



## Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung Nasabah pada Produk Tabungan iB Siaga dengan Menggunakan *Theory of Planned Behavior* di PT. Bank KB Bukopin Syariah Cabang Medan

Annisa Muharni Has

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan

[annisamuharni1@gmail.com](mailto:annisamuharni1@gmail.com)

Diserahkan tanggal 06 Juli 2023 | Diterima tanggal 29 September 2023 | Diterbitkan tanggal 30 September 2023

### Abstract:

*This study aims to determine what factors influence the initial interest of Bank KB Bukopin customers in saving using the iB Siaga savings product by using the theory of planned behavior, which includes attitudes, subjective norms and perceptions of behavioral control in order to increase the number of customers saving. This type of research is a quantitative approach. The variables used in this study are attitudes, subjective norms, perceptions of behavior control and interest in saving in the iB Siaga savings product. The data sources used are primary and secondary data. Methods of data collection using a questionnaire. The number of samples used was 84 customer respondents who used the iB Siaga savings product. The data analysis technique used is descriptive analysis, validity test, reliability test, classical assumption test, hypothesis test and multiple linear regression test. The results of the study show that (1) the attitude variable has a significant effect on the customer's intention to save in the iB Siaga savings product. (2) the subjective norm variable has a significant effect on the customer's intention to save in the iB Siaga savings product. (3) the perceived behavioral control variable has no significant effect on the customer's intention to save in the iB Siaga savings product. (4) the variables of attitude, subjective norms and perceptions of behavioral control simultaneously influence customers' interest in saving in the iB Siaga savings product.*

**Keywords:** Attitudes, Subjective Norms, Perceived Behavior Control, Customers' Interest in Saving in iB Siaga Savings Products

### Abstrak:

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi awal minat nasabah Bank KB Bukopin dalam menabung menggunakan produk tabungan iB Siaga dengan menggunakan theory of planned behavior yaitu meliputi sikap, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku guna untuk meningkatkan jumlah nasabah menabung. Jenis penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sikap, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku dan minat menabung pada produk tabungan iB Siaga. Sumber datanya yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 84 responden nasabah yang menggunakan produk tabungan iB Siaga. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, uji validitas, uji realibilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis dan uji regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) variabel sikap berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah pada produk tabungan iB Siaga. (2) variabel norma subjektif berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah pada produk tabungan iB Siaga. (3) variabel persepsi kontrol perilaku tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah pada produk tabungan iB Siaga. (4) variabel sikap, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung nasabah pada produk tabungan iB Siaga.*

**Kata Kunci:** Sikap, Norma Subjektif, Persepsi Kontrol Perilaku, Minat Menabung Nasabah pada Produk Tabungan iB Siaga

Copyright © 2023, Author

This is an open-access article under the [CC BY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



## PENDAHULUAN

Menurut etimologi minat adalah perhatian, kecenderungan hati kepada suatu keinginan. Sedangkan menurut istilah adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu (Andi, 2018). Sebagaimana yang disampaikan oleh Priansa (2012) berpendapat bahwa “Minat menabung merupakan suatu yang berhubungan dengan rencana nasabah untuk menggunakan produk tertentu. Minat menabung juga dapat diartikan sebagai suatu pernyataan mental dari nasabah untuk memilih menggunakan produk tabungan tertentu”.

Pertumbuhan perbankan sendiri sangat cepat dan berkembang. Beberapa produk tabungan yang ditawarkan bank antara lain tabungan, deposito dan giro. Tabungan dapat diartikan sebagai simpanan pihak ketiga pada bank yang penarikannya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu. Menurut ketentuan Pasal 1 butir 9 UU No.10 Tahun 1998 tentang Ketentuan Umum Perbankan, Tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro dan/atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu. Adapun yang dimaksud dengan tabungan syariah adalah tabungan yang dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Dalam praktiknya bank syariah menerapkan dua akad dalam tabungan yaitu akad wadi'ah dan akad mudharabah (Heri, 2013).

Berdasarkan website resmi Bank KB Bukopin Syariah, Sejarah PT. Bank KB Bukopin (sebelumnya bernama Bank Umum Koperasi Indonesia pada 10 Juli 1989 dan PT. Bank KB Bukopin pada 1 Juli 1989 sampai sekarang) adalah bank swasta kelas menengah dan memfokuskan pada bisnis intinya seperti UMKM, Mikro, Konsumer dan Komersial. Kemudian, Bank Bukopin mendirikan cabang syariah dengan nama “PT. Bank Bukopin Syariah” yang berdiri pada tahun 2008 setelah mendapatkan izin kegiatan usaha bank umum yang beroperasi melalui Surat Keputusan Gubernur Bank Indonesia. Sesuai dengan surat tentang Penetapan Penggunaan Izin Usaha atas nama PT. Bank Bukopin Tbk menjadi PT. Bank KB Bukopin yang diterima perseroan pada tanggal 9 Februari 2021. Kata “KB” sendiri yang berarti “Kookmin Bank” menjadi pemegang saham pengendali (PSP) perseroan dan semakin banyaknya nasabah Korea Selatan yang bergabung dengan Bank Bukopin ([www.kbbukopinsyariah.com](http://www.kbbukopinsyariah.com)).

