan Riyanti Isaskar, *Ilmu Perilaku Konsumen*, 105.

⁴⁸ *Ibid.*, 6.

yang menghasilkan pendapatan yang tinggi biasanya membutuhkan pelatihan pendidikan lanjutan. Orang-orang yang mempunyai pendidikan yang agak rendah jarang memenuhi syarat untuk pekerjaan tingkat tinggi.⁴⁹

6) Ukuran keluarga/ *family size*

Dalam hal ini segmentasi atas dasar *family size* diperoleh pembagian pasar menurut besarnya anggota keluarga. Dalam pada itu, sebuah produk seringkali memiliki beberapa varian atau model yang ditujukan untuk melayani segmen atas dasar ukuran besarnya anggota keluarga itu. Itulah sebabnya kita menyaksikan bagaimana Toyota memiliki beberapa model untuk mobil mereka, misalnya Toyota Yarris dipasarkan untuk keluarga yang belum mempunyai anak, sedangkan Toyota Innova dikhususkan bagi konsumen yang memiliki anggota keluarga besar atau mereka yang secara sosiologis berada dalam sistem kekerabatan *extended family* akan cenderung menjadi konsumen dari mobil dengan model berdaya tampung besar.

7) Agama

Segmentasi berdasarkan agama juga dilakukan oleh marketer untuk memasarkan berbagai macam produk di negara yang penduduknya pemeluk taat beragama. Misalnya, di Indonesia kita telah melihat berbagai lembaga keuangan bank dan asuransi memasarkan bank syariah atau asuransi syariah. Kita juga

⁴⁹ Leon Schiffman & Leslie Lazar Kanuk, *Perilaku Konsumen*, 47.

menyaksikan untuk berbagai produk makanan dan minuman seperti mie instan karomah, air mineral zam-zam. Tapi tentu saja tak seluruh produk bisa didekati dengan segmentasi atas dasar agama. Sebuah catatan pernah diberikan dengan nada risau tentang hal ini oleh pemasaran kasali. Ia mengatakan bahwa segmentasi cara ini sangat sensitif dan memerlukan keseriusan dalam menjalin hubungan dengan konsumennya: segmentasi berdasarkan agama hanya dapat diterapkan pada komoditi tertentu yang pasarnya amat sensitif terhadap simbol-simbol agama.⁵⁰

8) Generasi

Setiap generasi pastinya dipengaruhi oleh banyak faktor yang ada di zaman mereka (misalnya: musik, film, peristiwa dan bahkan politik). Contoh: generasi musik anak muda sangatlah berbeda dengan generasi musik orang tua. Biasanya anak muda lebih menyukai musik yang beraliran hip hop atau R&B berbeda dengan orang tua yang menyukai musik keroncong. Oleh karena itu toko kaset lebih banyak menjual kaset yang beraliran hip hop ketimbang beraliran keroncong karena target sasaran mereka ialah anak muda.⁵¹

⁵⁰ Lukmono Hadi, "Pendekatan Segmentasi Dalam Pemasaran Produk," *Administrasi Bisnis*, 7 (1 Juli 2010), 4.

⁵¹ M. Musyafa', "Pengaruh Demografis, Brand Image, Dan Received Benefit Terhadap Keputusan Memilih Menjadi Nasabah PT. BPRS Lantabur Tebuireng Cab. Mojokerto," *Tesis* (Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya, 2017), 27.

3. Sikap

a. Pengertian Sikap

Pada prinsip-prinsip pemasaran sikap merupakan evaluasi, perasaan, dan kecenderungan seseorang yang secara konsisten menyukai atau tidak menyukai suatu objek atau gagasan. Sikap menempatkan orang pada kerangka berpikir tentang menyukai atau tidak menyukai sesuatu, bergerak mendekat atau menjauh dari hal itu. Sikap seseorang membentuk sebuah pola dan mengubahnya membutuhkan banyak penyesuaian yang sulit dalam sikap-sikap lainnya. Jadi, perusahaan sebaiknya mencoba mencocokkan produknya ke dalam sikap yang nyata tanpa mengubahnya.⁵²

Menurut Louis Thurstone, Rensis Likert, dan Charles Osgood sikap adalah suatu bentuk evaluasi atau reaksi perasaan. Sikap seseorang terhadap suatu objek adalah perasaan mendukung atau memihak (*favorable*) maupun perasaan tidak mendukung atau tidak memihak (*unfavorable*) pada objek tersebut. Menurut Secord dan Backman sikap adalah keteraturan tertentu dalam hal perasaan (*afeksi*), pemikiran (*kognisi*), dan predisposisi tindakan (*konasi*).⁵³

Menurut Allport sikap adalah suatu mental dan saraf sehubungan dengan kesiapan untuk menanggapi, diorganisasi melalui pengalaman dan memiliki pengaruh yang mengarahkan dan/ atau dinamis terhadap

⁵² Rini Dwistuti, Agustina Shinta Dan Riyanti Isaskar, *Ilmu Perilaku Konsumen*, 66.

⁵³ Saifuddin Azwar, *Sikap Manusia: Teori Dan Pengukurannya*, Ed. 2, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), 5.

perilaku. Definisi tersebut mengandung makna bahwa sikap adalah mempelajari kecenderungan memberikan tanggapan terhadap suatu objek, baik disenangi maupun tidak disenangi secara konsisten. Jika di analogikan dengan sikap konsumen terhadap merek berarti sikap terhadap merek, yaitu mempelajari kecenderungan konsumen untuk mengevaluasi merek, baik disenangi maupun tidak disenangi secara konsisten. Dengan demikian, konsumen mengevaluasi merek tertentu secara keseluruhan dari yang paling jelek sampai yang paling baik.⁵⁴

Triandis dan ahli lainnya mengkombinasikan tiga jenis tanggapan (pikiran, perasaan, tindakan) ke dalam model tiga unsur dari sikap (*tripartite model of attitude*). Dalam skema ini sikap di pandang mengandung tiga komponen yang terkait yaitu *kognisi* (pengetahuan tentang objek), *afeksi* (evaluasi positif atau negatif terhadap suatu objek), dan *cognition* (perilaku aktual terhadap suatu objek).

Saat ini sebagian besar periset setuju bahwa konsep sederhana dari sikap yang diajukan oleh Thurstone dan Fishbein ialah yang paling bermanfaat. Artinya sikap mewakili perasaan senang atau tidak senang konsumen terhadap objek yang di pertanyakan.⁵⁵

⁵⁴ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, 140.

⁵⁵ Nugroho J. Setiadi, 140.

b. Komponen sikap

Struktur sikap terdiri atas 3 komponen yang paling menunjang yaitu:

- 1) Komponen kognitif adalah pengetahuan dan persepsi yang diperoleh melalui kombinasi pengalaman langsung dengan objek dan informasi terkait yang didapat dari berbagai sumber. Yang dimaksud objek adalah atribut produk.⁵⁶ Menurut Peter dan Olson dalam komponen kognitif terdiri dari keyakinan/ kepercayaan, arti terhadap produk, dan pengetahuan konsumen tentang produk. Keyakinan dan pengetahuan tentang produk ini berbeda antara satu konsumen dengan konsumen yang lain. Kognisi biasanya melibatkan pikiran, ditandai dengan pemilihan atau seleksi dari informasi kualitas, kuantitas, harga, kebutuhan, dan dapat terjadi melalui proses berpikir sadar maupun tidak sadar serta secara otomatis langsung tertarik untuk membeli.⁵⁷
- 2) Komponen afektif adalah emosi atau perasaan terhadap suatu produk atau merek tertentu. Emosi dan perasaan terutama mempunyai hakikat evaluatif, yaitu apakah konsumen suka atau tidak terhadap produk tertentu.
- 3) Komponen konatif adalah kecenderungan seseorang untuk melakukan suatu tindakan dan perilaku dengan cara tertentu terhadap suatu objek sikap. Dalam pemasaran dan penelitian konsumen,

⁵⁶ Sudaryono, *Manajemen Pemasaran teori & Implementasi*, 71.

⁵⁷ Rini Dwistuti, Agustina Shinta Dan Riyanti Isaskar, *Ilmu Perilaku Konsumen*, 31.

komponen konatif lazimnya di perlakukan sebagai ekspresi niat konsumen untuk membeli atau menolak suatu produk. Komponen konatif merefleksikan kecenderungan dan perilaku aktual terhadap suatu objek, yang mana komponen ini menunjukkan kecenderungan melakukan tindakan.⁵⁸

c. Fungsi Sikap

Menurut Daniel Kazt ada empat fungsi sikap, antara lain:

1) Fungsi utilitarian

Fungsi utilitarian adalah fungsi yang berhubungan dengan prinsip-prinsip dasar imbalan dan hukuman. Disini konsumen mengembangkan beberapa sikap terhadap produk atas dasar apakah suatu produk memberikan kepuasan atau kekecewaan.⁵⁹

2) Fungsi ekspresi nilai

Sikap ini mengekspresikan nilai-nilai tertentu dalam suatu usaha untuk menerjemahkan nilai-nilai tersebut ke dalam suatu yang lebih nyata dan lebih mudah ditampakkan.⁶⁰ Konsumen mengembangkan sikap terhadap suatu merek produk bukan didasarkan atas manfaat produk itu, tetapi lebih didasarkan atas kemampuan merek produk itu mengekspresikan nilai-nilai yang ada pada dirinya.⁶¹

⁵⁸ Sudaryono, *Manajemen Pemasaran teori & Implementasi*, (Yogyakarta: ANDI, 2016), 71.

⁵⁹ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, 140.

⁶⁰ Yan Januar Akbar, "Analisis Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas, Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda (Studi Pada Konsumen Sepeda Motor Honda Di Semarang)," *Skripsi* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2010), 41.

⁶¹ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, 140.

3) Fungsi mempertahankan

Sikap berfungsi untuk melindungi seseorang dari keraguan yang muncul dari dalam dirinya sendiri atau dari faktor luar yang mungkin menjadi ancaman bagi dirinya.⁶² Sikap yang dikembangkan oleh konsumen cenderung untuk melindunginya dari tantangan eksternal maupun internal, sehingga membentuk fungsi mempertahankan ego.⁶³

4) Fungsi Pengetahuan

Sikap membantu konsumen mengorganisasikan informasi yang begitu banyak yang setiap hari dipaparkan pada dirinya. Fungsi pengetahuan dapat membantu konsumen mengurangi ketidakpastian dan kebingungan dalam memilah-milah informasi yang relevan dan tidak relevan dengan kebutuhannya.⁶⁴ Pengetahuan yang baik mengenai suatu produk seringkali mendorong seseorang untuk menyukai produk tersebut. Karena itu sikap positif terhadap suatu produk seringkali mencerminkan pengetahuan konsumen terhadap suatu produk.⁶⁵

d. Faktor-Faktor yang mempengaruhi sikap

Dalam interaksi sosialnya, individu bereaksi membentuk pola sikap tertentu terhadap berbagai objek yang dihadapinya, beberapa faktor yang mempengaruhi pembentukan sikap adalah:

⁶² Sudaryono, *Manajemen Pemasaran teori & Implementasi*, 73.

⁶³ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, 141.

⁶⁴ Nugroho J. Setiadi, 141.

⁶⁵ Sudaryono, *Manajemen Pemasaran teori & Implementasi*, 74.

1) Pengalaman pribadi

Pengalaman pribadi haruslah meninggalkan kesan yang kuat. Karena itu, sikap akan lebih mudah terbentuk apabila pengalaman pribadi tersebut terjadi dalam situasi yang melibatkan faktor emosional.

2) Pengaruh orang lain yang dianggap penting

Individu pada umumnya cenderung untuk memiliki sikap yang konformis atau searah dengan sikap seseorang yang dianggap penting. Kecenderungan ini antara lain dimotivasi oleh keinginan untuk berafiliasi dan untuk menghindari konflik dengan orang yang dianggap penting tersebut.

3) Pengaruh kebudayaan

Kebudayaan telah menanamkan garis pengaruh sikap kita terhadap berbagai masalah. Kebudayaan telah mewarnai sikap anggota masyarakatnya, karena kebudayaan pulalah yang memberi corak pengalaman individu-individu yang menjadi anggota kelompok masyarakat asuhannya.⁶⁶

4) Media massa

Dalam penyampaian informasi sebagai tugas pokoknya, media massa membawa pula pesan-pesan yang berisi sugesti yang dapat mengarahkan opini seseorang. Adanya informasi baru mengenai sesuatu hal memberikan landasan *kognitif* baru bagi terbentuknya

⁶⁶ Saifuddin Azwar, *Sikap Manusia: Teori Dan Pengukurannya*, 30.

sikap terhadap hal tersebut. Pesan-pesan *sugestif* yang di bawa oleh informasi tersebut, apabila cukup kuat akan memberi dasar *afektif* dalam menilai sesuatu hal sehingga terbentuklah arah sikap tertentu.⁶⁷

5) Lembaga pendidikan dan lembaga agama

Lembaga pendidikan dan lembaga agama sebagai suatu sistem mempunyai pengaruh dalam pembentukan sikap dikarenakan keduanya meletakkan dasar pengertian dan konsep moral dalam diri individu. Pemahaman akan baik buruk, diperoleh dari pendidikan dan dari pusat keagamaan serta ajaran-ajarannya. Dikarenakan konsep moral dan ajaran agama sangat menentukan sistem kepercayaan maka tidaklah mengherankan kalau pada gilirannya kemudian konsep tersebut ikut berperan dalam menentukan sikap individu terhadap sesuatu hal.⁶⁸

6) Pengaruh faktor emosional

Kadang kala, suatu bentuk sikap merupakan pernyataan yang didasari emosi yang berfungsi sebagai semacam penyaluran frustrasi atau pengalihan bentuk mekanisme pertahanan ego. Sikap demikian dapat merupakan sikap yang sementara dan segera berlalu begitu frustrasi telah hilang akan tetapi dapat pula merupakan sikap yang lebih bertahan lama.⁶⁹

⁶⁷ Ibid., 30.

⁶⁸ Ibid., 30.

⁶⁹ ibid., 35.

e. Cara pengukuran sikap

Pengukuran sikap dapat dilakukan dengan menilai pernyataan sikap seseorang. Pernyataan sikap adalah rangkaian kalimat yang mengatakan sesuatu mengenai objek sikap yang hendak diungkap. Pernyataan sikap mungkin berisi atau mengatakan hal-hal yang positif mengenai objek sikap, yaitu kalimatnya bersifat mendukung atau memihak pada objek sikap. Pernyataan ini disebut dengan pernyataan yang *favorable*. Sebaliknya pernyataan sikap mungkin pula berisi hal-hal negatif mengenai objek sikap yang bersifat tidak mendukung maupun kontra terhadap objek sikap. Pernyataan ini disebut dengan pernyataan yang tidak *favorable*.⁷⁰

B. Kajian Pustaka

Dalam penelitian ini penulis mengemukakan hasil penelitian yang dianggap relevan dengan penelitian yang akan penulis lakukan diantaranya:

Jurnal penelitian Raehana Zainuddin dengan penelitian berjudul Pengaruh Faktor Demografi Dan Kelas Sosial Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah Di Kota Palopo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor demografi pendidikan, penghasilan, pekerjaan, dan usia berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah di Kota Palopo. Hal ini ditunjukkan dengan uji statistik secara parsial, dalam variabel pendidikan nilai $t_{hitung} (5,474) > t_{tabel} (1,660)$; dalam variabel penghasilan nilai $t_{hitung} (7,060) >$

⁷⁰ Yan Januar Akbar, "Analisis Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas, Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda (Studi Pada Konsumen Sepeda Motor Honda Di Semarang)," *Skripsi* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2010), 43.

$t_{tabel} (1,660)$; dalam variabel pekerjaan nilai $t_{hitung} (4,666) > t_{tabel} (1,660)$; dan dalam variabel usia nilai $t_{hitung} (-3,128) > t_{tabel} (1,660)$.⁷¹

Persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah terdapat pada variabel X yang digunakan yaitu faktor demografi dan uji instrumen penelitian. Perbedaannya adalah terdapat pada lokasi penelitian yaitu kota Palopo dan skala pengukuran yang menggunakan skala interval dan skala ordinal.

Penelitian Omboi Bernard Messah dan Ms. Priscilla N. Wangai dengan penelitian berjudul *Factors that Influence the Demand for Credit for Credit Among SmallScale Investors: a case study of Meru Central District, Kenya*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dilihat dari segi signifikansinya usia mempunyai hubungan yang signifikan terhadap keputusan mengambil kredit secara statistik pada tingkat signifikansi 10%. Pendidikan mempunyai hubungan yang signifikan terhadap keputusan mengambil kredit secara statistik pada tingkat signifikansi 1%. Pendapatan mempunyai hubungan yang signifikan terhadap keputusan mengambil kredit secara statistik pada tingkat signifikansi 1%.⁷²

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terdapat pada variabel demografinya yaitu usia, pendidikan, pendapatan. Perbedaannya adalah teknik pengambilan sampel menggunakan metode acak sederhana, analisis data,

⁷¹ Raehana Zainuddin, "Pengaruh Faktor Demografi Dan Kelas Sosial Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah Di Kota Palopo," *Ecosystem*, 19 (2019), 101.

