

**PENGARUH PENGETAHUAN, PRODUK BANK, DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP PREFERENSI MENABUNG**
(Study Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Pasuruan)

RINI ISMY DARMAYANTI
Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik
Universitas Yudharta Pasuruan
rinirizal97@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to examine the Effect of Knowledge, Bank Products, and Trust on Savings Preferences (Study of sharia bank customers in Pasuruan city). The benefits gained from this research are providing information or an overview of Knowledge, Bank Products, and Trust in Savings Preferences

The population of this study is all of the customers of Islamic banks Mandiri in the city of Pasuruan. The author's data collection method uses observation and questionnaires. Analysis of the data used in this research is multiple linear regression. With the results of the study showing the simultaneous influence between the variables of Knowledge, Bank Products, and Trust in Savings Preferences with the Sig. <0.05 (0.000 <0.05) and Fcount 22.580> f table 2.68

Keywords: Knowledge, Bank Products, Trust, and Saving Preferences .

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji Pengaruh Pengetahuan, Produk Bank, dan Kepercayaan terhadap Preferensi Menabung (Study Pada nasabah bank syariah mandiri kota pasuruan). Adapun manfaat yang di peroleh dari penelitian ini adalah memberikan informasi atau gambaran mengenai Pengetahuan, Produk Bank, dan Kepercayaan terhadap Preferensi Menabung

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh nasabah bank syariah mandiri kcp kota pasuruan. Metode pengumpulan data penulis menggunakan penyebaran observasi dan kusioner. Analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah regresi linear berganda. Dengan hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh secara simultan antara variabel Pengetahuan, Produk Bank, dan Kepercayaan terhadap Preferensi Menabung dengan nilai Sig. < 0,05 (0,000 < 0,05) dan Fhitung 22,580 > f tabel 2,68.

Kata Kunci : Pengetahuan, Produk bank, Kepercayaan, dan Preferensi Menabung.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perbankan merupakan suatu lembaga yang sangat penting dalam kehidupan suatu negara, apalagi negara yang sedang berkembang seperti Indonesia. Peran strategis tersebut terutama disebabkan oleh fungsi utama bank sebagai lembaga yang dapat mengumpulkan dan menyalurkan dana nasabah secara efektif dan efisien. Dengan berperan sebagai pihak perantara antara pihak yang berkelebihan dana dengan pihak yang kekurangan dana, sehingga dana tersebut dapat memberikan kemanfaatan yang besar bagi nasabah, serta diberi kebebasan untuk memilih antara bank syariah dan konvensional. Bagi mereka yang memiliki kekhawatiran tentang bank bunga (riba) maka bank syariah menjadi alternatif yang lebih inovatif sebagai sarana meminjamkan modal maupun menginvestasikan dana.

Menurut Supriyanto (2012), Potensi pengembangan perbankan syariah di Indonesia cukup besar. Data BPS 2010 menunjukkan jumlah penduduk muslim di

Indonesia adalah 87% dari sekitar 235,56 juta jiwa. Jumlah penduduk muslim di Indonesia sebanyak 200 juta jiwa diasumsikan 10% dapat digalang menjadi nasabah lembaga keuangan syariah. Data ini menunjukkan bahwa peluang potensi pengembangan lembaga keuangan syariah di Indonesia masih sangat besar.

Dari fenomena tersebut, perbankan syariah memiliki peluang lebih untuk mendapatkan nasabah yang berpreferensi menabung pada perbankan syariah tersebut. Indonesia merupakan negara dengan penduduk beragama islam terbesar di dunia, sehingga segala sesuatu yang berkaitan dengan hukum islam menjadi sebuah hal yang paling diminati oleh mayoritas penduduknya. Termasuk juga dalam dunia perbankan, saat ini bank syariah sudah menduduki posisi yang sama kuatnya

dengan bank konvensional di Indonesia. Pada waktu memilih untuk memutuskan menabung di lembaga perbankan, tentu calon nasabah akan memilih bank yang dapat memberikan keuntungan bagi nasabah serta kemudahan dalam melakukan transaksi. Calon nasabah akan mempertimbangkan berbagai faktor untuk menabung di bank, baik itu bank konvensional maupun bank syariah.

Menurut philip kotler, et al (2006) mengartikan preferensi sebagai pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap suatu barang, produk, dan jasa yang dikonsumsi. Jasa maupun barang yang sesuai dengan keinginan dan tujuan menjadi pilihan mutlak nasabah untuk memilih suatu lembaga perbankan. Pihak nasabah maupun calon nasabah bisa saat ini bisa lebih bebas menentukan preferensi tanpa dipengaruhi oleh paksaan-paksaan pihak terkait.

Sedangkan menurut Sofhian (2016) menjelaskan bahwa Preferensi menabung menurut ekonomi islam menjelaskan pilihan konsumen pada ekonomi islam, dimana yang menjadi tujuan dari kegiatan konsumsinya adalah cenderung untuk mendapatkan kemaslahatan. Kandungan masalah tersebut terdiri dari manfaat dan berkah. Dengan menabung di perbankan syariah, nasabah yang mayoritasnya adalah seorang beragama islam bisa dengan leluasa melakukan transaksi bukan hanya tabungan untuk diri pribadi, juga bisa menabung sambil merencanakan ibadah dimasa mendatang seperti ibadah umroh atau haji tanpa harus membuka rekening lain ataupun menabung ditempat lain.