Berdasarkan dari hasil tabel di atas, dapat diketahui bahwa jumlah nasabah dari tahun 2019, 2020 dan 2021 terdapat penurunan dari tahun ke tahun. Dimana, pada tahun 2019 jumlah nasabah mencapai 271 orang, lalu mengalami penurunan di tahun 2020 menjadi 149 orang dan di tahun 2021 menjadi 124 orang. Penurunan yang cukup drastis terjadi di tahun 2019 ke tahun 2020 berkurang sebanyak 122 orang. Dapat diketahui bahwa di tahun 2020 terjadi pandemi Covid-19 yang melanda di Indonesia yang berdampak pada bagian keuangan salah satunya bank di seluruh Indonesia. Dari tahun 2020 ke tahun 2021 masih terdapat penurunan pada jumlah nasabah yang menabung sejumlah 25 orang. Namun di akhir tahun 2021, terjadi sedikit peningkatan pada jumlah nasabah yang menabung.

Berdasarkan dari hasil pra-riset yang dilakukan dapat diketahui bahwa terdapat beberapa permasalahan yang terjadi yaitu: pertama, promosi produk tabungan yang harus lebih intensif untuk memberitahukan kepada masyarakat tentang produk tabungan iB Siaga. Promosi produk yang dilakukan bank yaitu melalui brosur atau media dan event. Bank juga menjalin kerjasama antara perusahaan ataupun sekolah. Dengan adanya kerjasama, maka akan ajakan yang dilakukan oleh orang tua atau rekan kerja yang sudah membuka tabungan juga cukup berpengaruh pada minat awal nasabah untuk menabung. Dan kelebihan dari produk tabungan iB Siaga antara lain bebas biaya administrasi, saldo awal untuk membuka rekening yaitu Rp. 50.000,- dan setoran berikutnya yaitu minimal Rp. 10.000,- sesuai dengan syarat dan ketentuan yang berlaku.

Kedua, lokasi atau tempat bank yang kurang terjangkau. Lokasi PT. Bank KB Bukopin Syariah di Kota Medan hanya ada 1 (satu) yaitu berlokasi di Jalan S. Parman, No. 77, Petisah Hulu, Kecamatan Medan Baru, Kota Medan, Sumatera Utara. Lokasi bank yang di Jalan S.

Parman berada di perempatan antara jalan Gajah Mada dan Jalan KH. Zainul Arifin tidak jauh dengan Sun Plaza. Kemudian dekat dengan Rahmat Internasional Wildlife Museum dan bersebalahan dengan favehotel. Lokasi atau tempat bank yang berada di tengah kota namun sayangnya kurang terjangkau untuk kendaraan umum ([www.bankkbbukopinsyariah.com](http://www.bankkbbukopinsyariah.com)).

Ketiga, Fasilitas ATM yang tidak banyak tersebar secara menyeluruh di berbagai daerah. Ketika nasabah sudah membuka tabungan, maka akan mempertimbangkan fasilitas seperti ATM yang disediakan oleh bank. Dengan masih sedikitnya fasilitas ATM yang tersebar di berbagai daerah, maka akan membuat nasabah sedikit kesulitan mencari tempat ATM, dimana bila tarik tunai di ATM bank lain akan dikenakan biaya administrasi. Berdasarkan data di website resmi Bank Bukopin, terdapat 11 jumlah ATM yang tersebar di Kota Medan sesuai dengan jumlah Bank KB Bukopin yang tersebar yaitu ATM KCU Gajah Mada, ATM KCP AR. Hakim, ATM KCP Binjai, ATM KCP Golden, ATM KCP Setia Budi, ATM KK PLN Medan, ATM Medan Fair, ATM KK RSU Pringadi, ATM Sun Plaza Medan, ATM RS Adam Malik dan ATM Bank KB Bukopin Syariah ([www.bankkbbukopin.com](http://www.bankkbbukopin.com)).