⁷² Omboi Bernard Messah dan Ms. Priscilla N. Wangai, "Factors that Influence the Demand for Credit for Credit Among SmallScale Investors: a case study of Meru Central District, Kenya," *Penelitian Keuangan dan Akuntansi*, 2 (2011), 15.

lokasi penelitian di kenya, dan institusi/ lembaga penelitian di Meru Central District.

Skripsi Hamriah dengan penelitian berjudul Pengaruh Literasi Keuangan Dan *Gender* Terhadap Pengambilan Keputusan Kredit Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Panakkukang Makassar. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel literasi keuangan memiliki nilai koefisien regresi yaitu sebesar 0,399 bernilai positif dan memiliki nilai t_{hitung} sebesar 4,071 > t_{tabel} 1,982, yang artinya literasi keuangan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan kredit. variabel faktor demografi *gender*/ jenis kelamin memiliki nilai koefisien regresi yaitu sebesar 2,670 bernilai positif dan memiliki nilai t_{hitung} sebesar 3,051 > t_{tabel} 1,982, yang artinya *gender* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan kredit.⁷³

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah terdapat pada salah satu variabel demografi yang digunakan yaitu *gender* (jenis kelamin), bank yang sama yaitu BRI Syariah. Perbedaannya adalah terdapat pada lokasi yang berbeda, teknik pengambilan sampel menggunakan sampling accidental, variabel Y nya yaitu pengambilan keputusan kredit.

Jurnal penelitian Alina Tsalitsa dengan penelitian berjudul Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Dan Faktor Demografi Terhadap Pengambilan Kredit Pada PT. Columbia Cabang Kudus. Hasil penelitian ini menunjukkan

⁷³ Hamriah, "Pengaruh Literasi Keuangan dan *Gender* Terhadap Pengambilan Keputusan Kredit Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Panakkukang Makassar," *Skripsi* (Makassar: Universitas Islam Negeri Alauddin, 2019), 66.

bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan kredit. Hal ini ditunjukkan dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t sebesar $-4,494$. Usia berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengambilan kredit. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar $0,010 < 0,05$ dan nilai t sebesar $-2,623$. Pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan kredit. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t sebesar $7,539$. Pekerjaan tidak berpengaruh terhadap pengambilan kredit. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar $0,514 > 0,05$ dan nilai t sebesar $-,655$. Pendidikan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengambilan kredit. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar $0,045 < 0,05$ dan nilai t sebesar $-2,036$.⁷⁴

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah terdapat pada variabel X yang digunakan yaitu faktor demografis dan pengukuran instrumen menggunakan skala *likert*. Sedangkan perbedaannya adalah variabel Y yang digunakan yaitu keputusan pengambilan kredit, teknik pengambilan sampel menggunakan *cluster sampling* dan lokasi penelitian yang berbeda.

Skripsi Ninuk Arifah dengan penelitian berjudul Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan Dan Sikap Anggota Terhadap Keputusan Menabung Di BMT (Studi Kasus Di BMT Syamil Ampel Boyolali). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pengetahuan berpengaruh terhadap keputusan menabung

⁷⁴ Alina Tsalitsa, "Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Dan Faktor Demografi Terhadap Pengambilan Kredit Pada PT. Columbia Kudus," *Media Ekonomi dan Manajemen*, 31 (2016), 8.

di BMT Syamil Ampel Boyolali. Hal ini ditunjukkan dengan nilai statistik t_{hitung} (5,510) > t_{tabel} (1,985). Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap keputusan menabung di BMT Syamil Ampel Boyolali. Hal ini ditunjukkan dengan nilai statistik t_{hitung} (1,369) < t_{tabel} (1,985). Sikap anggota berpengaruh terhadap keputusan menabung di BMT Syamil Ampel Boyolali. Hal ini ditunjukkan dengan nilai statistik t_{hitung} (3,060) lebih besar dari t_{tabel} (1,985).⁷⁵

Persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah terdapat pada variabel X yang digunakan yaitu sikap dan variabel Y yang digunakan yaitu keputusan menabung, serta uji instrumen penelitian yang digunakan. Perbedaannya adalah terdapat pada institusi/ lembaga penelitian yaitu BMT, lokasi penelitian yaitu Boyolali, teori yang digunakan dalam penelitian yaitu teori Adawiyah.

Skripsi Idak dengan penelitian berjudul Pengaruh Motivasi, Persepsi, dan Sikap Nasabah Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Baraka Kabupaten Enrekang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi berpengaruh positif terhadap keputusan menabung pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Baraka Kabupaten Enrekang. Hal ini ditunjukkan dengan nilai statistik t_{hitung} (1,871) > t_{tabel} (1,66023). Persepsi nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Baraka Kabupaten Enrekang. Hal ini ditunjukkan dengan

⁷⁵ Ninuk Arifah, "Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan dan Sikap Anggota Terhadap Keputusan Menabung Di BMT (Studi Kasus Di BMT Syamil Ampel Boyolali)," *Skripsi* (Surakarta: Institut Agama Islam Negeri Surakarta, 2018), 73.

nilai statistik $t_{hitung} (2,283) > t_{tabel} (1,66023)$. Sikap nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung. Hal ini ditunjukkan dengan nilai statistik $t_{hitung} (4,888) > t_{tabel} (1,66023)$. Jadi dalam penelitian ini sikap nasabah merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Baraka Kabupaten Enrekang.⁷⁶

Persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah terdapat pada variabel X yang digunakan yaitu sikap, variabel Y yang digunakan yaitu keputusan menabung, penentuan jumlah sampel menggunakan rumus slovin. Perbedaannya adalah terdapat pada institusi/ lembaga penelitian yaitu PT. BRI (Persero) Tbk. dan lokasi penelitian yaitu Kabupaten Enrekang Makassar.

Skripsi Hikmah Ramadani dengan penelitian berjudul Analisis Pengaruh Pengetahuan, Sikap, dan Lingkungan Sosial Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Bank Syariah (Studi Kasus Bank BRI Syariah KCP Magelang). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah BRIS KCP Magelang dengan kontribusi 56,7%. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pengetahuan maka keputusan nasabah akan meningkat. Sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah BRIS KCP Magelang dengan kontribusi 29,5%. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi sikap maka keputusan nasabah akan meningkat. Lingkungan sosial berpengaruh positif dan signifikan

⁷⁶ Idak, "Pengaruh Motivasi, Persepsi Dan Sikap Nasabah Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Baraka Kabupaten Enkerang," *Skripsi* (Makassar: Universitas Islam Negeri Alauddin, 2018), 87.

terhadap keputusan nasabah BRIS KCP Magelang dengan kontribusi 20,9%. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi lingkungan sosial maka keputusan nasabah akan meningkat.⁷⁷

Persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah terdapat pada variabel X yang digunakan yaitu sikap, variabel Y yang digunakan yaitu keputusan, uji instrumen penelitian yang digunakan, dan institusi/ lembaga penelitian yaitu BRI Syariah. Perbedaannya adalah terdapat pada lokasi penelitian yaitu Magelang dan cara penentuan jumlah sampel menggunakan rumus *Unknown Population*.

Penelitian ini meneruskan kajian tentang sikap dari Hikmah Ramadani yang menyatakan bahwa sikap konsumen adalah faktor penting yang akan mempengaruhi keputusan konsumen. Konsep sikap sangat terkait dengan konsep kepercayaan (*belief*) dan perilaku (*behavior*). Selain itu, penelitian ini meneruskan kajian tentang faktor demografi dari Hisyam Lathif Ubaidilah yang menyatakan bahwa faktor demografi merupakan faktor yang menjadi latar belakang perilaku manusia dimana dalam perilaku ini terdapat berbagai macam proses dan beberapa macam pertimbangan yang dapat membentuk suatu keputusan untuk dapat melakukan suatu perilaku.

Penelitian ini layak dilakukan mengingat keinginan dan kebutuhan konsumen yang berbeda-beda dapat terlihat dari karakteristik demografinya serta sikap konsumen akan berubah dengan berlalunya waktu dan akan

⁷⁷ Hikmah Ramadani, "Analisis Pengaruh Pengetahuan, Sikap Dan Lingkungan Sosial Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Bank Syariah (Studi Kasus Bank BRI Syariah KCP Magelang)," *Skripsi* (Salatiga: Institut Agama Islam Negeri Salatiga, 2018), 91.

bervariasi tingkatannya terhadap produk, ada yang sangat menyukai atau sangat tidak menyukainya. Penelitian ini menggunakan teori Rini Dwiastuti dan mengembangkan teori Leon Schiffman dan Lazar Kanuk, serta Hisyam Lathif Ubaidilah.

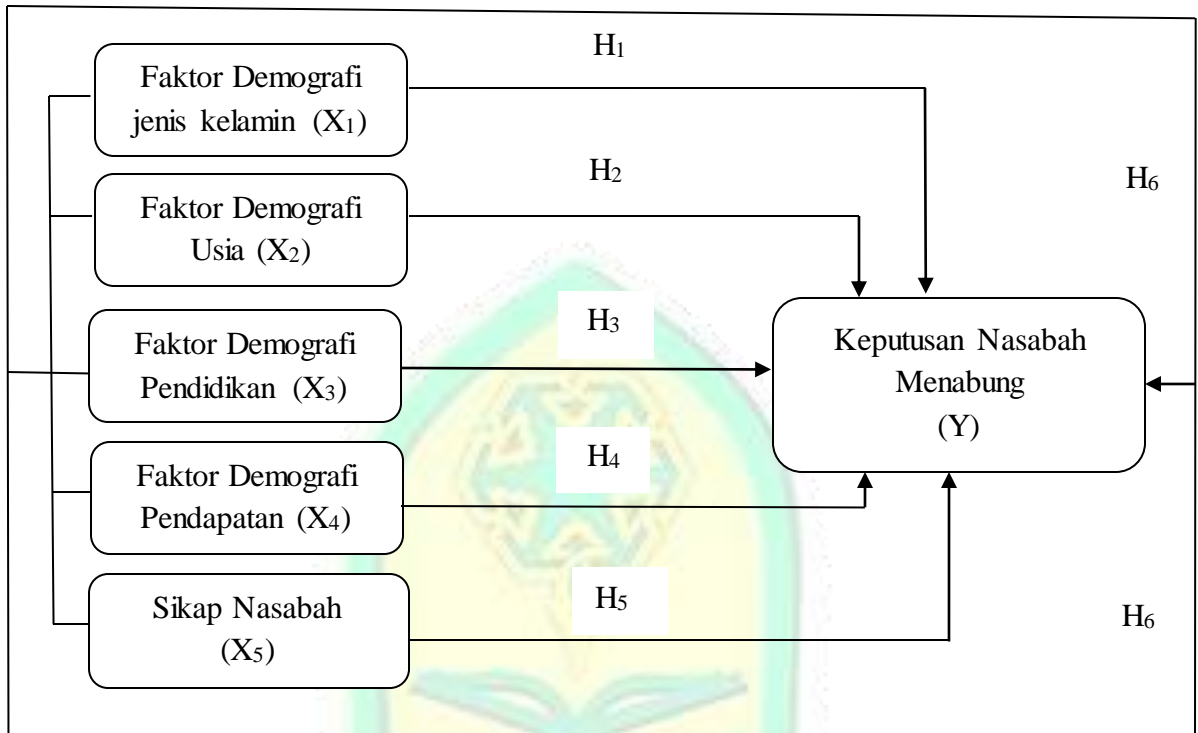
Penelitian ini digunakan untuk menunjang perkembangan BRI Syariah KCP Ponorogo dan diharapkan mampu menambah jumlah nasabah menabung kedepannya serta bisa dijadikan gambaran untuk memasarkan produk tabungan BRI Syariah KCP Ponorogo.

C. Kerangka Berfikir

Uma Sekaran dalam bukunya *Bussinesh Research* mengemukakan bahwa, kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.⁷⁸ Berdasarkan tujuan penelitian, teori tentang keputusan menabung sebagai (Y), faktor demografi jenis kelamin(X_1), usia (X_2), pendidikan (X_3), pendapatan (X_4), dan sikap nasabah sebagai (X_5) serta kajian pustaka/ penelitian terdahulu diatas, dapat dibuat kerangka pemikiran untuk lebih mempermudah dalam penelitian ini dengan gambar sebagai berikut:

⁷⁸ Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (bandung: ALFABETA, 2016), 60.

Gambar 1.2
Kerangka pemikiran



Kerangka pemikiran diatas menjelaskan bahwa faktor demografi jenis kelamin mempengaruhi keputusan nasabah menabung, faktor demografi usia mempengaruhi keputusan nasabah menabung, faktor demografi pendidikan mempengaruhi keputusan nasabah, faktor demografi pendapatan mempengaruhi keputusan nasabah menabung menabung, dan sikap nasabah mempengaruhi keputusan nasabah menabung, dan secara bersama-sama variabel faktor demografi jenis kelamin, usia, pendidikan, pendapatan dan variabel sikap nasabah mempengaruhi keputusan nasabah menabung. Kerangka pemikiran tersebut berdasarkan pada buku Sugiyono dengan judul Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.⁷⁹

⁷⁹ Ibid., 44.

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.⁸⁰

Inti dari pengambilan keputusan konsumen adalah “proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih, dan memilih salah satu diantaranya.”⁸¹

Berdasarkan tinjauan pustaka menurut Hungu jenis kelamin adalah perbedaan antara laki-laki dan perempuan secara biologis sejak seseorang lahir.⁸² Karakter laki-laki berbanding terbalik dengan perempuan yaitu sangat mandiri, mudah membuat keputusan, sangat percaya diri, sedangkan perempuan cenderung lebih berhati-hati dan menggunakan perasaan dalam membuat suatu keputusan keuangan. Hal ini menunjukkan bahwa laki-laki lebih berani mengambil risiko dalam mengambil keputusan mengenai keuangan dibandingkan perempuan.⁸³ Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hamriah berjudul Pengaruh Literasi Keuangan Dan *Gender* Terhadap Pengambilan Keputusan Kredit Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Panakkukang Makassar menunjukkan bahwa variabel faktor demografi *gender*/

⁸⁰ Ibid., 64.

⁸¹ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah. Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian (Yogyakarta: ANDI, 2013), 121.

⁸² Hungu, *Demografi Kesehatan Indonesia* (Jakarta: Grasindo, 2007), 123.

⁸³ Natalia Christanti dan Linda Ariany Mahastanti, “Faktor-faktor yang Dipertimbangkan Investor dalam Melakukan Investasi. *Manajemen Teori dan Terapan*. 3 (2011), 41.

jenis kelamin berpengaruh terhadap pengambilan keputusan kredit. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

H₀₁ : Tidak terdapat pengaruh antara faktor demografi jenis kelamin terhadap keputusan nasabah menabung

H_{a1} : Terdapat pengaruh faktor demografi jenis kelamin terhadap keputusan nasabah menabung

Berdasarkan tinjauan pustaka menurut Alina Tsalitsa usia adalah batasan atau tingkat ukuran hidup yang mempengaruhi kondisi fisik seseorang. Faktor usia berperan penting dalam mengambil keputusan dalam menentukan produk dan jasa keuangan secara tepat, semakin matang usia seseorang maka perilaku mengambil keputusan akan semakin rasional.⁸⁴ Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Alina Tsalitsa dengan penelitian berjudul Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Dan Faktor Demografi Terhadap Pengambilan Kredit Pada PT. Columbia Cabang Kudus menunjukkan bahwa usia berpengaruh terhadap pengambilan kredit. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

H₀₂ : Tidak terdapat pengaruh antara faktor demografi usia terhadap keputusan nasabah menabung

H_{a2} : Terdapat pengaruh faktor demografi usia terhadap keputusan nasabah menabung

⁸⁴ Alina Tsalitsa, "Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Dan Faktor Demografi Terhadap Pengambilan Kredit Pada PT. Columbia Kudus," *Media Ekonomi dan Manajemen*, 31 (2016), 5.