Andisa (2013) memaparkan bahwa preferensi menabung dipengaruhi oleh pengetahuan. Pengetahuan adalah output yang dihasilkan akibat alat indera pendengaran, pengelihatan, penciuman, raba, dan rasa terhadap objek dimana panca indera memiliki peran dalam proses ini

(Notoadmojo 2012). Pengetahuan akan dihasilkan saat seseorang telah melakukan penginderaan akibat perhatian terhadap suatu obyek. Alat indera yang memiliki peran paling dominan adalah telinga dan mata.

Pengetahuan mengenai perbankan syariah bisa didapatkan melalui media elektronik berupa iklan televisi, media massa berupa koran dan majalah, atau media sosial berupa iklan di facebook dan sebagainya. Dengan berbagai macam iklan yang ditampilkan oleh bank, maka nasabah maupun calon nasabah bisa dengan mudah untuk mencari informasi mengenai apa saja yang berkaitan dengan perbankan syariah. Artinya semakin banyak pengetahuan yang dimiliki oleh nasabah tentang apapun yang berhubungan dengan perbankan syariah, maka semakin menambah wawasan nasabah tentang perbankan syariah sehingga nasabah bisa lebih yakin untuk mempreferensikan menabung pada perbankan syariah tersebut.

Preferensi menabung dipengaruhi oleh produk bank (Panjaitan, 2016). Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan (Tjiptono, 2005). Produk yang ditawarkan tersebut meliputi barang, fisik, jasa, orang atau pribadi, tempat organisasi dan ide. Jadi produk bisa berupa manfaat tangible maupun intangible yang dapat memuaskan pelanggan. Produk tabungan syariah sudah pasti mengacu pada hukum-hukum islam, sehingga besar kemungkinan nasabah untuk lebih mengutamakan menabung pada perbankan syariah.

Selain untuk menyimpan uang dalam tabungan, keuntungan lain yang bisa diperoleh dalam menabung di bank syariah adalah memudahkan nasabah untuk menyalurkan zakat, infaq, maupun sedekah. Tabungan syariah juga menerapkan sistem bagi hasil melalui akad mudharabah,

sehingga nasabah yang menabung di bank syariah bisa memperoleh keuntungan dari tabungannya. Selain itu produk tabungan bank syariah, khususnya di bank mandiri syariah menawarkan e-banking BSM. Dengan produk banking tersebut, memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi dimana saja. Selain itu, tabungan tersebut bisa dihubungkan langsung dengan tabungan untuk keperluan pendaftaran haji yang terkoneksi secara online dengan Siskohat Depaq.

Preferensi menabung dipengaruhi oleh kepercayaan (Edwin, 2014). Kepercayaan masyarakat merupakan salah satu variabel penting dalam bisnis perbankan (Simorangkir, 2004). Tanpa kepercayaan, maka transaksi di bank tidak akan terjadi. Bank harus mampu menciptakan dan menumbuhkan rasa kepercayaan dalam diri nasabah. Karena siapapun nasabahnya, satu sisi pasti mengharapkan keuntungan dari dana yang disimpan pada bank. Sedangkan disisi lain, nasabah juga tidak mau kehilangan dana di bank.

Oleh karena itu, jaminan kepercayaan yang diberikan oleh bank harus menjadi salah satu daya tarik bagi nasabah dalam memilih bank yang benar-benar dapat dipercaya sebagai tempat menabung. Dengan rasa kepercayaan antara nasabah dengan pihak perbankan yang terjalin dengan baik, membuat nasabah lebih mempreferensikan bank syariah dalam hal menyimpan dana nasabah tersebut. Karena rasa kepercayaan tidak bisa tumbuh dalam waktu yang singkat, sehingga menjadi harapan semua nasabah supaya pihak bank sendiri bisa menjaga kepercayaan tersebut.

Obyek dalam penelitian ini adalah bank syariah mandiri pasuruan. Bank syariah mandiri memiliki reputasi cukup baik sehingga banyak nasabah yang membuka tabungan syariah di bank syariah mandiri. Bank syariah mandiri menawarkan produk tabungan yang menguntungkan

kepada masyarakat yang ingin menyimpan uang dengan aman dan nyaman. Tabungan syariah yang ada pada bank syariah mandiri menggunakan perjanjian akad syariah. Syarat membuka rekening mudah dengan setoran awal yang ringan. Biaya administrasi bank syariah tersebut juga rendah. Selain itu, nasabah yang menabung juga mendapatkan kartu ATM dan fasilitas e-banking. Kemudahan penyaluran zakat, infaq, dan sedekah serta mendapatkan bagi hasil. Dan juga banyak pilihan tabungan syariahnya. Selain penawaran menarik yang disediakan oleh bank syariah mandiri. Lokasi kantor bank syariah juga strategis karena terletak dekat dengan alun-alun kota pasuruan. Mesin ATM bank syariah mandiri juga tersebar luas di berbagai tempat di kota maupun kabupaten pasuruan, sehingga tidak membuat nasabah merasa kesulitan jika akan mencairkan uang dalam tabungannya sewaktu-waktu.