Keempat, aplikasi mobile banking yang bermasalah sehingga tidak bisa digunakan pada saat dibutuhkan. Fasilitas berikutnya yang disediakan oleh bank selain ATM yaitu mobile banking. Mobile banking Bank KB Bukopin yang diresmikan launching pada 13 April 2016 di kantor pusat Bank Bukopin, Jakarta. Mobile banking yang seharusnya untuk memudahkan nasabah melakukan transaksi pembayaran, ataupun transfer ke antar bank ataupun bank lain. Namun, aplikasi mobile banking sering terjadi error/gagal ataupun tidak bisa digunakan karena jaringan bank yang buruk.

Kelima, perlu adanya lebih intensif pada edukasi atau canvassing kepada masyarakat yang dilakukan bank untuk memberitahukan tentang bank syariah. Dengan memberitahukan dan pemahaman yang dilakukan bank kepada masyarakat, maka masyarakat akan lebih tahu pentingnya menabung dan mengenal bank syariah. Berdasarkan hasil pra-riset wawancara dengan karyawan bank, Bank KB Bukopin Syariah mengadakan edukasi atau canvassing kepada masyarakat melalui kerja sama yang terjalin antara bank dengan perusahaan ataupun sekolah. Kegiatan edukasi atau canvassing dilakukan 1 atau 2 kali dalam seminggu, hal ini tidak hanya untuk memberitahukan masyarakat tentang bank syariah namun juga untuk menambah jumlah calon nasabah yang menabung. Dari beberapa faktor yang mempengaruhi minat nasabah menabung akan disesuaikan dengan *Theory of Planned Behavior* di mana, di dalam *theory* tersebut terdapat *attitude* atau sikap, *subjective norm* atau norma subjektif dan *perceived behavior control* atau persepsi kontrol perilaku terhadap minat nasabah menabung di produk tabungan iB Siaga yang akan menjadi sampel penelitian kali ini.

Husain (2002) berpendapat bahwa sikap merupakan persepsi dan penilaian terhadap berbagai atribut dari objek atau individu baik positif maupun negatif dalam melakukan suatu perilaku. Sikap juga diartikan sebagai kecenderungan secara psikologis yang diekspresikan dengan mengevaluasi aktifitas tertentu dengan beberapa derajat disukai atau tidak disukai. Norma subjektif merupakan keyakinan individu mengenai harapan orang-orang sekitar yang berpengaruh baik perorangan maupun kelompok untuk menampilkan perilaku tertentu atau tidak. Persepsi kontrol perilaku merupakan suatu keyakinan yang pada akhirnya menentukan niat dan ada tindakan yang merupakan suatu elemen yang berhubungan dengan ada dan tidaknya sumber daya dan peluang. Produk yang ditawarkan oleh PT. Bank KB Bukopin Syariah sangat beragam yang disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan masyarakat. Seperti produk simpanan yang beranekaragam, yaitu Tabungan iB Siaga, Tabungan iB Sempel, Tabungan iB Multiguna, Deposito dan lainnya. Salah satu produk simpanan yang menjadi unggulan di Bank Syariah Bukopin adalah Tabungan iB Siaga.

Berdasarkan dari website resmi Bank Bukopin, Tabungan iB Siaga merupakan jenis simpanan dari produk tabungan di Bank KB Bukopin Syariah dalam mata uang rupiah yang penyetoran dan penarikannya dapat dilakukan sewaktu-waktu guna untuk simpanan tabungan pendidikan. Dengan menggunakan akad wadiah yad-dhamanah, yang berarti mustawda (bank)

dapat memanfaatkan dana dan menyalurkan dana yang disimpan serta menjamin bahwa dana tersebut dapat ditarik setiap saat oleh muwadi (nasabah). Tabungan ini ditujukan untuk perorangan dengan saldo awal untuk membuka rekening yaitu Rp. 50.000,- dan setoran berikutnya yaitu minimal Rp. 10.000,- sesuai dengan syarat dan ketentuan yang berlaku ([www.bankkbbukopin.com](http://www.bankkbbukopin.com)).

Tabungan iB Siaga memiliki berbagai keunggulan yang diinginkan nasabah yang biasa disebut 4G, yaitu gratis biaya administrasi bulanan, gratis biaya administrasi ATM, gratis biaya penarikan tunai, gratis biaya asuransi, dapat dijadikan jaminan pembiayaan dan yang paling penting bagi nasabah adalah ATM BSB dapat digunakan sebagai ATM Debit untuk transaksi berbelanja hanya dengan Swipe ATM di mesin EDC BCA. Selain itu Bank Syariah Bukopin juga menyediakan fasilitas yang dapat membantu aktivitas transaksi nasabah seperti tersedianya ATM 24 jam (dalam jaringan Bukopin dan BCA/Prima), sarana untuk melakukan pembayaran tagihan listrik (PAM, Telpon Pendidikan, PBB, Kartu Kredit dan pengisian ulang pulsa telpon seluler), sarana penyaluran zakat, infak dan shadaqah yang memudahkan nasabah muslim dalam melakukan kewajiban agamanya, dan real time online diseluruh outlet Bank Bukopin dan Bank KB Syariah Bukopin([www.bankkbbukopin.com](http://www.bankkbbukopin.com)).