Berdasarkan tinjauan pustaka menurut Alina Tsalitsa pendidikan adalah tingkat penguasaan ilmu pengetahuan yang dimiliki oleh seseorang tentang bagaimana kemampuannya dalam memahami sesuatu hal dengan baik. Pendidikan juga mempunyai pengaruh terhadap pengambilan keputusan seseorang, dengan semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang maka akan semakin tinggi pula ketelitian seseorang dalam bertindak mengambil keputusan.⁸⁵ Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Raehana Zainuddin yang berjudul Pengaruh Faktor Demografi Dan Kelas Sosial Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah Di Kota Palopo menunjukkan bahwa pendidikan berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih Bank Syariah di Kota Palopo. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

H₀₃ : Tidak terdapat pengaruh antara faktor demografi pendidikan terhadap keputusan nasabah menabung

H_{a3} : Terdapat pengaruh faktor demografi pendidikan terhadap keputusan nasabah menabung

Berdasarkan tinjauan pustaka menurut teori Abdul Razak pendapatan adalah uang yang diterima oleh perorangan, perusahaan dan organisasi lain dalam bentuk upah, gaji, sewa, bunga, komisi, ongkos, dan laba.⁸⁶ Semakin banyak jumlah pendapatan seseorang maka semakin tinggi pula jumlah tabungan seseorang yang dimilikinya. Penelitian terdahulu yang dilakukan

⁸⁵ Ibid., 6.

⁸⁶ Abdul Razak, *Demografi Nasabah Sebagai Variabel Moderasi Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan, dan Komitmen Terhadap Loyalitas Pada Bank Sulawesi Tenggara*, 90.

oleh Raehana Zainuddin yang berjudul Pengaruh Faktor Demografi Dan Kelas Sosial Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah Di Kota Palopo menunjukkan bahwa pendapatan berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih Bank Syariah di Kota Palopo. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

H₀₄ : Tidak terdapat pengaruh antara faktor demografi pendapatan terhadap keputusan nasabah menabung

H_{a4} : Terdapat pengaruh faktor demografi pendapatan terhadap keputusan nasabah menabung

Berdasarkan tinjauan pustaka menurut Louis Thurstone, Rensis Likert, dan Charles Osgood sikap adalah perasaan mendukung atau memihak maupun perasaan tidak mendukung atau memihak terhadap suatu objek.⁸⁷ Sikap menempatkan orang pada kerangka berpikir tentang suka atau tidak menyukai sesuatu. Ditahapan proses pengambilan keputusan konsumen, setelah melakukan pencarian dan pemrosesan informasi, langkah berikutnya adalah menyikapi informasi tersebut. Apakah konsumen akan meyakini informasi dan memilih merek tertentu untuk dibeli, hal ini erat kaitannya dengan sikap yang dikembangkan.⁸⁸ Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hikmah Ramadani dengan penelitian berjudul Analisis Pengaruh Pengetahuan, Sikap, dan Lingkungan Sosial Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Bank Syariah (Studi Kasus Bank BRI Syariah KCP Magelang) menunjukkan bahwa

⁸⁷ Saifuddin Azwar, *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*, Ed. 2 (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), 5.

⁸⁸ Rini Dwiastuti, Agustina Shinta, dan Riyanti Isaskar, *Ilmu Perilaku Konsumen* (Malang: UB Press, 2012), 66.

Sikap berpengaruh terhadap keputusan nasabah BRIS KCP Magelang.

Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

H₀₅ : Tidak terdapat pengaruh antara sikap nasabah terhadap keputusan nasabah menabung

H_{a5} : Terdapat pengaruh antara sikap nasabah terhadap keputusan nasabah menabung

Hipotesis terkait dengan pengaruh faktor demografi jenis kelamin, usia, pendidikan, pendapatan dan sikap nasabah secara bersama-sama terhadap keputusan nasabah menabung di BRI Syariah KCP Ponorogo

H₀₆ : Tidak terdapat pengaruh antara faktor demografi jenis kelamin, usia, pendidikan, pendapatan dan sikap nasabah secara bersama-sama terhadap keputusan nasabah menabung

H_{a6} : Terdapat pengaruh antara faktor demografi jenis kelamin, usia, pendidikan, pendapatan dan sikap nasabah secara bersama-sama terhadap keputusan nasabah menabung



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian ini dilakukan untuk memberikan gambaran yang lebih detail mengenai suatu gejala atau fenomena. Hasil akhir dari penelitian ini berupa tipologi atau pola-pola mengenai fenomena yang dibahas.¹

Pendekatan penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah penelitian yang mengumpulkan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan menguji hipotesis.²

B. Lokasi dan Periode Penelitian

Lokasi penelitian yang akan dilakukan adalah Bank BRI Syariah KCP Ponorogo, Jalan Soekarno Hatta No. 2B, Bangunsari, Kecamatan Ponorogo, Kabupaten Ponorogo. Periode dalam penelitian ini yaitu Tahun 2020.

C. Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian adalah mencatat perencanaan dari cara berpikir dan merancang suatu strategi untuk menemukan sesuatu. Penelitian yang digunakan adalah penelitian primer. Penelitian primer membutuhkan data atau informasi

¹ Priyono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Sidoarjo: Zifatama, 2008), 37.

² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Afabeta, 2016),

dari sumber pertama yang biasa disebut dengan responden. Data atau informasi yang diperoleh melalui pertanyaan tertulis dengan menggunakan kuesioner. Kategori penelitian primer dalam penelitian ini menggunakan survei. Survei adalah studi yang bersifat kuantitatif yang digunakan untuk meneliti gejala suatu kelompok atau perilaku individu. Survei dalam penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai alat pengambil data.³

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner/ angket. Kuesioner yaitu serangkaian pertanyaan yang dikirim per pos atau diserahkan pada responden untuk diisi, jawaban dari pertanyaan tersebut dilakukan sendiri oleh responden tanpa bantuan pihak peneliti, lalu jawaban kemudian dikembalikan oleh responden atas kemauannya sendiri.⁴

Penelitian ini menggunakan penelitian kausal. Penelitian kausal adalah suatu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan sebab akibat antar variabel bebas atau *independen* (variabel yang mempengaruhi) dengan variabel terikat atau *dependen* (variabel yang dipengaruhi), yang selanjutnya dengan variabel tersebut maka akan dicari seberapa besar pengaruh antara variabel *independen* terhadap variabel *dependen*.⁵

³ Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif* (Yogyakarta: Graha ilmu, 2006), 16.

⁴ *Ibid.*, 142.

⁵ *Ibid.*, 40.

D. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel adalah sesuatu yang berbeda atau bervariasi, simbol atau konsep yang diasumsikan sebagai seperangkat nilai-nilai.⁶ Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas (*independent variabel*) dan variabel terikat (*dependent variabel*). Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel lain yang sifatnya dapat berdiri sendiri yakni faktor demografi jenis kelamin (X_1), faktor demografi usia (X_2), faktor demografi pendidikan (X_3), faktor demografi pendapatan (X_4) dan sikap nasabah (X_5). Sedangkan variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain yang sifatnya tidak dapat berdiri sendiri yakni keputusan nasabah menabung (Y).⁷

Definisi dari setiap variabel yakni demografi adalah ilmu yang mempelajari persoalan dan keadaan perubahan kependudukan manusia yang menyangkut kepadatan, lokasi, usia, jenis kelamin, ras, lapangan kerja dan data statistik lain. Sikap adalah evaluasi, perasaan, dan kecenderungan seseorang yang secara konsisten menyukai atau tidak menyukai suatu objek atau gagasan. Sedangkan pengambilan keputusan adalah seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih, dengan perkataan lain pilihan alternatif harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan.

⁶ Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), 53.

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 114.

Tabel 3.1

Indikator Variabel Penelitian⁸

Variabel	Indikator	Pernyataan	Butir Soal	Sumber
Faktor Demografi	1. Jenis kelamin (X ₁)	a. Laki- laki b. Perempuan	1	Philip Kotler & Gary Amstrong, <i>Prinsip-Prinsip Pemasaran</i> , 12 ed. (Jakarta: Erlangga, 2008)
	2. Usia (X ₂)	a. < 25 tahun b. 26 tahun – 35 tahun c. 36 tahun – 50 tahun d. > 51 tahun	2	
	3. Pendidikan (X ₃)	a. SD b. SMP c. SMA d. Sarjana/Diploma e. Di atas Sarjana	3	
	4. Pendapatan (X ₄)	a. < Rp 1.000.000 b. Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000 c. Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000 d. >Rp 3.000.000	4	
Sikap (X ₅)	1. Komponen kognitif	a. Saya menabung di BRI Syariah karena pengetahuan tentang produk tabungan mudah dipahami b. Saya menabung di BRI Syariah karena sudah percaya dengan BRI Syariah c. Saya menabung di BRI Syariah karena menghindari sistem bunga	5, 6, 7	Dr. Sudaryono, <i>Manajemen Pemasaran teori & Implementasi</i> , 1 ed. (Yogyakarta: ANDI, 2016)
	2. Komponen Afektif	a. Saya merasa senang dengan adanya produk tabungan di BRI Syariah	8, 9, 10	

⁸ Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), 60.

		<p>karena menggunakan sistem bagi hasil/ syariah</p> <p>b. Saya merasa senang dengan produk tabungan di BRI Syariah karena ada banyak pilihan</p> <p>c. Saya merasa senang apabila BRI Syariah membuka cabang</p>		
	3. Komponen Konatif	<p>a. Saya menabung di BRI Syariah karena sudah berpengalaman dalam melayani nasabahnya</p> <p>b. Saya menabung di BRI Syariah karena dapat di andalkan</p> <p>c. Saya menabung di BRI Syariah karena sebelumnya pernah menggunakan jasa bank syariah</p>	11, 12, 13	
Keputusan Menabung (Y)	1. Pengenalan kebutuhan	<p>a. Saya ingin meningkatkan pengetahuan tentang produk tabungan di BRI Syariah</p> <p>b. Saya menabung di BRI Syariah karena transaksinya mudah</p>	14, 15	Rini Dwistuti, Agustina Shinta Dan Riyanti Isaskar, <i>Ilmu Perilaku Konsumen</i> (Malang: UB Press, 2012)
	2. Pencarian informasi	<p>a. Saya mencari informasi sebanyak mungkin sebelum menabung di BRI Syariah</p> <p>b. Saya mencari informasi di media sosial sebelum menabung di BRI Syariah</p>	16, 17	
	3. Evaluasi alternatif	a. Saya mempertimbangkan kualitas produk tabungan di BRI Syariah dengan bank lainnya sebelum menabung di BRI Syariah	18, 19	

		b. Saya mempertimbangkan jarak dan lokasi di BRI Syariah dengan bank lainnya sebelum menabung di BRI Syariah		
	4. Tindakan pembelian	a. Saya memutuskan untuk menabung di BRI Syariah setelah mendapatkan informasi yang cukup b. Saya memutuskan untuk menabung di BRI Syariah setelah mendapatkan pengetahuan yang cukup	20, 21	
	5. Pasca pembelian	Saya merasa puas menabung di BRI Syariah karena sesuai dengan yang diharapkan	22	

E. Populasi dan Sampel

Populasi adalah sekumpulan orang atau objek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal yang membentuk masalah pokok dalam suatu penelitian.⁹ Disebut juga sebagai wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari, kemudian ditarik suatu kesimpulan.¹⁰ Populasi dalam penelitian ini ada 12.420 nasabah rekening yang menabung pada BRI Syariah KCP Ponorogo.

Sampel adalah bagian atau sejumlah cuplikan tertentu yang diambil dari suatu populasi dan diteliti secara rinci. Sampel bisa disebut juga bagian dari

⁹ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), 161.

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Jakarta: Alfabeta, 2013), 5.

jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.¹¹ Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* yaitu menentukan kriteria khusus terhadap sampel, terutama orang-orang yang dianggap ahli. Dimana dalam penelitian ini menggunakan sampel dengan nasabah yang menabung di BRI Syariah KCP Ponorogo. Agar sampel pada penelitian ini mewakili jumlah populasi maka metode penarikan sampel ini dapat menggunakan rumus slovin. Rumus perhitungan besaran sampel:

$$\begin{aligned}n &= \frac{N}{1+Ne^2} \\ &= \frac{12.420}{1+12.420 (0,1)^2} \\ &= \frac{12.420}{1+124,2} \\ &= \frac{12.420}{125,2} \\ &= 99,20\end{aligned}$$

Karena hasilnya berupa bilangan desimal, maka dibulatkan menjadi 100 responden, yang kemudian akan dilakukan penyebaran kuesioner kepada responden sebanyak 100 eksemplar yakni kepada nasabah tabungan di BRI Syariah KCP Ponorogo.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Jumlah instrumen penelitian tergantung pada jumlah variabel penelitian yang telah ditetapkan untuk diteliti.¹² Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah lembar kuesioner atau angket yang berisi

¹¹ Ibid., 81.

¹² Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 103.

pernyataan dengan skala *likert* untuk variabel keputusan menabung (Y) dan variabel sikap (X₅) . Skala *likert* digunakan untuk mengukur kesetujuan dan ketidaksetujuan seseorang terhadap suatu objek. Biasanya skala *likert* diekspresikan mulai dari yang paling negatif, netral sampai yang paling positif dalam bentuk: sangat tidak setuju, tidak setuju, tidak tahu (netral), setuju, dan sangat setuju.¹³ Variabel dengan skala *likert* akan diukur dan dijabarkan menjadi dimensi, dimensi dijabarkan menjadi indikator. Indikator ini kemudian dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan yang mana akan dijawab oleh responden.¹⁴ Instrumen penelitian ini menggunakan kuesioner/ angket. Kuesioner dalam penelitian ini ada 3 bagian yaitu pernyataan-pernyataan yang berhubungan dengan faktor demografi, sikap nasaba, dan keputusan nasabah menabung di BRI Syariah KCP Ponorogo (Y). Pilihan jawaban dari setiap pernyataan tersebut adalah dengan memberikan tanda *checklist* (√) pada setiap item pernyataan yang disediakan. Dalam penelitian ini menggunakan 5 pilihan/skala dalam menentukan sikap dalam fenomena sosial yang dinyatakan dalam pernyataan atau pertanyaan di kuesioner/angket tersebut. Masing-masing instrumen akan diberi jawaban dan nilai diantaranya¹⁵

- | | |
|------------------|----------------|
| 1. Sangat Setuju | diberi nilai 5 |
| 2. Setuju | diberi nilai 4 |
| 3. Netral | diberi nilai 3 |

¹³ Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*, 96.

¹⁴ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kencana, 2017), 25.

¹⁵ Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 93–95.

4. Tidak Setuju diberi nilai 2

5. Sangat Tidak Setuju diberi nilai 1

Sementara untuk variabel faktor demografi jenis kelamin (X_1) menggunakan skala nominal yang dapat diukur menggunakan *scoring* yaitu laki-laki diberi skor 1 dan perempuan diberi skor 0. Usia (X_2) dibagi menjadi beberapa bagian yaitu kurang dari 25 tahun diberi skor 1, usia 26 – 35 tahun diberi skor 2, usia 36 – 50 tahun diberi skor 3, dan usia 50 tahun keatas diberi skor 4. Pendidikan (X_3) dibagi menjadi 5 kelompok yaitu SD diberi skor 1, lulusan SMP diberi skor 2, lulusan SMA diberi skor 3, Sarjana/Diploma diberi skor 4, lulusan diatas sarjana diberi skor 5. Pendapatan (X_4) dibagi menjadi empat golongan yaitu dibawah Rp 1.000.000 diberi skor 1, Rp 1.000.000-Rp 2.000.000 diberi skor 2, Rp 2.000.000-Rp 3.000.000 diberi skor 3, dan di atas Rp 3.000.000 diberi skor 4.¹⁶

G. Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang memiliki arti ketepatan, kecermatan, dan sahnyanya suatu data penelitian yang digunakan.¹⁷ Uji validitas merupakan suatu alat ukur tes dalam kuesioner. Validitas atau kesahihan menunjukkan sejauh mana alat pengukur yang dipergunakan mampu untuk mengukur apa yang diukur.¹⁸

¹⁶ Hisyam Lathif Ubaidillah dan Nadia Asandimitra, “Pengaruh Faktor Demografi dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Menabung Masyarakat Di Kabupaten Sidoarjo,” *Ilmu Manajemen*, 7 (2019), 244.

¹⁷ R. Rina Novianty Ariawaty dan Siti Noni Evita, *Metode Kuantitatif Praktis* (Bandung: PT Bima Pratama sejahtera ,2018), 9.

¹⁸ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kencana, 2017), 46.

Jika data yang digunakan dalam penelitian tidak memenuhi persyaratan validitas, maka data penelitian dapat dikatakan tidak relevan dalam menggambarkan keadaan yang sesungguhnya atau memiliki tingkat validitas yang rendah. Dalam menentukan data yang sudah tepat, cermat atau sah, maka dapat ditentukan melalui uji *Pearson Product Moment*. Rumus yang bisa digunakan untuk uji validitas konstruk dengan teknik *korelasi product moment*, yaitu:

$$R_{\text{hitung}} = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(n\sum x^2 - (\sum x)^2)(n\sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan:

x = skor variabel (jawaban responden)

y = skor total dari variabel (jawaban responden)

n = jumlah responden

Uji validitas dapat juga dilakukan dengan mengkorelasikan antar skor pernyataan dengan total skor konstruk. Teknik ini dilakukan dengan membandingkan nilai antara r_{hitung} dengan r_{tabel} . Jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ maka pernyataan serta indikator yang digunakan dalam penelitian ini dianggap valid. Sedangkan jika $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$ maka dapat dipastikan pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini dianggap tidak valid.¹⁹ Ada beberapa kriteria yang digunakan untuk mengetahui kuesioner yang digunakan sudah tepat untuk mengukur apa yang ingin diukur, yaitu:²⁰

¹⁹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21* (Semarang: Undip, 2016), 52-53.