Dengan mempertimbangkan berbagai faktor yang telah diuraikan diatas meliputi pengetahuan (X1), produk bank (X2), dan kepercayaan (X3) serta preferensi menabung (Y) tersebut, maka dalam penelitian ini penulis tertarik untuk mengadakan penelitian pada nasabah bank Mandiri Syariah Kota Pasuruan dengan judul “Pengaruh Pengetahuan, Produk Bank, dan Kepercayaan terhadap Preferensi Menabung di Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus Nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Pasuruan)”.

Rumusan Masalah

- a. Bagaimana pengaruh variabel pengetahuan terhadap variabel preferensi menabung secara parsial?
- b. Bagaimana pengaruh variabel produk bank terhadap variabel preferensi menabung secara parsial?

- c. Bagaimana pengaruh variabel kepercayaan terhadap variabel preferensi menabung secara parsial?
- d. Bagaimana pengaruh variabel pengetahuan, produk bank, dan kepercayaan terhadap preferensi menabung secara simultan?

Tujuan Penelitian

- a. Mengetahui pengaruh pengetahuan terhadap preferensi menabung.
- b. Mengetahui pengaruh produk bank terhadap preferensi menabung.
- c. Mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap preferensi menabung
- d. Mengetahui pengaruh pengetahuan, produk bank, dan kepercayaan terhadap preferensi menabung.

TINJAUAN PUSTAKA

Kajian Teori

Pengetahuan

Pengetahuan adalah informasi yang telah diproses dan diorganisasikan untuk memperoleh pemahaman, pembelajaran, dan pengalaman yang terakumulasi sehingga bisa diaplikasikan ke dalam masalah / bisnis tertentu. Pengetahuan dapat juga diartikan sebagai gejala yang ditemui dan diperoleh manusia melalui pengamatan akal. Pada saat seseorang memakai akal budinya untuk mengenali suatu kejadian tertentu yang belum pernah dirasakan sebelumnya itu dapat memunculkan suatu pengetahuan.

Mowen at all, (1998) mendefinisikan pengetahuan sebagai “the amount of experience with and information about particular products or services a person has”.

Sedangkan menurut pendapat Engel at all, (1995) mengartikan pengetahuan yaitu “At a general level, knowledge can be defined as the information stored within memory. The subset of total information relevant to consumers functioning in the marketplace is called consumer knowledge”.

Produk Bank

Zaini (2014) menjelaskan bahwa macam-macam produk bank syariah antara lain meliputi Produk Dana yaitu Giro syariah, Giro wadiah, dan Giro mudharabah. Selain produk dana, ada juga produk bank dalam bentuk instrumen pembayaran. Bentuk layanan perbankan syariah lainnya adalah menyediakan instrumen pembayaran yang memberikan kemudahan bagi nasabah dalam melakukan bisnis. Berikut beberapa instrumen pembayaran tersebut seperti cek, bilyet giro, Nota Debit, Draft atau Wesel, dan Endorsment.

Kepercayaan

Menurut Sumarwan (2011) kepercayaan konsumen atau pengetahuan konsumen menyangkut kepercayaan bahwa suatu produk memiliki berbagai atribut, dan manfaat dari berbagai atribut tersebut. Sedangkan menurut Barnes (2003) kepercayaan melibatkan (trust) kesediaan seseorang untuk bertingkah laku tertentu karena keyakinan bahwa mitranya akan memberikan apa yang ia harapkan dan sesuatu harapan yang umumnya dimiliki seseorang bahwa kata, janji atau pernyataan orang lain dapat dipercaya

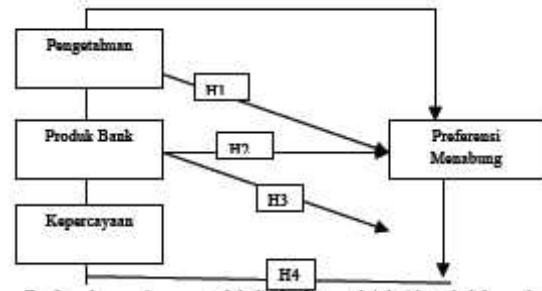
Preferensi Menabung

Menurut Simamora (2003) preferensi konsumen dapat diketahui dengan mengukur tingkat kegunaan atau nilai penting pada setiap produk atau jasa. Penilaian terhadap produk atau jasa tersebut, sehingga dapat mencerminkan preferensi konsumen dalam menggunakan atau mengkonsumsi suatu produk atau jasa.

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan uraian yang telah disebutkan dari latar belakang, kajian teoritis, dan kerangka pemikiran diatas,

maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:



H1: Pengetahuan (X1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap preferensi menabung (Y).

H2: Produk bank (X2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap preferensi menabung (Y).

H3: Kepercayaan (X3) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap preferensi menabung (Y).

H4: Pengetahuan (X1), produk bank (X2) dan Kepercayaan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi menabung (Y).