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan di atas, maka penulis meneliti ke dalam sebuah judul skripsi yaitu “Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung Nasabah pada Produk Tabungan iB Siaga Dengan Menggunakan *Theory of Planned Behavior* di PT. Bank KB Bukopin Syariah Cabang Medan”.

## METODOLOGI PENELITIAN

Jenis pendekatan penelitian yang digunakan dalam pelaksanaan penelitian ini ialah pendekatan yang dilakukan adalah pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah jumlah data nasabah yang sudah menabung menggunakan produk tabungan iB Siaga dari tahun 2019 sampai 2021 sejumlah 544 orang. Sampling yang digunakan dalam penelitian ini yaitu tehnik probability sampling dengan jenis stratified random sampling (pengambilan sampel secara acak). Stratified random sampling merupakan pengambilan sampel dengan metode ini subjek awalnya dikelompokkan ke dalam klasifikasi yang berbeda, misalnya berdasarkan jenis kelamin, tingkat pendidikan, atau status sosial ekonominya. Dalam pengambilan sampel ini, harus memperhatikan klasifikasi yang dilakukan tidak boleh memiliki subjek yang tumpang tindih. Setelah itu, secara acak memilih daftar akhir subjek dari berbagai kategori yang ditentukan untuk dapat memastikan sampel yang lengkap.

Data primer yang diperoleh dalam penelitian ini merupakan data yang berasal dari kuisioner dan wawancara dengan karyawan bank dan nasabah yang sudah membuka tabungan iB Siaga di PT. Bank KB Bukopin Syariah Cabang Medan. Data sekunder yang diperoleh dalam penelitian ini merupakan data nasabah yang sudah membuka tabungan iB Siaga dan data tersebut langsung berasal dari PT. Bank KB Bukopin Syariah Cabang Medan. Dalam Penelitian ini menggunakan 2 (dua) variabel, yaitu variabel independent dan variabel dependent. Dalam penelitian ini terdapat 4 (tiga) variabel bebas yaitu sikap (X1), norma subjektif (X2), persepsi kontrol perilaku (X3), sikap, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku (X4). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah Minat menabung nasabah pada produk tabungan iB Siaga (Y).

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini uji regresi linear berganda. Regresi linear berganda merupakan model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen. Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Uji regresi linear berganda digunakan untuk untuk membuktikan kebenaran dari hipotesis penelitian (Ahmadi, 2016, h. 107). Pada penelitian ini variabel independen yang digunakan adalah sikap (X1), norma subyektif (X2), dan persepsi kontrol perilaku (X3). Oleh karena itu model regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y	= Minat Menabung Nasabah
$\alpha$	= Konstanta
$\beta$	= Koefisien Regresi
X1	= Sikap
X2	= Norma Subjektif
X3	= Persepsi Kontrol Perilaku
e	= Error

## PEMBAHASAN

### Pengaruh Variabel Sikap, Norma Subjektif, Persepsi Kontrol Perilaku terhadap Minat Menabung Nasabah pada Produk Tabungan iB Siaga

#### *Pengaruh Sikap (X1) Terhadap Minat Menabung Nasabah pada Produk Tabungan iB Siaga (Y)*

Berdasarkan hasil dari pengujian hipotesis dinyatakan bahwa variabel sikap (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung nasabah pada produk tabungan iB Siaga (Y) dengan diperoleh nilai signifikansi < (alpha) 0,05 yaitu dengan angka signifikansi (P Value) sebesar  $0,030 < 0,05$  dan thitung > ttabel yaitu  $2,530 > 1,990$  yang berarti jika variabel sikap (X1) meningkat maka minat menabung nasabah tabungan iB Siaga (Y) akan mengalami peningkatan. Kemudian hasil regresi linear berganda diperoleh nilai positif sebesar 0,334 menunjukkan apabila terjadi peningkatan variabel sikap (X1) sebesar 1% maka akan mengakibatkan peningkatan variabel minat menggunakan (Y) sebesar 3,34%. Maka dari itu diketahui bahwa H01 ditolak dan Ha1 diterima. Artinya, sikap berpengaruh secara signifikan terhadap minat atau dapat disimpulkan bahwa semakin baik pengaruh sikap calon-calon nasabah untuk menabung menggunakan produk tabungan iB Siaga, maka semakin tinggi pula minat untuk menambah jumlah nasabah menabung menggunakan produk tabungan iB Siaga. Hal ini juga menunjukkan bahwa hubungan sikap terhadap minat berkaitan dengan pandangan atau pendapat seseorang terhadap suatu produk dari berbagai segi seperti keunggulan dan manfaat produk, lokasi bank, jumlah ATM bank yang tersebar dan juga penggunaan teknologi mobile banking sebagai bahan pertimbangan nasabah untuk menggunakan produk tabungan tersebut.