²⁰ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kencana, 2017), 47-48.

- a. Jika koefisien korelasi *product moment* melebihi 0,3
- b. Jika koefisien korelasi *product moment* $> r_{\text{tabel}} (\alpha; n-2)$ $n =$ jumlah sampel
- c. Nilai $\text{sig.} \leq \alpha$

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula.²¹ Teknik pengukuran yang digunakan menggunakan teknik *alpha cronbach* yang mana kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan *reliable* (layak), apabila *alpha cronbach* $> 0,60$ dan dikatakan tidak reliabel jika *alpha cronbach* $< 0,60$.²² Dalam penelitian ini peneliti melihat dari *alpha*.

H. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian tentang kenormalan distribusi data. Penggunaan uji normalitas dikarenakan pada analisis statistik parametrik, asumsi yang harus dimiliki oleh data adalah bahwa data tersebut harus terdistribusi secara normal. Maksud data terdistribusi secara normal adalah bahwa data akan mengikuti bentuk distribusi normal. Uji normalitas bisa dilakukan dengan dua cara. Yaitu dengan "*Normal P-P*

²¹ Ibid., 55.

²² Ibid., 57.

Plot" dan "tabel *Kolmogorov Smirnov*. Jika tingkat signifikansi atau (sig.) > (0,05) maka distribusi data normal begitu pula sebaliknya.²³ dalam penelitian ini akan menganalisa hasil melalui tabel *Kolmogorov Smirnov*.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik harus memiliki varians yang sama (homoskedastisitas) atau tidak terjadi heteroskedastisitas.²⁴ Cara mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat menggunakan uji statistik yaitu uji *Glejser*. Uji *Glejser* yaitu mengusulkan untuk meregres nilai absolut residual terhadap variabel bebas, dengan asumsi apabila nilai sig. > 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas.²⁵

c. Uji Autokorelasi

Autokorelasi merupakan korelasi antara anggota seri observasi yang disusun menurut urutan waktu (Seperti data *time series*) atau urutan tempat/ruang (data *cross section*), atau korelasi yang timbul pada dirinya sendiri. Dengan demikian autokorelasi merupakan suatu kondisi dimana terdapat korelasi atau hubungan antar pengamatan atau observasi baik itu

²³ Danang Sunyoto, *Teori, Kuesioner, & Analisis Data untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), 132.

²⁴ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21* (Semarang: Undip, 2016), 139.

²⁵ *Ibid.*, 142

dalam bentuk observasi deret waktu (*time series*) atau observasi *cross section*.²⁶

Tabel 3.2

Deteksi Adanya Autokorelasi Dengan Kriteria Durbin Watson

Hipotesis Nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < dl$
Tidak ada autokorelasi positif	No decision	$dl \leq d \leq du$
Tidak ada korelasi negatif	Tolak	$4 - dl < d < 4$
Tidak ada korelasi negatif	No decision	$4 - du \leq d \leq 4 - dl$
Tidak ada autokorelasi, positif atau negatif	Tidak ditolak	$du < d < 4 - du$

d. Uji Multikolinieritas

Uji ini bertujuan untuk mendeteksi apakah variabel independen pada model regresi saling berkorelasi. Salah satu cara untuk mendeteksi gejala multikolinieritas adalah dengan melihat nilai *tolerance value* atau *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan kriteria keputusan sebagai berikut:²⁷

- 1) Apabila *tolerance value* > 0,1 dan VIF < 10, maka dapat disimpulkan tidak terjadi gejala multikolinieritas antar variabel independen pada model regresi
- 2) Apabila *tolerance value* < 0,1 dan VIF > 10, maka dapat disimpulkan terjadi gejala multikolinieritas antar variabel independen pada model regresi.

²⁶ Danang Sunyoto, Teori, Kuesioner, & Analisis Data untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), 134.

²⁷ R. Rina Novianty Ariawaty dan Siti Noni Evita, *Metode Kuantitatif Praktis* (Bandung: PT Bima Pratama sejahtera ,2018), 26.

2. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh signifikan satu variabel independen dengan satu variabel dependen.²⁸ Analisis regresi linier sederhana digunakan persamaan untuk garis regresi yakni sebagai berikut:²⁹

$$Y = a + bX + \text{error}$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat atau nilai prediksi dari variabel Y

a = Konstan

b = Koefisien regresi

X = Variabel bebas

b. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mencari pola hubungan antara satu variabel terikat (*dependen*) dengan lebih dari satu variabel bebas (*independen*)³⁰ yakni faktor demografis dan sikap nasabah dengan variabel dependen yaitu pengambilan keputusan nasabah menabung di BRI Syariah KCP Ponorogo. Analisa ini digunakan peneliti untuk meramalkan nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui

²⁸ Danang Sunyoto, *Praktik SPSS Untuk Kasus Dilengkapi Contoh Penelitian Bidang Ekonomi* (Yogyakarta: Nuha Medika, 2011), 121.

²⁹ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kencana, 2017), 379.

³⁰ Andhita Dessy Wulansari, *Aplikasi Statistik Parametrik dalam Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Felicha, 2017), 145-148.

arah hubungan antara variabel independen dengan dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif.³¹

Adapun rumus yang digunakan menurut Syofian Siregar yaitu:³²

$$Y = a + b_1X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + \dots + b_nX_n$$

Keterangan:

Y = variabel terikat

X₁ = variabel bebas pertama

X₂ = variabel bebas kedua

X₃ = variabel bebas ketiga

X_n = variabel bebas ke-n

a, b₁, b₂ = konstanta

Dari rumus tersebut, maka diperoleh persamaan regresi berganda yang akan dianalisis dalam penelitian ini, yaitu:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + \text{error}$$

Dimana :

Y = Keputusan nasabah menabung

a = Konstanta

b₁ = Koefisien regresi variabel X₁

b₂ = Koefisien variabel X₂

b₃ = Koefisien variabel X₃

b₄ = Koefisien variabel X₄

³¹ Ibid., 167-171.

³² Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kencana, 2017), 301.

b_5 = Koefisien variabel X_5

X_1 = Faktor Demografi Jenis Kelamin

X_2 = Faktor Demografi Usia

X_3 = Faktor Demografi Pendidikan

X_4 = Faktor Demografi Pendapatan

X_5 = Sikap Nasabah

c. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji-t)

Tujuan uji ini adalah untuk mengukur secara terpisah kontribusi yang ditimbulkan dari masing-masing variabel bebas.³³ Menunjukkan nilai signifikan dari tiap-tiap koefisien regresi terhadap kenyataan yang ada. Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi (sig.) < probabilitas 0,05 maka ada pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y)
- 2) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen. Menentukan hipotesis nihil dan alternatif.³⁴

Hipotesis statistiknya dapat dirumuskan³⁵, sebagai berikut:

³³ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21* (Semarang: Undip, 2016), 98.

³⁴Ibid., 99.

³⁵ Danang Sunyoto, *Praktik SPSS Untuk Kasus Dilengkapi Contoh Penelitian Bidang Ekonomi* (Yogyakarta: Nuha Medika, 2011), 26.

a) Variabel faktor demografi jenis kelamin

$H_{01} : \beta_1 = 0$: Nilai koefisien regresi variabel faktor demografi jenis kelamin tidak mempunyai pengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah menabung

$H_{a1} : \beta_1 \neq 0$: Nilai koefisien regresi variabel faktor demografi jenis kelamin mempunyai pengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah menabung

b) Variabel faktor demografi usia

$H_{02} : \beta_2 = 0$: Nilai koefisien regresi variabel faktor demografi usia tidak mempunyai pengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah menabung

$H_{a2} : \beta_2 \neq 0$: Nilai koefisien regresi variabel faktor demografi usia mempunyai pengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah menabung

c) Variabel faktor demografi pendidikan

$H_{03} : \beta_3 = 0$: Nilai koefisien regresi variabel faktor demografi pendidikan tidak mempunyai pengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah menabung

$H_{a3} : \beta_3 \neq 0$: Nilai koefisien regresi variabel faktor demografi pendidikan mempunyai pengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah menabung

d) Variabel faktor demografi pendapatan

$H_{04} : \beta_4 = 0$: Nilai koefisien regresi variabel faktor demografi pendapatan tidak mempunyai pengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah menabung

$H_{a4} : \beta_4 \neq 0$: Nilai koefisien regresi variabel faktor demografi pendapatan mempunyai pengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah menabung

e) Variabel sikap nasabah

$H_{05} : \beta_5 = 0$: Nilai koefisien regresi variabel sikap nasabah tidak mempunyai pengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah menabung

$H_{a5} : \beta_5 \neq 0$: Nilai koefisien regresi variabel sikap nasabah mempunyai pengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah menabung

d. Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F)

Uji ini digunakan untuk menjawab hipotesis dari penelitian ini. Uji ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh secara simultan atau bersama-sama antara variabel independen (X_1 dan X_2) terhadap variabel dependen (Y).³⁶ yakni apakah variabel independen (faktor demografi dan sikap nasabah) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (pengambilan keputusan nasabah menabung). Penelitian ini menggunakan pengaruh dan tingkat signifikan $\alpha = 0,05$ atau 5%.

Asumsinya adalah *Pertama*, apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_{06} ditolak dan menerima H_{a6} . Artinya variabel independen (faktor demografi dan sikap nasabah) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen (keputusan nasabah menabung). *Kedua*, apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_{06} diterima dan menolak H_{a6} . Artinya variabel independen (faktor demografi dan sikap nasabah) secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (keputusan nasabah menabung). *Ketiga*, apabila nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_{06} ditolak dan menerima H_{a6} , artinya variabel independen (faktor demografi dan

³⁶ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kencana, 2017), 303.

sikap nasabah) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen (keputusan nasabah menabung).³⁷

Untuk F_{tabel} yaitu dengan menentukan df_1 atau k , df_2 atau $n-k-1$ sehingga $F_{\alpha}; (df_1, df_2) = F_{0.05; df_1(2), df_2(99-2-1) = df(2), df_2(96)}$.³⁸

Hipotesis statistiknya dapat dirumuskan, sebagai berikut:³⁹

$H_{06} : \beta_{1,2} = 0$: Nilai koefisien regresi variabel faktor demografi jenis kelamin, usia, pendidikan, pendapatan dan sikap nasabah tidak mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan nasabah menabung

$H_{a6} : \beta_{1,2} \neq 0$: Nilai koefisien regresi variabel faktor demografi jenis kelamin, usia, pendidikan, pendapatan dan sikap nasabah mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan nasabah menabung

e. Uji Koefisien Determinasi *R Square* (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi yakni antara 0 - 1. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi

³⁷ Ibid., 333-334.

³⁸ Danang Sunyoto, *Praktik SPSS Untuk Kasus Dilengkapi Contoh Penelitian Bidang Ekonomi* (Yogyakarta: Nuha Medika, 2011), 91.

³⁹ Ibid., 30.

variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.⁴⁰

Adapun pedoman menurut Syofian Siregar untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi atau seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen) yakni sebagai berikut.⁴¹

Tabel 3.3
Tingkat Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat kuat

Berdasarkan tabel 3.3 menunjukkan bahwa tingkat koefisien korelasi antara 0,00-0,199 berarti memiliki tingkat hubungan sangat rendah, tingkat koefisien korelasi 0,20-0,399 berarti memiliki tingkat hubungan rendah, tingkat koefisien korelasi 0,40-0,599 berarti memiliki tingkat hubungan sedang, tingkat koefisien korelasi 0,60-0,799 berarti memiliki tingkat hubungan kuat, dan tingkat koefisien korelasi 0,80-1,000 berarti memiliki tingkat hubungan sangat kuat.

⁴⁰ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21* (Semarang: Undip, 2016), 97.

⁴¹ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kencana, 2017), 396.

BAB IV

PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Sejarah PT. BRI Syariah

Sejarah pendirian PT. Bank BRI syariah Tbk (selanjutnya disebut BRI syariah atau bank) tidak lepas dari akuisisi yang dilakukan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk terhadap Bank Jasa Arta pada 19 Desember 2007. Setelah mendapatkan izin usaha dari Bank Indonesia melalui surat No. 10/67/KEP. GBI/DPG/2008 pada 16 oktober 2008. BRI Syariah resmi beroperasi pada 17 november 2008 dengan nama PT. Bank BRI Syariah dan seluruh kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah islam. Pada 19 Desember 2008, Unit Usaha Syariah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk melebur ke dalam PT. Bank BRI Syariah. Proses *spin off* tersebut berlaku efektif pada tanggal 1 Januari 2009 dengan penandatanganan yang dilakukan oleh Sofyan Basir selaku Direktur Utama PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk dan Ventje Rahardjo selaku Direktur Utama PT. Bank BRI Syariah.¹

Saat ini BRI syariah menjadi bank syariah keempat terbesar berdasarkan jumlah aset. Pada tahun 2017 Bank ditunjuk oleh Kementerian Keuangan RI sebagai bank penerima pajak Negara secara elektronik melalui Modul Penerimaan Negara (MPN) Generasi kedua bagi nasabah korporasi

¹ Dokumen Laporan tahunan BRI Syariah Tahun 2019, Di akses pada tanggal 12 Maret 2020 pukul 20.13 WIB

maupun perorangan. Pada tahun 2018, BRI syariah mengambil langkah lebih pasti lagi dengan melaksanakan *initial Public Offering* pada tanggal 9 Mei 2018 di Bursa Efek Indonesia. BRI syariah fokus membidik berbagai segmen di masyarakat. Basis nasabah yang terbentuk secara luas di seluruh penjuru Indonesia menunjukkan bahwa BRI syariah memiliki kapabilitas tinggi sebagai bank ritel modern terkemuka dengan ragam layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan yang lebih bermakna.²

2. Visi dan Misi BRI Syariah KCP Ponorogo

a. Visi

Menjadi bank ritel modern terkemuka dengan ragam layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna

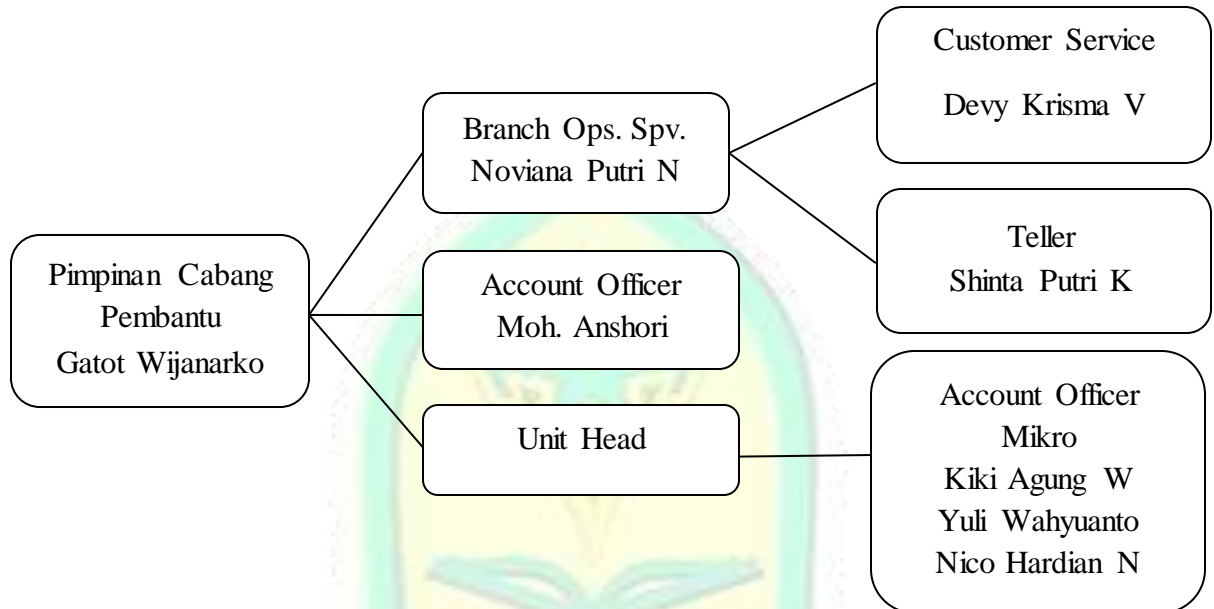
b. Misi

- 1) Memahami keragaman individu dan mengakomodasi beragam kebutuhan finansial nasabah.
- 2) Menyediakan produk dan layanan yang mengedepankan etika sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.
- 3) Menyediakan akses ternyaman melalui berbagai sarana kapanpun dan dimanapun.