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kausal komparatif dengan metode survei. Penelitian kausal komparatif adalah tipe penelitian dengan karakteristik masalah berupa hubungan sebab akibat antar dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2010).

Tujuan dari penelitian kausal komparatif adalah untuk melakukan penyelidikan pada kemungkinan hubungan sebab-akibat melalui pengamatan terhadap akibat yang ada dan mencari kembali faktor yang mungkin menjadi penyebab melalui data-data.

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Lokasi penelitian bertempat di Bank Syariah Mandiri Pasuruan. Tepatnya lokasi

penelitian berada di Jalan Panglima Sudirman Pasuruan, Jawa Timur.

Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pada nasabah menabung pada Bank Syariah Mandiri Kota Pasuruan. Sedangkan Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. kriteria pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu Nasabah menabung di bank syariah mandiri dan nasabah berumur 17 tahun keatas karena dianggap sudah dapat berpikir secara dewasa.

Teknik pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan penelitian ini adalah Observasi dan Kuisisioner.

Validitas dan Reliabilitas Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisisioner. Suatu kuisisioner dikatakan valid jika pernyataan kuisisioner tersebut mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuisisioner tersebut. Uji validitas yang digunakan adalah dengan menghitung korelasi antara skor masing-masing butir pertanyaan dengan total skor konstruksya (Ghozali, 2009).

Berdasarkan Uji Validitas untuk item dari variabel pengetahuan, produk bank, dan kepercayaan diketahui nilai r hitung > dari 0,5 maka dapat disimpulkan bahwa item dari variabel pengetahuan, produk bank, dan kepercayaan dikatakan valid. Pada pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan korelasi pearson validity dengan teknik product moment yaitu skor tiap item dikorelasikan dengan skor total. Uji validitas ini menggunakan paket

program SPSS 21 dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Item	Koefisien korelas. (r)	Sign	Keterangan
1	Pengetahuan (X1)	X1.1	0,083	0,000	Valid
		X1.2	0,727	0,000	Valid
		X1.3	0,549	0,000	Valid
		X1.4	0,616	0,000	Valid
		X1.5	0,648	0,000	Valid
		X1.6	0,538	0,000	Valid
2	Produk Bank (X2)	X2.1	0,761	0,000	Valid
		X2.2	0,662	0,000	Valid
		X2.3	0,553	0,000	Valid
		X2.4	0,653	0,000	Valid
		X2.5	0,689	0,000	Valid
		X2.6	0,717	0,000	Valid
3	Kepercayaan (X3)	X3.1	0,702	0,000	Valid
		X3.2	0,621	0,000	Valid
		X3.3	0,664	0,000	Valid
		X3.4	0,623	0,000	Valid
		X3.5	0,664	0,000	Valid
		X3.6	0,680	0,000	Valid
4	Preferensi Menabung (Y)	Y1	0,676	0,000	Valid
		Y2	0,707	0,000	Valid
		Y3	0,673	0,000	Valid
		Y4	0,713	0,000	Valid
		Y5	0,602	0,000	Valid
		Y6	0,668	0,000	Valid

Sumber : Data Primer diolah, 2019

Uji Realibilitas

Suatu kuisisioner dinyatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas menggunakan teknik Conbrach alpha. Menurut Ghozali (2009) suatu variabel dinyatakan reliabel atau handal jika memiliki conbrach alpha > 0,6.

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Alpha	Keterangan
1	Pengetahuan	0,693	Reliabel
2	Produk bank	0,766	Reliabel
3	Kepercayaan	0,730	Reliabel
4	Preferensi menabung	0,761	Reliabel

Sumber : Data primer diolah, 2019

Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah analisis antara variabel dependen dan variabel independen mempunyai distribusi normal. Untuk menguji apakah distribusi normal dilakukan dengan cara menggunakan uji kolmogrov-smirnov. Dasar pengambilan keputusan adalah jika probabilitas signifikannya diatas

kepercayaan 5% maka model regresi memenuhi asumsi normalitas (Ghozali, 2009)

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Untuk melakukan pengujian terhadap asumsi ini dilakukan dengan menggunakan analisis grafik plots. Apabila titik-titik menyebar secara acak baik diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu y maka dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas. (Ghozali, 2009)

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk melihat ada atau tidaknya multikolinieritas maka dilakukan dengan melihat nilai tolerance lawannya variance inflation factor (VIF). Apabila nilai $VIF < 10$ dan nilai tolerance $> 0,1$ maka tidak terjadi multi-kolinieritas antar variabel independennya (Ghozali, 2009)

Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda diamati untuk menggambarkan hubungan antara variabel terikat dengan beberapa variabel bebas. Dalam pembentukan regresi linear berganda, diasumsikan bahwa terdapat persamaan regresi populasi yang tidak diketahui yang mengubungkan variabel terikat dengan variabel bebas sebanyak k. Hal ini terkadang disebut sebagai model hubungan (Ghozali, 2011). Model yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan persamaan sebagai berikut : $Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$

Uji Hipotesis

Uji Parsial (T)

Uji statistik T pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individu dalam menerangkan variabel dependen. Uji T dilakukan dengan cara membandingkan perbedaan dua nilai rata-rata dengan standart eror dari perbedaan rata-rata dengan standar eror dari perbedaan rata-rata dua sampel (Ghozali, 2011).

Uji Simultan (F)

Dalam penelitian ini, uji F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen (pengetahuan, produk bank, dan kepercayaan) mempunyai pengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen (preferensi menabung). Kriteria pengambilan keputusan yaitu dengan membandingkan Fhitung dengan Ftabel sebagai berikut:

a) Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen

b) Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka pengaruh yang signifikan antara variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen tidak signifikan (Ghozali, 2011).

Koefisiensi Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Apabila R^2 memiliki nilai yang kecil, maka kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu menunjukkan bahwa variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan dalam memprediksi variabel dependen (Ghozali, 2011)

PEMBAHASAN

Hasil Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah pengujian tentang distribusi data. Uji normalitas data dalam penelitian ini menggunakan uji kolmogorov-Smirnov. Pengujian ini menggunakan pengujian dua arah (two tailed test), yaitu dengan membandingkan probabilitas yang telah diperoleh dengan taraf signifikan (α) 0,05. Jika p-value $>$ 0,05 maka data penelitian berdistribusi normal.

Tabel 3
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
Unstandardized Residual		
N		130
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,61210846
Most Extreme Differences	Absolute	,076
	Positive	,041
	Negative	-,076
Kolmogorov-Smirnov Z		,865
Asymp. Sig. (2-tailed)		,443

Sumber: Data Primer diolah, 2019

Dari tabel 3 diatas dapat disimpulkan bahwa Hasil uji hasil uji normalitas data dengan menggunakan One sample kolmogrov-smirnov sebesar 0,865 dan nilai sig sebesar 0,443 yang lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas yaitu uji yang bertujuan untuk menggunakan apakah di dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Cara untuk mendeteksi heteroskedastisitas dengan menggunakan Glejser Test, yaitu dengan meregresikan nilai absolute residual terhadap variabel independen, sehingga dapat diketahui ada

atau tidaknya derajat kecepatan 5%. Jika nilai signifikan variabel independen $>$ 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Adapun sebaliknya, jika nilai signifikan variabel independen $<$ 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 4
Hasil Uji Heteroskedastisitas

HASIL UJI HETEROSKEDASTISITAS					
Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	1,958	1,585		1,281	,211
X1	,195	,261	-,108	-,108	,272
X2	,012	,269	,022	,179	,868
X3	,055	,267	,054	,318	,615

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber : Data Primer diolah, 2019

Dari tabel 4 diatas dapat disimpulkan bahwa nilai sig. nilai sig Pengetahuan sebesar 0,292 $>$ 0,05. Nilai sig. Produk bank sebesar 0,858 $>$ 0,05. Dan nilai sig. Kepercayaan 0,415 $>$ 0,05. Dari nilai masing-masing variabel diatas menunjukkan $>$ 0,05. Maka dalam penelitian ini membuktikan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Multikolinearitas

Tabel 5
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error					
							Tolerance
(Constant)	4,759	2,491		1,915	,058		
X1	,188	,097	,161	1,988	,055	,747	1,338
X2	,278	,098	,293	2,865	,011	,826	1,209
X3	,308	,095	,291	3,114	,002	,870	1,164

Sumber: Data Primer diolah, 2019

Berdasarkan hasil pengujian yang tercermin dalam Tabel 5 maka dapat

disimpulkan bahwa dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas, karena nilai tolerance lebih besar dari 0,10 (nilai tolerance > 0,10), dan nilai VIF lebih kecil dari 10,00 (nilai VIF < 10,00). Contoh nilai tolerance variabel pengetahuan lebih besar dari 0,10 (0,747 > 0,10), dan nilai VIF < dari 10,00 (1,338 < 10,00).

Regresi Linier Berganda

Pengujian regresi berganda berguna untuk mengetahui tingkat pengaruh variabel independen (pengetahuan, produk bank, dan kepercayaan) terhadap variabel dependen (Preferensi menabung). Berdasarkan pengujian diperoleh hasil yang dapat disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 6
Hasil Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	T Value	Sig.
	B	Std. Error	Beta				
(Constant)	4,759	,240			1,985	3,657	,089
X1	,188	,097	,161		1,988		,086
X2	,278	,108	,259		2,568		,017
X3	,328	,105	,297		3,114		,002

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer diolah, 2019

Berdasarkan hasil tersebut dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 4,759 + 0,188 X_1 + 0,278 X_2 + 0,328 X_3$$

Dimana Y : preferensi menabung

X1 : pengetahuan

X2 : produk bank

X3 : kepercayaan

Hasil dinyatakan sebagai berikut:

1. Berdasarkan persamaan regresi di atas menunjukkan bahwa nilai constanta (a) sebesar 4,759 menyatakan jika variabel dependen dianggap konstan, maka rata-rata realisasi preferensi menabung sebesar 4,579.