² Dokumen Laporan tahunan BRI Syariah Tahun 2019, Di akses pada tanggal 12 Maret 2020 pukul 20.13 WIB

- 4) Memungkinkan setiap individu untuk meningkatkan kualitas hidup dan menghadirkan ketenteraman pikiran.³

3. Struktur Organisasi BRI Syariah KCP Ponorogo



4. Letak Geografis Bank BRI Syariah KCP Ponorogo

Bank BRI Syariah KCP Ponorogo terletak di Jalan Soekarno-Hatta no. 2B, Bangunsari, kec. Ponorogo, kab. Ponorogo, Jawa Timur 63491. Telp. 0352-486123. Lokasi sangat strategis karena berdekatan dengan indomart dan sate ngepos, sehingga akan memberikan dampak yang positif terhadap kinerja perusahaan dalam menjaring nasabah sebanyak-banyaknya, dengan batas wilayah sebagai berikut:

Sebelah Utara : Optik Aviva

Sebelah Selatan : Sate Ayam Ngepos

³ Dokumen Laporan tahunan BRI Syariah Tahun 2019, Di akses pada tanggal 12 Maret 2020 pukul 20.13 WIB

Sebelah Timur : Pemukiman Penduduk

Sebelah Barat : Toko Tiga Berlian Motor

5. Produk-Produk Tabungan Bank BRI Syariah KCP Ponorogo

a. Tabungan Faedah BRI Syariah iB

Akad yang digunakan adalah *Wadi'ah Yad Dhamanah*. Tabungan faedah iB dipersembahkan bagi mereka yang menginginkan kemudahan dalam melakukan transaksi keuangan dengan faedah yang ditawarkan yaitu; setoran awal minimal Rp 50.000, gratis biaya administrasi bulanan, gratis biaya bulanan kartu ATM, gratis cek saldo, gratis biaya transfer. Terlebih jika menggunakan kartu ATM BRI Syariah, nasabah akan mudah melakukan beragam transaksi perbankan di ATM BRI syariah, ATM BRI, ATM Bersama maupun ATM Prima di seluruh Indonesia.⁴

b. Tabungan Haji iB

Akad yang digunakan adalah *Mudharabah Muthlaqah*. Untuk mempermudah bagi umat muslim dalam melaksanakan ibadah haji, BRI Syariah mempersembahkan produk tabungan haji dengan mendapatkan berbagai kemudahan antara lain: setoran awal ringan mulai Rp. 50.000,- gratis biaya administrasi bulanan, bagi hasil yang kompetitif dan pemotongan zakat secara otomatis, gratis asuransi jiwa dan kecelakaan, transaksi online dengan SISKOHAT (Sistem Komputerisasi Haji Terpadu) untuk kepastian porsi keberangkatan haji, tersedia pilihan

⁴ Dokumen Brosur Tabungan Faedah BRI Syariah iB

ibadah Haji Reguler (Rp. 25 juta) dan Haji Khusus (USD. 4.000) untuk mendapatkan porsi keberangkatan.

c. Tabungan SimPel (Simpanan Pelajar) iB

Tabungan SimPel adalah tabungan untuk siswa yang diterbitkan dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik untuk mendorong budaya menabung sejak dini. Kemudahan yang diperoleh yaitu: setoran awal minimal Rp. 1.000,- minimal setoran selanjutnya Rp. 1000,- saldo minimum Rp. 1.000,- limit penarikan Rp. 500.000,-/hari, dapat diberikan kartu ATM (pilihan), dapat diberikan fasilitas e-channel berupa Mobile BRIS, SMS BRIS, dan phone banking (call BRIS), serta tabungan ini menggunakan akad wadi'ah.

d. TabunganKu

TabunganKU merupakan tabungan seperti tabungan faedah hanya berbeda ketentuan dan fasilitasnya saja. Ketentuan produk ini yaitu setoran awal dan saldo minimum Rp. 20.000,- tidak mendapatkan kartu ATM, dan akad yang digunakan adalah *Wadi'ah yad Dhamanah*. Sedangkan Tabungan Impian adalah tabungan berjangka dari BRI Syariah dengan prinsip bagi hasil (*Mudharabah Muthlaqah*) yang dirancang untuk mewujudkan impian nasabah dengan terencana.⁵

⁵ Dokumen Brosur Tabungan Impian iB

B. Hasil Pengujian Deskripsi

1. Hasil Pengujian Deskripsi Responden

Untuk memperoleh gambaran umum mengenai latar belakang sampel penelitian, maka akan disampaikan hal-hal penting dalam penafsiran penelitian mengenai gambaran sampel yakni berupa jenis kelamin, umur, pendidikan dan pendapatan. Responden dalam penelitian ini adalah nasabah yang menabung di BRI Syariah KCP Ponorogo dengan jumlah 12.420 nasabah. Karena keterbatasan waktu dan biaya maka peneliti hanya mengambil sampel 100 responden yang secara umum dapat dideskripsikan sebagai berikut:

a. Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin

Tabel 4.1

Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		JenisKelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Perempuan	70	70,0	70,0	70,0
	Laki-Laki	30	30,0	30,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 21

Berdasarkan keterangan Tabel 4.1 dapat diketahui tentang jenis kelamin responden nasabah menabung BRI Syariah KCP Ponorogo menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah perempuan, yaitu sebanyak 70 responden dengan persentase 70%, sedangkan sisanya adalah laki-laki sebanyak 30 responden dengan persentase 30%.

b. Deskripsi responden berdasarkan Usia

Tabel 4.2
Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 25 Tahun	69	69,0	69,0	69,0
	26-35 Tahun	16	16,0	16,0	85,0
	36-50 Tahun	14	14,0	14,0	99,0
	> 50 Tahun	1	1,0	1,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 21

Berdasarkan keterangan Tabel 4.2 dapat diketahui tentang usia responden nasabah menabung di BRI Syariah KCP Ponorogo menunjukkan bahwa usia kurang dari 25 tahun mendominasi sebagai responden yakni sebanyak 69 responden dengan persentase 69%. Selanjutnya usia 26-35 tahun sebanyak 16 responden dengan persentase 16%, usia 36-50 tahun sebanyak 14 responden dengan persentase 14%, dan usia lebih dari 50 tahun sebanyak 1 responden dengan persentase 1%.

c. Deskripsi responden berdasarkan Pendidikan

Tabel 4.3
Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan

		Pendidikan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD	2	2,0	2,0	2,0
	SMA	59	59,0	59,0	61,0
	Sarjana/ Diploma	38	38,0	38,0	99,0
	Diatas Sarjana	1	1,0	1,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 21

Berdasarkan keterangan Tabel 4.3 dapat diketahui tentang pendidikan responden nasabah menabung di BRI Syariah KCP Ponorogo menunjukkan bahwa pendidikan lulusan SMA mendominasi sebagai responden yakni sebanyak 59 responden dengan persentase 59%. Selanjutnya lulusan SD sebanyak 2 responden dengan persentase 2%, SMP sebanyak 0 responden dengan persentase 0%, sarjana/diploma sebanyak 38 responden dengan persentase 38%, dan diatas sarjana sebanyak 1 responden dengan persentase 1%.

d. Deskripsi responden berdasarkan pendapatan

Tabel 4.4
Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 1.000.000	60	60,0	60,0	60,0
	1.000.000-2.000.000	26	26,0	26,0	86,0
	2.000.000-3.000.000	12	12,0	12,0	98,0
	> 3.000.000	2	2,0	2,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 21

Berdasarkan keterangan Tabel 4.4 dapat diketahui tentang Pendapatan responden nasabah menabung di BRI Syariah KCP Ponorogo menunjukkan bahwa sebagian besar pendapatan responden adalah kurang dari 1.000.000 yakni sebanyak 60 responden dengan persentase 60%. Selanjutnya pendapatan Rp 1.000.000-Rp 2.000.000 sebanyak 26 responden dengan persentase 26%, pendapatan Rp 2.000.000-Rp 3.000.000 sebanyak 12 responden dengan persentase 12%,

dan pendapatan lebih dari Rp 3.000.000 sebanyak 2 responden dengan persentase 2%.

2. Hasil Pengujian Deskripsi Data penelitian

Penelitian ini terdiri dari variabel faktor demografi jenis kelamin (X_1), usia (X_2), pendidikan (X_3), pendapatan (X_4) dan sikap nasabah (X_5) sebagai variabel bebas (independen) dan variabel keputusan nasabah menabung (Y) sebagai variabel terikat (dependen). Data dari variabel-variabel penelitian diperoleh dari hasil kuesioner yang disebar kepada responden. Untuk lebih lanjut dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

a. Hasil Skor Kuesioner Faktor Demografi Jenis Kelamin (X_1)

Tabel 4.5 Skor Jenis Kelamin

Jenis Kelamin (D1)	Total	%
Laki-Laki	30	30,0
Perempuan	70	70,0

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 21

Berdasarkan keterangan Tabel 4.5 dapat diketahui tentang jenis kelamin responden nasabah menabung BRI Syariah KCP Ponorogo menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah perempuan, yaitu sebanyak 70 responden dengan persentase 70%, sedangkan sisanya adalah laki-laki sebanyak 30 responden dengan persentase 30%.

b. Hasil Skor Kuesioner Faktor Demografi Usia (X_2)

Tabel 4.6 Skor Usia

Usia (D2)	Total	%
Kurang dari 25 tahun	69	69,0
26-35 tahun	16	16,0
36-50 tahun	14	14,0
Diatas 50 tahun	1	1,0

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 21

Berdasarkan keterangan Tabel 4.6 dapat diketahui tentang usia responden nasabah menabung di BRI Syariah KCP Ponorogo menunjukkan bahwa usia kurang dari 25 tahun mendominasi sebagai responden yakni sebanyak 69 responden dengan persentase 69%. Selanjutnya usia 26-35 tahun sebanyak 16 responden dengan persentase 16%, usia 36-50 tahun sebanyak 14 responden dengan persentase 14%, dan usia lebih dari 50 tahun sebanyak 1 responden dengan persentase 1%.

c. Hasil Skor Kuesioner Faktor Demografi Pendidikan (X₃)

Tabel 4.7 Skor Pendidikan

Pendidikan (D3)	Total	%
SD	2	2,0
SMP	0	0
SMA	59	64,0
Sarjana/Diploma	38	33,0
Diatas Sarjana	1	1,0

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 21

Berdasarkan keterangan Tabel 4.7 dapat diketahui tentang pendidikan responden nasabah menabung di BRI Syariah KCP Ponorogo menunjukkan bahwa pendidikan SMA mendominasi sebagai responden yakni sebanyak 59 responden dengan persentase 59%. Selanjutnya lulusan SD sebanyak 2 responden dengan persentase 2%, SMP sebanyak 0 responden dengan persentase 0%, sarjana/diploma sebanyak 38 responden dengan persentase 38%, dan diatas sarjana sebanyak 1 responden dengan persentase 1%.

d. Hasil Skor Kuesioner Faktor Demografi Pendapatan (X₄)

Tabel 4.8 Skor Pendapatan

Pendapatan (D ₄)	Total	%
Kurang dari 1.000.000	60	60
1.000.000-2.000.000	26	26
2.000.000-3.000.000	12	12
Diatas 3.000.000	2	2

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 21

Berdasarkan keterangan Tabel 4.8 dapat diketahui tentang Pendapatan responden nasabah menabung di BRI Syariah KCP Ponorogo menunjukkan bahwa sebagian besar pendapatan responden adalah kurang dari 1.000.000 yakni sebanyak 60 responden dengan persentase 60%. Selanjutnya pendapatan Rp 1.000.000-Rp 2.000.000 sebanyak 26 responden dengan persentase 26%, pendapatan Rp 2.000.000-Rp 3.000.000 sebanyak 12 responden dengan persentase 12%, dan pendapatan lebih dari Rp 3.000.000 sebanyak 2 responden dengan persentase 2%.

e. Hasil Skor Kuesioner Sikap Nasabah (X₅)

**Tabel 4.9
Skor Sikap Nasabah**

No. Item	Total SS	%	Total S	%	Total N	%	Total TS	%	Total STS	%	Total Skor
S5	19	19,0	79	79,0	2	2,0	0	0	0	0	100
S6	15	15,0	84	84,0	1	1,0	0	0	0	0	100
S7	31	31,0	64	64,0	5	5,0	0	0	0	0	100
S8	29	29,0	66	66,0	5	5,0	0	0	0	0	100
S9	10	10,0	84	84,0	5	5,0	1	1,0	0	0	100
S10	34	34,0	64	64,0	2	2,0	0	0	0	0	100
S11	9	9,0	82	82,0	7	7,0	2	2,0	0	0	100
S12	13	13,0	81	81,0	6	6,0	0	0	0	0	100
S13	6	6,0	68	68,0	25	25,0	1	1,0	0	0	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 21

Berdasarkan keterangan Tabel 4.9 dapat dijelaskan bahwa tanggapan responden kuesioner item pernyataan sikap nasabah 5 (S5) yakni 19% menyatakan sangat setuju, 79% setuju, dan 2% netral. Pernyataan sikap nasabah 6 (S6) yakni 15% menyatakan sangat setuju, 84% setuju, dan 1% netral. Pernyataan sikap nasabah 7 (S7) yakni 31% menyatakan sangat setuju, 64% setuju, dan 5% netral. Pernyataan sikap nasabah 8 (S8) yakni 29% menyatakan sangat setuju, 66% setuju, 5% netral. Pernyataan sikap nasabah 9 (S9) yakni 10% menyatakan sangat setuju, 84% setuju, 5% netral, dan 1% tidak setuju. Pernyataan sikap nasabah 10 (S10) yakni 34% menyatakan sangat setuju, 64% setuju, dan 2% netral. Pernyataan sikap nasabah 11 (S11) yakni 9% menyatakan sangat setuju, 82% setuju, 7% netral, dan 2% tidak setuju. Pernyataan sikap nasabah 12 (S12) yakni 13% menyatakan sangat setuju, 81% setuju, dan 6% netral. Pernyataan sikap nasabah 13 (S13) yakni 6% menyatakan sangat setuju, 68% setuju, 25% netral, dan 1% tidak setuju.

f. Hasil Skor Kuesioner Keputusan Nasabah Menabung (Y)

Tabel 4.10

Skor Keputusan Nasabah Menabung

No. Item	Total SS	%	Total S	%	Total N	%	Total TS	%	Total STS	%	Total Skor
Y14	16	16,0	82	82,0	2	2,0	0	0	0	0	100
Y15	14	14,0	79	79,0	7	7,0	0	0	0	0	100
Y16	15	15,0	79	79,0	5	5,0	1	1,0	0	0	100
Y17	13	13,0	68	68,0	17	17,0	2	2,0	0	0	100
Y18	14	14,0	83	83,0	3	3,0	0	0	0	0	100
Y19	20	20,0	68	68,0	12	12,0	0	0	0	0	100
Y20	16	16,0	79	79,0	5	5,0	0	0	0	0	100
Y21	13	13,0	81	81,0	6	6,0	0	0	0	0	100
Y22	18	18,0	80	80,0	2	2,0	0	0	0	0	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 21

Berdasarkan keterangan Tabel 4.10 dapat dijelaskan bahwa tanggapan responden kuesioner item pernyataan keputusan nasabah menabung 14 (Y14) yakni 16% menyatakan sangat setuju, 82% setuju, dan 2% netral. Pernyataan keputusan nasabah menabung 15 (Y15) yakni 14% menyatakan sangat setuju, 79% setuju, dan 7% netral. Pernyataan keputusan nasabah menabung 16 (Y16) yakni 15% menyatakan sangat setuju, 79% setuju, 5% netral, dan 1% tidak setuju. Pernyataan keputusan nasabah menabung 17 (Y17) yakni 13% menyatakan sangat setuju, 68% setuju, 17% netral, dan 2% tidak setuju. Pernyataan keputusan nasabah menabung 18 (Y18) yakni 14% menyatakan sangat setuju, 83% setuju, dan 3% netral. Pernyataan pengambilan keputusan nasabah menabung 19 (Y19) yakni 20% menyatakan sangat setuju, 68% setuju, dan 12% netral. Pernyataan keputusan nasabah menabung 20 (Y20) yakni 16% menyatakan sangat setuju, 79% setuju, dan 5% netral. Pernyataan keputusan nasabah menabung 21 (Y21) yakni 13% menyatakan sangat setuju, 81% setuju, dan 6% netral. Pernyataan keputusan nasabah menabung 22 (Y22) yakni menyatakan 18% sangat setuju, 80% setuju, dan 2% netral.