2. Berdasarkan persamaan regresi di atas menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi pengetahuan (B1) mempunyai parameter positif sebesar 0,188 menyatakan jika variabel independen lain dianggap konstan dan pengetahuan mengalami kenaikan, maka akan dapat meningkatkan preferensi menabung dalam merealisasikan para nasabah bank syariah mandiri sebesar 0,188 dan begitu pula sebaliknya.
3. Berdasarkan persamaan regresi di atas menunjukkan bahwa nilai produk bank (B2) mempunyai parameter positif sebesar 0,278 menyatakan jika independen lain dianggap konstan dan produk bank mengalami kenaikan, maka akan dapat meningkatkan preferensi menabung dalam merealisasikan para nasabah bank syariah mandiri pasuruan dan begitu pula sebaliknya.
4. Berdasarkan persamaan regresi di atas menunjukkan bahwa nilai kepercayaan (B3) sebesar 0,328, menyatakan jika variabel lain dianggap konstan dan kepercayaan mengalami kenaikan, maka akan dapat meningkatkan preferensi menabung dalam merealisasikan nasabah bank syariah mandiri pasuruan sebesar 0,328 dan begitu pula sebaliknya.

Uji Hipotesis

Uji Parsial (T)

Uji t bertujuan untuk mengetahui signifikansi dari variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat, maka dilakukan pengujian uji t. Hasil analisis uji t dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 7
Hasil Uji T (Parsial)

Hasil Uji F (Pairwise)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig.		
	B	Std. Error	Beta	Partial				
(Constant)	4,769	2,436			1,966	1,667	,052	
X1	,168	,097	,168	1,526			,057	Tidak signifikan
X2	2,78	,135	,259	2,568			,011	Signifikan
X3	,028	,135	,259	2,574			,002	Signifikan

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer diolah, 2019

1. Pengujian Hipotesis 1: pengetahuan berpengaruh positif dan tetapi tidak signifikan terhadap preferensi menabung.

Berdasarkan perhitungan nilai t hitung antara pengetahuan (X1) terhadap preferensi menabung (Y) sebesar 1,938 > 1,657 dan nilai Sig 0,55 > 0,05. Maka Ho diterima karena (Sig>0,05) sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh pengetahuan terhadap preferensi menabung ditolak.

2. Pengujian Hipotesis 2: produk bank berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi menabung.

Berdasarkan perhitungan nilai t hitung antara produk bank (X2) terhadap preferensi menabung (Y) sebesar 2,568 > 1,657 dan nilai Sig 0,11 < 0,05. Maka Ho ditolak karena (Sig < 0,05) sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh produk bank terhadap preferensi menabung diterima

3. Pengujian Hipotesis 3: kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi menabung.

Berdasarkan perhitungan nilai t hitung antara kepercayaan (X3) terhadap preferensi menabung (Y) sebesar 3,114 > 1,657 dan nilai Sig 0,002 < 0,05. Maka Ho ditolak karena (Sig < 0,05) sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh kepercayaan terhadap preferensi menabung diterima.

Uji Simultan (F)

Uji F ini dimaksudkan untuk melihat kemampuan menyeluruh dari variabel independen agar mampu menjelaskan tingkah laku atau keragaman variabel dependen dan dimaksudkan untuk mengetahui apakah variabel independen memiliki koefisien regresi sama dengan nol. Tingkat signifikansi yang digunakan adalah 0,05. Apabila f hitung > f tabel maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 8

Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	432,211	3	144,070	22,580	,000 ^b
Residual	362,181	126	2,874		
Total	794,392	129			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Data primer diolah, 2019

Berdasarkan output SPSS diatas, dapat diketahui bahwa f hitung menunjukkan nilai sebesar 22,580 dan signifikansi f = 0,000 dimana f hitung > f tabel (22,580 > 2,68) dan sig f < 5% (0,000 < 0,05), artinya bahwa secara simultan variabel pengetahuan (X1), produk bank (X2), dan kepercayaan (X3) berpengaruh signifikan terhadap preferensi menabung (Y).

Koefisien Determinan (Adjusted R²)

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen terhadap dependen. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam mendekati variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

Tabel 9

Hasil Koefisien Determinan (Adjusted R²)

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi independen terhadap dependen. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

Tabel 9
Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,351 ^{**}	,350	,334	2,643

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2
b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer diolah, 2019

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai determinasi (R²) adalah 0,35 yang berarti 35%, variabel bebas yaitu pengetahuan (X1), produk bank (X2), kepercayaan (X3) dalam penelitian ini sebesar 35%. Koefisien korelasi sebesar 59,1% berpengaruh antara variabel pengetahuan (X1), produk bank, (X2), kepercayaan (X3) terhadap preferensi menabung (Y). Pada nilai R Square sebesar 0,35 maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh antara variabel bebas yaitu pengetahuan, produk bank, dan kepercayaan terhadap preferensi menabung adalah rendah

Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Pengetahuan Terhadap Preferensi Menabung

Mowen at all (1998) mendefinisikan pengetahuan sebagai pengalaman dan informasi tentang produk atau layanan tertentu yang dimiliki seseorang. Pengetahuan merupakan konsep penting dalam perbankan sebagai awal memulai suatu hubungan dengan calon nasabah.

Berdasarkan hasil analisis data dinyatakan secara parsial bahwa pengetahuan (X1) mempunyai pengaruh tidak signifikan terhadap preferensi menabung tidak diterima. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai t hitung = 1,938 > t tabel 1,657, uji t dimana nilai sig. 0,55 lebih besar dari standar signifikansi 0,05 yang menunjukkan hasil yang tidak signifikan. Dengan demikian variabel pengetahuan tidak mempengaruhi preferensi menabung pada bank syariah mandiri. Minimnya pengetahuan nasabah tentang hal yang berkaitan dengan bank syariah tidak menjadi dasar nasabah untuk memutuskan menabung pada bank syariah. Kurangnya sosialisasi dari bank syariah terhadap nasabah, maupun sedikitnya rasa ingin tahu nasabah tentang hal apa saja yang terdapat dalam bank syariah menjadi salah satu faktor rendahnya pengetahuan nasabah.

Dengan koefisien beta sebesar 0,188 bahwa pengaruh pengetahuan positif. Artinya semakin banyak pengetahuan nasabah maka berdampak semakin meningkatnya preferensi menabung nasabah di perbankan syariah mandiri

Hal ini kurang mendukung hasil penelitian terdahulu oleh Andisa (2013) yang menyimpulkan bahwa terdapat banyak faktor yang mempengaruhi nasabah dalam memilih menabung di bank syariah, diantaranya terdapat banyak faktor yang berpengaruh lebih besar daripada faktor yang lain. Faktor tersebut salah satunya terdapat variabel pengetahuan.

2. Pengaruh Produk Bank Terhadap Preferensi Menabung

Menurut syafii (2001) menjelaskan bahwa macam-macam tabungan syariah meliputi tabungan mudharabah dan wadiah. Penempatan dana dalam bentuk tabungan dengan prinsip titipan.

Mudharabah adalah jenis tabungan yang bisa dibagi hasil keuntungannya, sedangkan wadiah tidak wajib membagi hasil keuntungannya. Artinya nasabah di awal menabung sudah bisa menentukan sendiri jenis tabungan yang diinginkan, dan karena menggunakan prinsip titipan maka uang tabungan tersebut tidak akan berkurang dan bisa bertambah jika pihak nasabah memilih tabungan mudharabah.

Berdasarkan hasil analisis data dinyatakan secara parsial bahwa produk bank (X2) mempunyai pengaruh signifikan terhadap preferensi menabung diterima. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai t hitung = 2,568 > t tabel 1,657, uji t dimana nilai sig. 0,011 lebih kecil dari standar signifikansi 0,05 yang menunjukkan hasil yang signifikan.

Dengan koefisien beta sebesar 0,278 bahwa pengaruh produk bank terhadap preferensi menabung adalah positif. Artinya semakin baik produk bank maka berdampak semakin meningkatnya preferensi menabung nasabah pada bank syariah mandiri.

Hal ini mendukung hasil penelitian terdahulu oleh panjaitan (2016) yang menyimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap preferensi menabung nasabah.

3. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Preferensi Menabung

Menurut Barnes (2003) kepercayaan melibatkan (trust) kesediaan seseorang untuk bertindak laku tertentu karena keyakinan bahwa mitranya akan memberikan apa yang ia harapkan dan sesuatu harapan yang umumnya dimiliki seseorang bahwa kata, janji atau pernyataan orang lain dapat dipercaya.

Berdasarkan hasil analisis data terbukti secara parsial variabel kepercayaan (X3) mempunyai pengaruh signifikan terhadap preferensi menabung

(Y) dapat diterima. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil t hitung = 3,114 > t tabel 1,657. Uji t dimana sig. 0,002 yang menunjukkan hasil yang signifikan. Artinya kepercayaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap preferensi menabung.

Dengan koefisien beta sebesar 0,328 bahwa pengaruh kepercayaan terhadap preferensi menabung adalah positif. Artinya semakin baik kepercayaan nasabah maka berdampak semakin meningkatnya preferensi menabung nasabah pada bank syariah mandiri.

Hal ini mendukung hasil penelitian terdahulu oleh Edwin (2014) yang menyimpulkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap preferensi menabung.

4. Pengaruh Pengetahuan, Produk Bank dan Kepercayaan Terhadap Preferensi Menabung

Berdasarkan hasil dari analisis terbukti bahwa secara simultan yang terdiri dari pengetahuan (X1), produk bank (X2), dan kepercayaan (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap preferensi menabung (Y) pada nasabah bank syariah mandiri cabang kota pasuruan. Ditunjukkan dengan menggunakan uji F. Hasil perhitungan statistik menyatakan nilai F hitung = 22,580 dengan signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Dengan nilai signifikansi dibawah 0,05 menunjukkan bahwa secara bersama-sama (simultan) pengetahuan (X1), produk bank (X2), dan kepercayaan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi menabung (Y).