C. Analisis data

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan mengkorelasikan antar skor pernyataan dengan total skor konstruk. Teknik ini dilakukan dengan membandingkan nilai antara r_{hitung} dengan r_{tabel} . Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pernyataan serta indikator yang digunakan dalam penelitian ini dianggap valid. Sedangkan

jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka dapat dipastikan pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini dianggap tidak valid.⁶

a. Validitas instrumen sikap nasabah (X_5)

Tabel 4.11
Hasil Uji Validitas Sikap Nasabah

No.	Pernyataan	<i>Pearson Correlation</i> (r_{hitung})	r_{tabel} ($\alpha= 5\%$)	Keterangan
1	S5	0,527	0,361	Valid
3	S7	0,697	0,361	Valid
4	S8	0,647	0,361	Valid
5	S9	0,428	0,361	Valid
6	S10	0,776	0,361	Valid
7	S11	0,656	0,361	Valid
8	S12	0,527	0,361	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 21

Berdasarkan Tabel 4.11 Di ketahui bahwa instrumen sikap nasabah terdiri dari 9 item pernyataan. Setelah dilakukan uji validitas, diperoleh 2 item yang tidak valid yaitu item pernyataan nomor 2 dan 9, karena $r_{hitung} < r_{tabel}$, sehingga item yang tidak valid tidak dimasukkan dalam kuesioner. Sedangkan untuk 7 item pernyataan lainnya dinyatakan valid karena nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka 7 item pernyataan tersebut dapat diandalkan dan layak digunakan sebagai kuesioner penelitian yang sebenarnya untuk variabel sikap nasabah.

⁶ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21* (Semarang: Undip, 2016), 52-53.

b. Validitas instrumen keputusan nasabah menabung (Y)

Tabel 4.12

Hasil Uji Validitas Keputusan Nasabah Menabung

No.	Pernyataan	<i>Pearson Correlation</i> (r_{hitung})	r_{tabel} ($\alpha= 5\%$)	Keterangan
1	Y14	0,667	0,361	Valid
2	Y15	0,584	0,361	Valid
3	Y16	0,572	0,361	Valid
4	Y17	0,608	0,361	Valid
5	Y18	0,815	0,361	Valid
6	Y19	0,818	0,361	Valid
7	Y20	0,798	0,361	Valid
8	Y21	0,621	0,361	Valid
9	Y22	0,705	0,361	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 21

Berdasarkan Tabel 4.12 diketahui bahwa instrumen keputusan nasabah menabung terdiri dari 9 item pernyataan. Setelah dilakukan uji validitas, diperoleh bahwa semua item dinyatakan valid karena seluruh nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka 9 item pernyataan tersebut dapat diandalkan dan layak digunakan sebagai kuesioner penelitian yang sebenarnya untuk variabel keputusan nasabah menabung.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula.⁷ Teknik pengukuran yang digunakan menggunakan teknik *alpha cronbach*

⁷ Ibid., 55.

yang mana kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan *reliable* (layak), apabila *alpha cronbach* > 0,60 dan dikatakan tidak reliabel jika *alpha cronbach* < 0,60.⁸ Berikut adalah hasil uji reliabilitas dari variabel faktor demografis, sikap nasabah, dan keputusan nasabah menabung.

Tabel 4.13
Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Hasil Reliabilitas
1	Sikap Nasabah	0,751	Reliabel
2	Keputusan Nasabah Menabung	0,859	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 21

Berdasarkan Tabel 4.13 diatas hasil uji reliabilitas untuk variabel penelitian nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60 yang artinya item pernyataan pada kuesioner pada penelitian dianggap reliabel atau layak.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian tentang kenormalan distribusi data. Uji statistik yang dipakai untuk uji normalitas pada data yakni uji *Kolmogorov Smirnov*. Jika tingkat signifikansi atau (sig.) > (0,05) maka distribusi data normal begitu pula sebaliknya.⁹ Berikut adalah hasil normalitas residual model regresi dari variabel faktor demografi, sikap nasabah, dan keputusan nasabah menabung.

⁸ Ibid., 57.

⁹ Danang Sunyoto, Teori, Kuesioner, & Analisis Data untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), 132.

Tabel 4.14
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,03297063
Most Extreme Differences	Absolute	,090
	Positive	,090
	Negative	-,039
Kolmogorov-Smirnov Z		,904
Asymp. Sig. (2-tailed)		,387
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 21

Berdasarkan Tabel 4.14 diperoleh hasil nilai asymp. Sig sebesar $0,387 > 0,05$ maka menunjukkan bahwa data berdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.¹⁰ Cara mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji statistik yaitu uji *Glejser*. Uji *Glejser* yaitu mengusulkan untuk meregres nilai absolut

¹⁰ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21* (Semarang: Undip, 2016), 139.

residual terhadap variabel bebas, dengan asumsi apabila nilai sig. > 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas.¹¹

Tabel 4.15
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1,943	2,116		-,918	,361
	Jenis Kelamin	-,428	,297	-,156	-1,438	,154
	Usia	,066	,172	,040	,386	,700
	Pendidikan	,253	,212	,121	1,194	,236
	Pendapatan	,070	,181	,043	,384	,702
	Sikap Nasabah	,089	,071	,130	1,247	,215

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 21

Berdasarkan Tabel 4.15 diatas diperoleh nilai sig. untuk variabel faktor demografi jenis kelamin 0,154 > 0,05; usia 0,700 > 0,05; pendidikan 0,236 > 0,05; pendapatan 0,702 > 0,05; dan variabel sikap nasabah 0,215 > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Autokorelasi

Autokorelasi merupakan suatu kondisi dimana terdapat korelasi atau hubungan antar pengamatan atau observasi baik itu dalam bentuk observasi deret waktu (*Time Series*) atau observasi *cross section*.¹²

¹¹ Ibid., 142

¹² Danang Sunyoto, Teori, Kuesioner, & Analisis Data untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), 134.

Berikut ini hasil uji autokorelasi variabel faktor demografi (jenis kelamin, usia, pendidikan, pendapatan), sikap nasabah, dan keputusan menabung.

Tabel 4.16
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,695 ^a	,483	,455	2,086	1,872
a. Predictors: (Constant), Sikap Nasabah, Usia, Pendidikan, Jenis Kelamin, Pendapatan					
b. Dependent Variable: Keputusan menabung (Y)					

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 21

Berdasarkan Tabel 4.16 diperoleh nilai DW sebesar 1,872. Durbin Watson tabel (k,n), jadi (5,100) (k adalah variabel independen) diperoleh nilai du dan dl. Nilai du (1,780) dan nilai dl (1,571). Sehingga dapat dijelaskan bahwa $du < dw < 4 - du$ ($1,780 < 1,872 < 2,220$). Oleh karena itu, tidak ada autokorelasi positif atau negatif atau dapat disimpulkan tidak terdapat autokorelasi.

d. Uji Multikolinearitas

Uji ini bertujuan untuk mendeteksi apakah variabel independen pada model regresi saling berkorelasi (berhubungan). Salah satu cara untuk mendeteksi gejala multikolinieritas adalah dengan melihat nilai *tolerance value* atau *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan kriteria keputusan sebagai berikut:¹³

¹³ R. Rina Novianty Ariawaty dan Siti Noni Evita, *Metode Kuantitatif Praktis* (Bandung: PT Bima Pratama sejahtera ,2018), 26.

- 3) Apabila *tolerance value* > 0,1 dan VIF < 10, maka dapat disimpulkan tidak terjadi gejala multikolinieritas antar variabel independen pada model regresi
- 4) Apabila *tolerance value* < 0,1 dan VIF > 10, maka dapat disimpulkan terjadi gejala multikolinieritas antar variabel independen pada model regresi.

Tabel 4.17
Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7,716	3,461		2,229	,028		
	Jenis Kelamin	,099	,487	,016	,203	,840	,860	1,163
	Usia	-,618	,281	-,169	-2,199	,030	,936	1,069
	Pendidikan	-,039	,347	-,008	-,111	,912	,976	1,024
	Pendapatan	-,485	,297	-,134	-1,635	,105	,816	1,225
	Sikap Nasabah	1,059	,117	,701	9,057	,000	,919	1,089

a. Dependent Variable: Keputusan menabung (Y)

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 21

Berdasarkan Tabel 4.17 di atas menunjukkan bahwa variabel faktor demografis jenis kelamin mempunyai nilai tolerance sebesar 0,860 > 0,1 dan nilai VIF sebesar 1,163 < 10; usia mempunyai nilai tolerance sebesar 0,936 > 0,1 dan nilai VIF sebesar 1,069 < 10; pendidikan mempunyai nilai tolerance sebesar 0,976 > 0,1 dan nilai VIF sebesar 1,024 < 10; pendapatan mempunyai nilai tolerance sebesar 0,816 > 0,1 dan nilai VIF sebesar 1,225 < 10; dan variabel sikap nasabah mempunyai nilai tolerance sebesar

0,919 > 0,1 dan nilai VIF sebesar 1,089 < 10. Sehingga dapat disimpulkan dalam model regresi ini tidak terjadi gejala multikolinieritas.

D. Pengujian Hipotesis

1. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh signifikan satu variabel independen dengan satu variabel dependen.¹⁴ Hasil dari penggunaan analisis regresi linier sederhana ini dapat digunakan untuk memutuskan nilai variabel independen atau variabel bebas mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen atau variabel bebas dengan variabel dependen atau variabel terikat, apakah variabel independen atau variabel bebas berhubungan positif atau negatif. Berikut adalah hasil uji analisis linier sederhana dari variabel faktor demografi jenis kelamin (X_1), usia (X_2), pendidikan (X_3), pendapatan (X_4), dan sikap nasabah (X_5) dengan keputusan nasabah menabung (Y).

a. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Faktor Demografi Jenis Kelamin (X_1)

Tabel 4.18
Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Jenis Kelamin

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	36,493	,339		107,611	,000
	Jenis Kelamin	,798	,609	,131	1,309	,193

a. Dependent Variable: Keputusan menabung (Y)

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 21

¹⁴ Danang Sunyoto, *Praktik SPSS Untuk Kasus Dilengkapi Contoh Penelitian Bidang Ekonomi* (Yogyakarta: Nuha Medika, 2011), 121.

Berdasarkan Tabel 4.18 diperoleh regresi sederhana sebagai berikut:

$$Y = 36,493 + 0,798X_1 + \text{error}$$

Persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstan (a_0) = 36,493 diartikan bahwa ketika variabel faktor demografi jenis kelamin nasabah perempuan nilainya sebesar 0, maka nilai keputusan menabung adalah 36,493.
- 2) Nilai koefisien regresi variabel faktor demografi jenis kelamin bersifat positif sebesar 0,798 yang menyatakan bahwa ketika jenis kelamin nasabah adalah laki-laki, maka nilai keputusan nasabah menabung bertambah sebesar 0,798. Nilai koefisien (b_1) yang positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel faktor demografis jenis kelamin (X_1) dengan variabel keputusan nasabah menabung (Y).

Tabel 4.19

Hasil Pengujian t Koefisien Determinasi Jenis Kelamin

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,131 ^a	,017	,007	2,817

a. Predictors: (Constant), Jenis Kelamin

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 21

Berdasarkan Tabel 4.19 diperoleh nilai koefisien determinasi *R square* sebesar 0,017 memiliki arti bahwa pengaruh faktor demografi jenis kelamin terhadap keputusan nasabah menabung adalah sebesar $0,017 = 1,7\%$ dan sisanya sebesar 98,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

b. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Faktor Demografi Usia (X_2)

Tabel 4.20

Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Usia

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	37,408	,609		61,408	,000
	Usia	-,455	,367	-,124	-1,237	,219

a. Dependent Variable: Keputusan menabung (Y)

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 21

Berdasarkan Tabel 4.20 diperoleh regresi sederhana sebagai berikut:

$$Y = 37,408 - 0,455X_2 + \text{error}$$

Persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstan (a_0) = 37,408 diartikan bahwa ketika variabel faktor demografi usia nilainya sebesar 0, maka nilai keputusan menabung adalah 37,408.
- 2) Nilai koefisien regresi variabel faktor demografi usia bersifat negatif sebesar 0,455 yang menyatakan bahwa jika variabel faktor demografis usia semakin meningkat, maka nilai keputusan nasabah menabung turun sebesar 0,455. Nilai koefisien (b_2) yang negatif menunjukkan adanya hubungan yang berlawanan arah antara variabel faktor demografi usia (X_2) dengan variabel keputusan nasabah menabung (Y).

Tabel 4.21

Hasil Pengujian t Koefisien Determinasi Usia

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,124 ^a	,015	,005	2,820

a. Predictors: (Constant), Usia

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 21

Berdasarkan Tabel 4.21 diperoleh nilai koefisien determinasi *R square* sebesar 0,015 memiliki arti bahwa pengaruh faktor demografi usia terhadap keputusan nasabah menabung adalah sebesar 0,015 = 1,5% dan sisanya sebesar 98,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

c. Pendidikan

Tabel 4.22

Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Pendidikan

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	36,344	1,594		22,805	,000
	Pendidikan	,118	,467	,025	,252	,801

a. Dependent Variable: Keputusan menabung (Y)

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 21

Berdasarkan Tabel 4.22 diperoleh regresi sederhana sebagai berikut:

$$Y = 36,344 + 0,118X_3 + \text{error}$$

Persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstan (a_0) = 36,344 diartikan bahwa ketika variabel faktor demografis pendidikan nilainya sebesar 0, maka nilai keputusan menabung adalah 36,344.
- 2) Nilai koefisien regresi variabel faktor demografi pendidikan bersifat positif sebesar 0,118 yang menyatakan bahwa jika variabel faktor demografi pendidikan semakin tinggi, maka nilai keputusan nasabah menabung bertambah sebesar 0,118. Nilai koefisien (b_3) yang positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel faktor demografi pendidikan (X_3) dengan variabel keputusan nasabah menabung (Y).

Tabel 4.23

Hasil Pengujian t Koefisien Determinasi Pendidikan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,025 ^a	,001	-,010	2,841

a. Predictors: (Constant), Pendidikan

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 21

Berdasarkan Tabel 4.23 diperoleh nilai koefisien determinasi *R square* sebesar 0,001 memiliki arti bahwa pengaruh faktor demografi pendidikan terhadap keputusan nasabah menabung adalah sebesar 0,001 = 0,1% dan sisanya sebesar 99,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

d. Pendapatan

Tabel 4.24
Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Pendapatan

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	36,340	,635		57,264	,000
	Pendapatan	,257	,364	,071	,705	,482

a. Dependent Variable: Keputusan menabung (Y)

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 21

Berdasarkan Tabel 4.24 diperoleh regresi sederhana sebagai berikut:

$$Y = 36,340 + 0,257X_4 + \text{error}$$

Persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstan (a_0) = 36,340 diartikan bahwa ketika variabel faktor demografi pendapatan nilainya sebesar 0, maka nilai keputusan menabung adalah 36,340.
- 2) Nilai koefisien regresi variabel faktor demografi pendapatan bersifat positif sebesar 0,257 yang menyatakan bahwa jika variabel faktor demografi pendapatan semakin meningkat, maka nilai keputusan nasabah menabung bertambah sebesar 0,257. Nilai koefisien (b_4) yang positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel faktor demografi pendapatan (X_4) dengan variabel keputusan nasabah menabung (Y).

Tabel 4.25

Hasil Pengujian t Koefisien Determinasi Pendapatan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,071 ^a	,005	-,005	2,834

a. Predictors: (Constant), Pendapatan

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 21

Berdasarkan Tabel 4.25 diperoleh nilai koefisien determinasi *R square* sebesar 0,005 memiliki arti bahwa pengaruh faktor demografis pendapatan terhadap keputusan nasabah menabung adalah sebesar 0,005 = 0,5% dan sisanya sebesar 99,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

e. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Sikap Nasabah (X_5)

Tabel 4.26

Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Sikap Nasabah

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,308	3,301		2,214	,029
	Sikap Nasabah	1,012	,113	,670	8,934	,000

a. Dependent Variable: Keputusan menabung (Y)

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 21

Berdasarkan tabel 4.26 diperoleh regresi sederhana sebagai berikut:

$$Y = 7,308 + 1,012X_5 + \text{error}$$

Persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Nilai konstan (a_0) = 7,308 diartikan bahwa ketika variabel sikap nasabah nilainya sebesar 0, maka nilai keputusan menabung adalah 7,308.
- b. Nilai koefisien regresi variabel sikap nasabah bersifat positif sebesar 1,012 yang menyatakan bahwa jika variabel sikap nasabah meningkat, maka nilai keputusan nasabah menabung bertambah sebesar 1,012. Nilai koefisien (b_5) yang positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel sikap nasabah (X_5) dengan variabel keputusan nasabah menabung (Y).