Dalam penelitian ini hasil analisis banyaknya kontribusi pengetahuan (X1), produk bank (X2), dan kepercayaan (X3) terhadap preferensi menabung (Y) pada nasabah bank syariah mandiri kota pasuruan ditunjukkan dengan koefisien determinasi

sebesar 0,350 atau 35%, sehingga dapat diketahui bahwa besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dalam penelitian ini adalah sebesar 35%.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Hasil uji pertama membuktikan bahwa variabel pengetahuan (X1) berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap preferensi menabung (Y). Hal ini menunjukkan bahwa variabel pengetahuan tidak memiliki pengaruh terhadap preferensi menabung nasabah bank syariah mandiri.
2. Hasil kedua membuktikan bahwa variabel produk bank (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi menabung (Y). Hal ini menunjukkan semakin baik produk bank yang disediakan oleh bank syariah mandiri maka semakin meningkatkan preferensi menabung nasabah pada bank syariah mandiri tersebut.
3. Hasil uji ketiga membuktikan bahwa variabel kepercayaan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi menabung (Y). Hal ini menunjukkan semakin baik kepercayaan yang diberikan bank syariah mandiri maka semakin meningkat preferensi menabung nasabah pada bank syariah mandiri tersebut.
4. Hasil uji keempat membuktikan bahwa variabel pengetahuan (X1), produk bank (X2), dan kepercayaan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi menabung (Y) antar Manusia berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Kinerja Karyawan.

Saran

1. Hasil uji pertama membuktikan bahwa variabel pengetahuan (X1) berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap preferensi menabung (Y). Hal ini menunjukkan bahwa variabel pengetahuan tidak memiliki pengaruh terhadap preferensi menabung nasabah bank syariah mandiri.
2. Hasil kedua membuktikan bahwa variabel produk bank (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi menabung (Y). Hal ini menunjukkan semakin baik produk bank yang disediakan oleh bank syariah mandiri maka semakin meningkatkan preferensi menabung nasabah pada bank syariah mandiri tersebut.
3. Hasil uji ketiga membuktikan bahwa variabel kepercayaan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi menabung (Y). Hal ini menunjukkan semakin baik kepercayaan yang diberikan bank syariah mandiri maka semakin meningkat preferensi menabung nasabah pada bank syariah mandiri tersebut.
4. Hasil uji keempat membuktikan bahwa variabel pengetahuan (X1), produk bank (X2), dan kepercayaan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi menabung (Y) hasil penelitian dimana Hubungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Andisa. 2013. *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi nasabah (mahasiswa) menabung pada bank syariah*. Proceeding PESAT, Vol. 5, hlm 170-177
- Barnes, J., 2003. *Secret of customer relationship management : Rahasia manajemen hubungan pelanggan*, Andi, Yogyakarta.
- Edwin. 2014. *Analisa pengaruh kepercayaan, jaminan rasa aman, dan aksesibilitas terhadap preferensi menabung nasabah*

- bank danamon di surabaya*. Jurnal manajemen pemasaran petra. Vol.2, No. 1, hlm 1-8
- Engel, j.f., blackwell, r.d., & miniard, p.w. 1995. Consumer behavior. 8th ed. Forth worth, texas: the dryden press
- Ghozali,imam. 2009. Aplikasi multivariate dengan program SPSS cetakan IV. Semarang [ID] : badan penerbit universitas diponegoro
- Ghozali, imam. 2011. Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 19 Edisi ke 5. Semarang : UNDIP
- Kotler, Philip dan Kevin lane keller,2006. manajemen pemasaran. Jakarta : PT Macanan Jaya Cemerlang
- Notoadtmodjo, S. 2012. *Promosi kesehatan dan perilaku kesehatan*. Jakarta : Rineka cipta
- Mowen, J.C., & Minor, M. 1998. Consumer behavior 5th edition. New jersey : pretince hall
- Panjaitan. 2016. *Pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, nilai nasabah terhadap citra perbankan serta implikasinya pada preferensi nasabah menabung dengan karakteristik nasabah sebagai modearting pada perbankan syariah di madura*. Jurnal dokter ekonomi. Vol. 1, No.1, hlm 77-98
- Simamora, bilson. 2003. *Paduan riset perilaku konsumen*. Jakarta : PT Gramedia
- Simorangkir. 2004. Pengantar lembaga keuangan bank dan non bank. Cetakan kedua. Ghalia Indonesia Sofhian. 2016. Analisis preferensi nasabah penabung pada bank muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo. Jurnal studi ekonomi dan bisnis islam. Vol.1, No.2 , hlm 90-132
- Sugiyono. 2010. Statistika untuk penelitian. Bandung : cv alfabeta
- Sumarwan, ujang. 2011. Perilaku konsumen, teori dan penerapannya dalam pemasaran. Cetakan 1 edisi 2. Bogor : Penerbit Ghalia Indonesia. Hlm 148
- Supriyanto. 2012. Pendidikan Pendapatan Dana dan Motivasi Menjadi Nasabah. *JPPi*. Jilid 6, No. 6, *Edisi Pebruari 2012*, hlm 84-94
- Tjiptono, Fandy. 2005. Pemasaran jasa, Edisi pertama, Bayu Meda Publishing, Malang
- Zaini, zulkifli, 2014. Memahami bisnis bank syariah, ikatan bankir indonesia . Jakarta : PT Gramedia pustaka utama