Tabel 4.27

Hasil Pengujian t Koefisien Determinasi Sikap Nasabah

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,670 ^a	,449	,443	2,109

a. Predictors: (Constant), Sikap Nasabah

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 21

Berdasarkan tabel 4.27 diperoleh nilai koefisien determinasi *R square* sebesar 0,449 memiliki arti bahwa pengaruh sikap nasabah terhadap keputusan nasabah menabung adalah sebesar $0,449 = 44,9\%$ dan sisanya sebesar $55,1\%$ dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mencari pola hubungan antara satu variabel terikat (*dependen*) yaitu keputusan nasabah menabung dengan lebih dari satu variabel bebas (*independen*) yakni faktor demografi dan sikap nasabah¹⁵. Berikut ini hasil uji analisis regresi linier berganda dari variabel faktor demografi jenis kelamin, usia, pendidikan, pendapatan, sikap nasabah, dan keputusan nasabah menabung.

Tabel 4.28
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,716	3,461		2,229	,028
	Jenis Kelamin	,099	,487	,016	,203	,840
	Usia	-,618	,281	-,169	-2,199	,030
	Pendidikan	-,039	,347	-,008	-,111	,912
	Pendapatan	-,485	,297	-,134	-1,635	,105
	Sikap Nasabah	1,059	,117	,701	9,057	,000

a. Dependent Variable: Keputusan menabung (Y)

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 21

Berdasarkan tabel 4.28 Diatas persamaan regresi linier berganda dapat disusun sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + \text{error}$$

$$Y = 7,716 + 0,099X_1 - 0,618X_2 - 0,039X_3 - 0,485X_4 + 1,059X_5 + \text{error}$$

¹⁵ Andhita Dessy Wulansari, Aplikasi Statistik Parametrik dalam Penelitian (Yogyakarta: Pustaka Felicha, 2017), 145-148.

Persamaan regresi linier berganda di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta (b_0) sebesar 7,716 dan bernilai positif menunjukkan bahwa, apabila variabel faktor demografi jenis kelamin, usia, pendidikan, pendapatan dan variabel sikap nasabah nol atau tidak ada. Maka tingkat keputusan nasabah menabung adalah sebesar 7,716.
- b. Nilai koefisien regresi variabel faktor demografi jenis kelamin bersifat positif sebesar 0,099 yang menyatakan bahwa jika variabel faktor demografi jenis kelamin laki-laki meningkat, maka nilai keputusan nasabah menabung di BRI Syariah KCP Ponorogo bertambah sebesar 0,099 dengan asumsi variabel usia, pendidikan, pendapatan, dan sikap nasabah tetap.
- c. Nilai koefisien regresi variabel faktor demografi usia bersifat negatif sebesar 0,618 yang menyatakan bahwa jika variabel faktor demografi usia semakin meningkat, maka nilai keputusan nasabah menabung di BRI Syariah KCP Ponorogo turun sebesar 0,618 dengan asumsi variabel jenis kelamin, pendidikan, pendapatan, dan sikap nasabah tetap.
- d. Nilai koefisien regresi variabel faktor demografi pendidikan bersifat negatif sebesar 0,039 yang menyatakan bahwa jika variabel faktor demografi pendidikan semakin tinggi, maka nilai keputusan nasabah menabung di BRI Syariah KCP Ponorogo turun sebesar 0,039 dengan asumsi variabel jenis kelamin, usia, pendapatan dan sikap nasabah tetap.
- e. Nilai koefisien regresi variabel faktor demografi pendapatan bersifat negatif sebesar 0,485 yang menyatakan bahwa jika variabel faktor

demografi pendapatan semakin meningkat, maka nilai keputusan nasabah menabung di BRI Syariah KCP Ponorogo turun sebesar 0,485 dengan asumsi variabel jenis kelamin, usia, pendidikan, dan sikap nasabah tetap.

- f. Nilai koefisien regresi variabel sikap nasabah bersifat positif sebesar 1,059 yang menyatakan bahwa jika variabel sikap nasabah semakin meningkat, maka nilai keputusan nasabah menabung di BRI Syariah KCP Ponorogo meningkat sebesar 1,059 dengan asumsi variabel faktor demografis jenis kelamin, usia, pendidikan, dan pendapatan tetap.

3. Uji t atau Parsial

Tujuan uji ini adalah untuk mengukur secara terpisah kontribusi yang ditimbulkan dari masing-masing variabel bebas atau independen terhadap variabel tak bebas atau dependen.¹⁶ Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikansi (sig.) < probabilitas 0,05 maka ada pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y)
- b. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya ada pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen. Untuk membaca tabel yaitu:

$$t_{\alpha/2}; df(n-2) = t_{0,05/2}; df(100-5) \\ = 0,025 ; df(95)$$

¹⁶ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21* (Semarang: Undip, 2016), 98.

Berikut ini adalah hasil uji t atau parsial dari analisis regresi linier berganda yakni variabel faktor demografi jenis kelamin (X_1), usia (X_2), pendidikan (X_3), pendapatan (X_4), sikap nasabah (X_5), dan keputusan nasabah menabung (Y).

Tabel 4.29
Hasil Uji t atau Parsial

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,716	3,461		2,229	,028
	Jenis Kelamin	,099	,487	,016	,203	,840
	Usia	-,618	,281	-,169	-2,199	,030
	Pendidikan	-,039	,347	-,008	-,111	,912
	Pendapatan	-,485	,297	-,134	-1,635	,105
	Sikap Nasabah	1,059	,117	,701	9,057	,000

a. Dependent Variable: Keputusan menabung (Y)

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 21

Berdasarkan Tabel 4.29 diatas pada kolom t dan sig dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Variabel faktor demografi jenis kelamin memiliki nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $0,203 < 1,985$ dengan tingkat signifikansi $0,840 > 0,05$ maka hal ini berarti bahwa uji hipotesis menerima $H_{01} : \beta_1 = 0$ dan menolak $H_{a1} : \beta_1 \neq 0$ sehingga secara parsial variabel faktor demografi jenis kelamin mempunyai pengaruh yang positif dan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah menabung.
- Variabel faktor demografi usia memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $-2,199 > 1,985$ dengan tingkat signifikansi $0,030 < 0,05$ maka hal ini berarti bahwa uji hipotesis menerima $H_{a2} : \beta_2 \neq 0$ dan menolak

$H_{02} : \beta_2 = 0$ sehingga secara parsial variabel faktor demografis usia mempunyai pengaruh yang negatif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung.

- c. Variabel faktor demografi pendidikan memiliki nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $-0,111 < 1,985$ dengan tingkat signifikansi $0,912 > 0,05$ maka hal ini berarti bahwa uji hipotesis menerima $H_{03} : \beta_3 = 0$ dan menolak $H_{a3} : \beta_3 \neq 0$ sehingga secara parsial variabel faktor demografi pendidikan mempunyai pengaruh yang negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah menabung.
- d. Variabel faktor demografi pendapatan memiliki nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $-1,635 < 1,985$ dengan tingkat signifikansi $0,105 > 0,05$ maka hal ini berarti bahwa uji hipotesis menerima $H_{04} : \beta_4 = 0$ dan menolak $H_{a4} : \beta_4 \neq 0$ sehingga secara parsial variabel faktor demografi pendapatan mempunyai pengaruh yang negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah menabung.
- e. Variabel sikap nasabah memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $9,057 > 1,985$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ maka hal ini berarti bahwa uji hipotesis menerima $H_{a5} : \beta_5 \neq 0$ dan menolak $H_{05} : \beta_5 = 0$ sehingga secara parsial variabel sikap nasabah mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung.

4. Uji F atau Simultan

Uji ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh secara simultan atau bersama-sama antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).¹⁷ Untuk melihat pengaruh signifikan yang terjadi dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi dengan nilai tingkat kepercayaan 0,05. Apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_{06} ditolak dan menerima H_{a6} . Apabila nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_{06} ditolak dan menerima H_{a6} .¹⁸ Untuk F_{tabel} yaitu dengan menentukan df_1 atau k , df_2 atau $n-k-1$ sehingga $F_{\alpha}; (df_1, df_2) = F_{0,05; df_1(5), df_2(100-5-1) = df_{0,05; df_1(5), df_2(94)}$.¹⁹ Berikut ini hasil uji F atau simultan analisis regresi linier berganda yakni variabel faktor demografis jenis kelamin, usia, pendidikan, pendapatan, sikap nasabah, dan keputusan nasabah menabung.

Tabel 4.30

Hasil Uji F atau Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	382,076	5	76,415	17,555	,000 ^b
	Residual	409,164	94	4,353		
	Total	791,240	99			
a. Dependent Variable: Keputusan menabung						
b. Predictors: (Constant), Sikap Nasabah, Usia, Pendidikan, Jenis Kelamin, Pendapatan						

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 21

¹⁷ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kencana, 2017), 303.

¹⁸ *Ibid.*, 333-334.

¹⁹ Danang Sunyoto, *Praktik SPSS Untuk Kasus Dilengkapi Contoh Penelitian Bidang Ekonomi* (Yogyakarta: Nuha Medika, 2011), 91.

Berdasarkan Tabel 4.30 diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $17,555 > 2,310$ dengan signifikansi uji F sebesar $0,000 < 0,05$ maka hal ini menunjukkan bahwa uji hipotesis menerima $H_{a6} : \beta_{1,2} \neq 0$ dan menolak $H_{06} : \beta_{1,2} = 0$, sehingga secara simultan variabel faktor demografi jenis kelamin, usia, pendidikan, pendapatan dan sikap nasabah berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung.

5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi yakni antara 0 - 1. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.²⁰ Berikut ini hasil uji koefisien determinasi (R^2) dari variabel faktor demografi jenis kelamin (X_1), usia (X_2), pendidikan (X_3), pendapatan (X_4), sikap nasabah (X_5), dan keputusan nasabah menabung (Y).

²⁰ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21* (Semarang: Undip, 2016), 97.

Tabel 4.31
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,695 ^a	,483	,455	2,086
a. Predictors: (Constant), Sikap Nasabah, Usia, Pendidikan, Jenis Kelamin, Pendapatan				

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 21

Berdasarkan Tabel 4.31 diperoleh besarnya nilai R yaitu 0,695 menunjukkan bahwa hubungan antara faktor demografi jenis kelamin, usia, pendidikan, pendapatan dan sikap nasabah terhadap keputusan nasabah menabung tergolong kuat karena nilai R yang dihasilkan mendekati 1. Nilai *R Square* yang diperoleh sebesar 0,483 memiliki arti bahwa pengaruh faktor demografi jenis kelamin, usia, pendidikan, pendapatan dan sikap nasabah terhadap keputusan nasabah menabung adalah sebesar $0,483 = 48,3\%$ dan sisanya sebesar 51,7% dipengaruhi oleh faktor lain selain faktor demografi jenis kelamin, usia, pendidikan, pendapatan dan sikap nasabah yang tidak masuk dalam model.

E. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor demografi dan sikap nasabah terhadap keputusan nasabah menabung di BRI Syariah KCP Ponorogo.

1. Pengaruh faktor demografi jenis kelamin terhadap keputusan nasabah menabung di BRI Syariah KCP Ponorogo

Demografi adalah ciri yang menggambarkan perbedaan masyarakat berdasarkan usia, jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan, agama, suku bangsa, pendapatan, jenis keluarga, status pernikahan, lokasi geografi, dan kelas sosial. Indikator demografi dalam penelitian ini terdiri dari jenis kelamin, usia, pendidikan, dan pendapatan.

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda diperoleh nilai koefisien variabel faktor demografi jenis kelamin sebesar 0,099. Hal ini berarti jika variabel faktor demografi jenis kelamin laki-laki meningkat dan variabel usia, pendidikan, pendapatan, dan sikap nasabah dianggap tetap, maka nilai keputusan nasabah menabung di BRI Syariah KCP Ponorogo bertambah sebesar 0,099.

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa variabel faktor demografi jenis kelamin memiliki nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $0,203 < 1,985$ dengan tingkat signifikansi $0,840 > 0,05$ maka hal ini berarti bahwa uji hipotesis menerima H_{01} dan menolak H_{a1} sehingga secara parsial variabel faktor demografi jenis kelamin mempunyai pengaruh yang positif dan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di BRI Syariah

KCP Ponorogo. Variabel faktor demografi jenis kelamin yang diketahui dari nilai koefisien determinasi R^2 berdasarkan analisis regresi linier sederhana memiliki pengaruh sebesar 1,7% terhadap keputusan nasabah menabung dan sisanya sebesar 98,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi/ meningkat faktor demografi jenis kelamin laki-laki maka keputusan nasabah menabung di BRI Syariah KCP Ponorogo meningkat. Hal ini mendukung teori dari Hisyam yang mengatakan laki-laki dianggap memiliki jumlah tabungan yang lebih banyak daripada wanita serta laki-laki dianggap memiliki perilaku pengelolaan keuangan yang bertanggung jawab.

Penelitian ini diperkuat dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hamriah yang menunjukkan bahwa variabel faktor demografi *gender/* jenis kelamin berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan kredit. Hal ini ditunjukkan dengan nilai statistik t_{hitung} (3,051) lebih besar dari t_{tabel} (1,982).

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel faktor demografi jenis kelamin terutama laki-laki merupakan salah satu faktor yang penting dan dibutuhkan konsumen dalam hal keputusan menabung di BRI Syariah KCP Ponorogo. Hal ini disebabkan dalam keputusan menabung laki-laki lebih memperhatikan keuangan mereka daripada perempuan karena perempuan biasanya lebih konsumtif.

2. Pengaruh faktor demografi usia terhadap keputusan nasabah menabung di BRI Syariah KCP Ponorogo

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda diperoleh nilai koefisien variabel faktor demografi usia sebesar -0,618. Hal ini berarti jika variabel faktor demografi usia ditingkatkan dan variabel jenis kelamin, pendidikan, pendapatan, dan sikap nasabah dianggap tetap, maka nilai keputusan nasabah menabung di BRI Syariah KCP Ponorogo turun sebesar 0,618.

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa variabel faktor demografi usia memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $-2,199 > 1,985$ dengan tingkat signifikansi $0,030 < 0,05$ maka hal ini berarti bahwa uji hipotesis menerima H_{a2} dan menolak H_{02} sehingga secara parsial variabel faktor demografi usia mempunyai pengaruh yang negatif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di BRI Syariah KCP Ponorogo. Variabel faktor demografi usia yang diketahui dari nilai koefisien determinasi *R square* berdasarkan analisis regresi linier sederhana memiliki pengaruh sebesar 1,5 terhadap keputusan nasabah menabung dan sisanya sebesar 98,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi/ meningkat variabel faktor demografi usia maka keputusan nasabah menabung di BRI Syariah KCP Ponorogo turun.

Penelitian ini diperkuat dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Alina Tsalitsa yang menunjukkan bahwa variabel faktor

demografi usia berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengambilan kredit. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar $0,010 < 0,05$ dan nilai t sebesar $-2,623$.

Menurut teori dalam Hisyam dijelaskan semakin tua usia seseorang maka akan memiliki kecenderungan rata-rata lebih besar menggunakan penghasilannya untuk menabung dibandingkan menggunakannya untuk konsumsi. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa variabel faktor demografi usia bukanlah salah satu faktor yang penting dan dibutuhkan konsumen dalam hal keputusan menabung di BRI Syariah KCP Ponorogo. Hal ini disebabkan dalam keputusan menabung semakin tinggi/ tua usia seseorang tidak mempengaruhi banyaknya jumlah tabungan yang dimiliki dan semakin tinggi tingkat menabungnya. Artinya masyarakat di Ponorogo jika usianya semakin tua tingkat konsumsi mereka lebih besar atau bisa jadi mereka lebih memilih produk lain seperti deposito selain menggunakan produk tabungan.

3. Pengaruh faktor demografi pendidikan terhadap keputusan nasabah menabung di BRI Syariah KCP Ponorogo

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda diperoleh nilai koefisien variabel faktor demografi pendidikan sebesar $-0,039$. Hal ini berarti jika variabel faktor demografi pendidikan ditingkatkan dan variabel jenis kelamin, usia, pendapatan, dan sikap nasabah dianggap tetap, maka nilai keputusan nasabah menabung di BRI Syariah KCP Ponorogo turun sebesar $0,039$.

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa variabel faktor demografi pendidikan memiliki nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $-0,111 < 1,985$ dengan tingkat signifikansi $0,912 > 0,05$ maka hal ini berarti bahwa uji hipotesis menerima H_{03} dan menolak H_{a3} sehingga secara parsial variabel faktor demografi pendidikan mempunyai pengaruh yang negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di BRI Syariah KCP Ponorogo. Variabel faktor demografi pendidikan yang diketahui dari nilai koefisien determinasi *R square* berdasarkan analisis regresi linier sederhana memiliki pengaruh sebesar 0,1 terhadap keputusan nasabah menabung dan sisanya sebesar 99,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi/ meningkat variabel faktor demografi pendidikan maka keputusan nasabah menabung di BRI Syariah KCP Ponorogo menurun.

Penelitian ini diperkuat dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Alina Tsalitsa yang menunjukkan bahwa variabel faktor demografi pendidikan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengambilan kredit. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar $0,045 < 0,05$ dan nilai t sebesar $-2,036$.

Menurut teori dalam Hisyam semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang/ individu maka semakin tinggi tingkat menabungnya. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa variabel faktor demografi pendidikan bukanlah salah satu faktor yang penting dan dibutuhkan

konsumen dalam hal keputusan menabung di BRI Syariah KCP Ponorogo. Hal ini disebabkan menabung merupakan kebutuhan setiap orang untuk memenuhi kebutuhan kedepan maupun untuk tujuan berjaga-jaga untuk suatu hal yang mendadak, tidak memandang tingkat pendidikan yang telah seseorang capai baik tinggi maupun rendah, sehingga tinggi rendahnya pendidikan tidak akan mempengaruhi keputusan menabungnya dan tingginya tingkat menabung, karena setiap orang tetap akan memikirkan masa depan.

4. Pengaruh faktor demografi pendapatan terhadap keputusan nasabah menabung di BRI Syariah KCP Ponorogo

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda diperoleh nilai koefisien variabel faktor demografi pendapatan sebesar -0,485. Hal ini berarti jika variabel faktor demografi pendapatan ditingkatkan dan variabel jenis kelamin, usia, pendidikan, dan sikap nasabah dianggap tetap, maka nilai keputusan nasabah menabung di BRI Syariah KCP Ponorogo turun sebesar 0,485.

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa variabel faktor demografi pendapatan memiliki nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $-1,635 < 1,985$ dengan tingkat signifikansi $0,105 > 0,05$ maka hal ini berarti bahwa uji hipotesis menerima H_{04} dan menolak H_{a4} sehingga secara parsial variabel faktor demografi pendapatan mempunyai pengaruh yang negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah menabung. Variabel faktor demografi pendapatan yang diketahui dari nilai koefisien determinasi R

square berdasarkan analisis regresi linier sederhana memiliki pengaruh sebesar 0,5 terhadap keputusan nasabah menabung dan sisanya sebesar 99,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi/ meningkat variabel faktor demografi pendapatan maka keputusan nasabah menabung di BRI Syariah KCP Ponorogo menurun.

Penelitian ini diperkuat dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Alina Tsalitsa yang menunjukkan bahwa variabel faktor demografi pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan kredit. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai *t* sebesar 7,539.

Menurut teori dalam Hisyam semakin banyak jumlah pendapatan seseorang semakin tinggi jumlah tabungan yang dimilikinya. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa variabel faktor demografi pendapatan bukanlah salah satu faktor yang penting dan dibutuhkan konsumen dalam hal keputusan menabung di BRI Syariah KCP Ponorogo. Hal ini disebabkan di Ponorogo seseorang yang telah memiliki pendapatan lebih akan menggunakan pendapatannya untuk mencukupi kebutuhan saat ini atau kebutuhan sehari-hari, dapat diartikan juga bahwa semakin banyak jumlah pendapatan seseorang maka semakin tinggi juga hasrat untuk menggunakannya dalam hal konsumsi. Penyebab lain bisa jadi seseorang yang memiliki pendapatan lebih akan menggunakannya untuk produk BRI Syariah yang lain seperti deposito.

5. Pengaruh sikap nasabah terhadap keputusan nasabah menabung di BRI Syariah KCP Ponorogo

Sikap adalah mempelajari kecenderungan memberikan tanggapan terhadap suatu objek, baik disenangi maupun tidak disenangi secara konsisten. Indikator variabel sikap terdiri dari komponen kognitif, komponen afektif, dan komponen konatif.

Berdasarkan hasil uji analisis regresi linier berganda diperoleh nilai koefisien regresi variabel sikap nasabah bersifat positif sebesar 1,059 yang menyatakan bahwa jika variabel sikap nasabah ditingkatkan, maka nilai keputusan nasabah menabung di BRI Syariah KCP Ponorogo meningkat sebesar 1,059 dengan asumsi variabel faktor demografi tetap.

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial atau uji t menunjukkan bahwa variabel sikap nasabah memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $9,057 > 1,985$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ maka hal ini berarti bahwa uji hipotesis menerima H_{a5} dan menolak H_{05} sehingga secara parsial variabel sikap nasabah mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung. Variabel sikap nasabah yang diketahui dari nilai koefisien determinasi R^2 berdasarkan analisis regresi linier sederhana memiliki pengaruh sebesar 44,9% terhadap keputusan nasabah menabung dan sisanya sebesar 55,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi/ meningkat sikap nasabah maka keputusan nasabah menabung di BRI Syariah KCP Ponorogo semakin tinggi atau meningkat.

Penelitian ini diperkuat dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ninuk Arifah yang menunjukkan bahwa Sikap anggota berpengaruh terhadap keputusan menabung di BMT Syamil Ampel Boyolali. Hal ini ditunjukkan dengan nilai statistik t_{hitung} (3,060) lebih besar dari t_{tabel} (1,985). Penelitian lain oleh Idak menunjukkan bahwa Sikap nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung. Hal ini ditunjukkan dengan nilai statistik t_{hitung} (4,888) > t_{tabel} (1,66023).

Menurut teori dalam buku Rini sikap mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa sikap nasabah adalah suatu faktor yang penting dalam mempengaruhi keputusan nasabah menabung. Hal ini disebabkan semakin tinggi kepercayaan/ keyakinan seseorang terhadap produk tabungan maka akan semakin tinggi pula seseorang menyukai produk tabungan sehingga akan tercipta kesan yang baik dan positif dari produk itu sendiri yang akan meningkatkan jumlah anggota dalam menabung.

6. Pengaruh faktor demografi jenis kelamin, usia, pendidikan, pendapatan dan sikap nasabah secara bersama-sama terhadap keputusan nasabah menabung di BRI Syariah KCP Ponorogo

Berdasarkan hasil pengujian secara bersama-sama menunjukkan bahwa variabel faktor demografi jenis kelamin (X_1), usia (X_2), pendidikan (X_3), pendapatan (X_4), dan sikap nasabah (X_5) berpengaruh terhadap variabel Y. Hal ini ditunjukkan dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $17,555 > 2,310$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga secara simultan variabel faktor demografi jenis kelamin, usia, pendidikan, pendapatan dan sikap nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung.

Sedangkan nilai koefisien determinasi (*R square*) yang diperoleh sebesar 0,483 memiliki arti bahwa pengaruh faktor demografi jenis kelamin, usia, pendidikan, pendapatan dan sikap nasabah terhadap keputusan nasabah menabung adalah sebesar $0,483 = 48,3\%$ dan sisanya sebesar 51,7% dipengaruhi oleh faktor lain selain faktor demografi dan sikap nasabah yang tidak masuk dalam model.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Faktor demografi jenis kelamin mempunyai pengaruh yang positif dan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di BRI Syariah KCP Ponorogo dengan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $0,203 < 1,985$ dengan tingkat signifikansi $0,840 > 0,05$. Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana faktor demografi jenis kelamin memiliki pengaruh sebesar 1,7% terhadap keputusan nasabah menabung. Hal ini mendukung teori dalam Hisyam yang mengatakan laki-laki dianggap memiliki jumlah tabungan yang lebih banyak daripada wanita serta laki-laki dianggap memiliki perilaku pengelolaan keuangan yang bertanggung jawab.
2. Faktor demografi usia mempunyai pengaruh yang negatif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di BRI Syariah KCP Ponorogo dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $-2,199 > 1,985$ dengan tingkat signifikansi $0,030 < 0,05$. Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana faktor demografi usia memiliki pengaruh sebesar 1,5% terhadap keputusan nasabah menabung. Berdasarkan hasil penelitian tersebut maka teori dalam Hisyam yang menjelaskan semakin tua usia seseorang maka akan memiliki kecenderungan rata-rata lebih besar menggunakan penghasilannya untuk menabung dibandingkan menggunakannya untuk konsumsi tidak

mempunyai pengaruh jika digunakan untuk nasabah BRI Syariah KCP Ponorogo.

3. Faktor demografi pendidikan mempunyai pengaruh yang negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di BRI Syariah KCP Ponorogo dengan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $-0,111 < 1,985$ dengan tingkat signifikansi $0,912 > 0,05$. Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana faktor demografi pendidikan memiliki pengaruh sebesar 0,1% terhadap keputusan nasabah menabung. Berdasarkan hasil penelitian tersebut maka teori dalam Hisyam yang menjelaskan semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang maka semakin tinggi tingkat menabungnya tidak mempunyai pengaruh jika digunakan untuk nasabah BRI Syariah KCP Ponorogo.
4. Faktor demografi pendapatan mempunyai pengaruh yang negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di BRI Syariah KCP Ponorogo dengan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $-1,635 < 1,985$ dengan tingkat signifikansi $0,105 < 0,05$. Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana faktor demografi pendapatan memiliki pengaruh sebesar 0,5% terhadap keputusan nasabah menabung. Berdasarkan hasil penelitian tersebut maka teori dalam Hisyam yang menjelaskan semakin banyak jumlah pendapatan seseorang maka semakin tinggi jumlah tabungan yang dimilikinya, tidak mempunyai pengaruh jika digunakan untuk nasabah BRI Syariah KCP Ponorogo.
5. Sikap nasabah mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $9,057 > 1,985$

dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. . Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana sikap nasabah memiliki pengaruh sebesar 44,9% terhadap keputusan nasabah menabung. Hal ini didukung oleh teori dalam buku Rini Dwiastuti yang menjelaskan sikap mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian.

6. Faktor demografi jenis kelamin, usia, pendidikan, pendapatan dan sikap nasabah secara simultan (bersama-sama) mempunyai pengaruh terhadap keputusan nasabah menabung dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $17,555 > 2,310$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Sedangkan nilai koefisien determinasi (*R square*) yang diperoleh sebesar 0,483 yang berarti bahwa faktor demografi jenis kelamin, usia, pendidikan, pendapatan dan sikap nasabah secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung adalah sebesar 48,3%.

Berdasarkan hasil penelitian diatas maka dapat disimpulkan penyebab faktor demografi pendidikan dan pendapatan tidak berpengaruh terhadap keputusan menabung adalah menabung merupakan kebutuhan setiap orang dalam memenuhi kebutuhan kedepan maupun untuk tujuan berjaga-jaga untuk suatu hal yang mendadak, tidak memandang tingkat pendidikan yang telah seseorang capai baik tinggi maupun rendah, di Ponorogo seseorang yang telah memiliki pendapatan lebih akan menggunakan pendapatannya untuk mencukupi kebutuhan saat ini atau kebutuhan sehari-hari (hasrat dalam hal konsumsi semakin besar). Faktor demografi jenis kelamin dan usia hanya berpengaruh sedikit terhadap keputusan menabung karena terdapat

perbedaan yang signifikan antara laki-laki dan perempuan dimana laki-laki lebih tinggi tingkat menabungnya di bandingkan perempuan, hal ini disebabkan perempuan lebih konsumtif.

B. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini maka penulis ingin memberikan beberapa saran yang mungkin dapat berguna bagi semua pihak yang berkepentingan yakni antara lain:

1. BRI Syariah KCP Ponorogo hendaknya terus meningkatkan keunggulan produk agar nasabah yang menabung semakin percaya dan yakin terhadap produk tabungan sehingga akan tercipta kesan yang baik dan positif dari produk itu sendiri yang akan meningkatkan jumlah anggota dalam menabung.
2. BRI Syariah hendaknya lebih meningkatkan pemasaran produk-produk BRI Syariah terutama produk tabungan agar masyarakat semakin tertarik dengan produk tabungan sehingga tingkat konsumsi masyarakat yang tinggi bisa di minimalisir.



DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Ariawaty, R. Rina Novianty dan Siti Noni Evita. *Metode Kuantitatif Praktis*. Bandung: PT Bima Pratama sejahtera. 2018.

Dwistuti, Rini, Agustina Shinta Dan Riyanti Isaskar. *Ilmu Perilaku Konsumen*. Malang: UB Press. 2012.

Effendi, Usman. *Psikologi Konsumen*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2016.

Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Undip. 2016.

Kotler, Philip & Gary Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, 12 ed.. Jakarta: Erlangga. 2008.

Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Dan Pengendalian*, 5 ed.. Jakarta: Erlangga. 1996.

Marhaeni, A A I N. *Pengantar Kependudukan*. Denpasar: CV. Sastra Utama. 2018.

Muhammad. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2008.

Priansa, Donni Juni. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta. 2017.

Priyono. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Sidoarjo: Zifatama. 2008.

- Razak, Abdul. *Demografi Nasabah Sebagai Variabel Moderasi Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan, dan Komitmen Terhadap loyalitas Pada Bank Di Sulawesi Tenggara*. Yogyakarta: CV. Adi Karya Mandiri. 2017.
- Saifuddin Azwar, *Sikap Manusia: Teori Dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2013.
- Samosir, Omas Bulan & Wilson Rajagukguk. *Demografi Formal*. Jakarta: UKI Press. 2018.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: ANDI. 2013.
- Sarwono, Jonathan. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha ilmu. 2006.
- Schiffman, Leon & Leslie Lazar Kanuk. *Perilaku Konsumen*, 7 ed.. New Jarsey: PT. Indeks. 2008.
- Setiadi, Nugroho J.. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, 3 Ed.. Jakarta: Prenadamedia Group. 2003.
- Siregar, Syofian. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana. 2017.
- Sudaryono. *Manajemen Pemasaran teori & Implementasi*. Yogyakarta: ANDI. 2016.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA. 2016.

Sunyoto, Danang. *Teori, Kuesioner, & Analisis Data untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2013.

Wulansari, Andhita Dessy. *Aplikasi Statistik Parametrik dalam Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Felicha. 2017.

Jurnal:

Giyanti, Sri dan Teguh Suropto. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Nasabah Dalam Pengambilan Keputusan Memilih Produk BMT Artha Barokah Yogyakarta". *Ekonomi Syariah Indonesia*. 6 (2016).

Hadi, Lukmono. "Pendekatan Segmentasi Dalam Pemasaran Produk". *Administrasi Bisnis*. 7 (1 Juli 2010).

Santi, Ida Ayu Putu Niya Pradnya. "Hubungan Karakteristik Sosial Demografi Konsumen Dengan Respon Terhadap Stimuli Komunikasi Pemasaran (Produk Bancassurance AIA-BCA)". *Jurnal*. 2013.

Tsalitsa, Alina dan Yanuar Rachmansyah. "Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Dan Faktor Demografi Terhadap Pengambilan Kredit Pada PT. Columbia Cabang Kudus". *Media Ekonomi Dan Manajemen*. 31 (1 Januari 2016).

Ubaidillah, Hisyam Lathif dan Nadia Asandimitra. "Pengaruh Demografi Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Menabung Masyarakat Di Kabupaten Sidoarjo". *Ilmu Manajemen*. 7 (2019).

Volpe R., Chen H., dan Pavlicko. "Personal Investment Literacy Among College Student: A Survey". *Financial Practice and Education*. 1996.

Zainuddin, Raehana. "Pengaruh Faktor Demografi Dan Kelas Sosial Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah Di Kota Palopo". *Ecosystem*. 19 (2019).

Skripsi:

Akbar, Yan Januar. *“Analisis Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas, Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda (Studi Pada Konsumen Sepeda Motor Honda Di Semarang)”*. Skripsi, Universitas Diponegoro, Semarang, 2010.

Arifah, Ninuk. *“Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan dan Sikap Anggota Terhadap Keputusan Menabung Di BMT (Studi Kasus Di BMT Syamil Ampel Boyolali)”*. Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Surakarta, Surakarta, 2018.

Idak. *“Pengaruh Motivasi, Persepsi Dan Sikap Nasabah Terhadap Keputusan Nasabh Menabung Di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Baraka Kabupaten Enkerang.”* Skripsi, Universitas Islam Negeri Alauddin, Makassar. 2018.

Musyafa', M.. *“Pengaruh Demografis, Brand Image, Dan Received Benefit Terhadap Keputusan Memilih Menjadi Nasabah PT. BPRS Lantabur Tebuireng Cab. Mojokerto”*. Tesis, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya, 2017.

Ramadani, Hikmah. *“Analisis Pengaruh Pengetahuan, Sikap Dan Lingkungan Sosial Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Bank Syariah (Studi Kasus Bank BRI Syariah KCP Magelang).”* Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Salatiga, Salatiga, 2018.

Internet:

https://ir-brisyariah.com/financial_reports.html