Secara teori penelitian ini sesuai dengan konstruk sikap yang merupakan salah satu konstruk dalam *Theory of Planned Behavior*, yang berperan sebagai sebagai salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat. Sikap didefinisikan dengan suatu perilaku yang diyakini dapat memberikan hasil yang positif dibandingkan melakukan suatu perilaku yang akan memberikan hasil yang negatif. Sikap yang dianggapnya positif itu yang nantinya akan dipilih individu tersebut untuk berperilaku dalam kehidupannya. Jika seseorang akan menggunakan suatu produk untuk menabung, berarti orang tersebut meyakini untuk menabung menggunakan produk tabungan dan di bank tersebut, maka akan memberikan hasil yang positif bagi mereka dari beberapa keunggulan produk yang ditawarkan bank dan juga fasilitas dan pelayanan yang baik dan memadai yang diberikan bank dalam melayani nasabah yang sudah menabung di bank tersebut. Sebaliknya jika keunggulan produk yang ditawarkan ternyata tidak sesuai, fasilitas dan pelayanan bank yang tidak cukup baik dan tidak memadai, maka akan memberikan sikap yang negatif dan tidak ingin menabung di bank tersebut (Hartono, 2007, h. 45). Sikap yang diberikan ini dapat disebabkan banyak hal misalnya nasabah yang sudah ada membuka tabungan di bank lain, maka hal ini tentunya akan menjadi pertimbangan nasabah untuk membuka tabungan di bank lainnya.

Penelitian ini diperkuat dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ahmad Zamroni yang menyatakan bahwa aspek sikap berpengaruh terhadap minat menggunakan dengan

nilai signifikansi (P Value) sebesar  $0,000 < 0,05$  (Zamroni, 2018, h. 120). Hal ini dikarenakan hubungan interaksi antar manusia mampu merengubah pola pikir dan sudut pandang seseorang dan juga dari berbagai faktor yang mendukung lainnya. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini dan penelitian sebelumnya dapat disimpulkan bahwa benar sikap memiliki pengaruh terhadap minat seseorang menggunakan produk tabungan bank syariah. Semakin tinggi variabel sikap, maka minat nasabah untuk menggunakan produk tabungan juga akan meningkat.

### ***Pengaruh Norma Subjektif (X2) terhadap Minat Menabung Nasabah pada Produk Tabungan iB Siaga (Y)***

Berdasarkan hasil dari pengujian hipotesis dinyatakan bahwa variabel Norma Subjektif (X2) berpengaruh yang signifikan terhadap minat menabung nasabah pada produk tabungan iB Siaga (Y) dengan diperoleh signifikansi  $< (\alpha) 0,05$  yaitu dengan angka signifikansi (P Value) sebesar  $0,014 < 0,05$  dan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2,505 > 1,990$  yang artinya pengaruh variabel norma subjektif dapat meningkatkan minat menabung nasabah pada produk tabungan iB Siaga. Kemudian hasil regresi linear berganda diperoleh nilai positif sebesar 0,298 menunjukkan apabila terjadi peningkatan variabel persepsi kontrol perilaku (X3) sebesar 1% maka akan mengakibatkan peningkatan variabel minat menggunakan (Y) sebesar 2,98%. Maka dari itu diketahui  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Artinya norma-norma subjektif berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung nasabah pada produk tabungan iB Siaga atau dapat disimpulkan bahwa pengaruh norma-norma subjektif dapat meningkatkan minat menabung nasabah pada produk tabungan iB Siaga guna dalam meningkatkan jumlah nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa indikator dukungan orang-orang atau lingkungan terdekat berpengaruh kepada kebanyakan responden, karena lingkungan, rekan kerja dan tempat responden berada dapat mempengaruhi pandangan dan niat seseorang untuk menggunakan produk tabungan yang sama.

Secara teori penelitian ini sesuai dengan konstruk norma subjektif yang merupakan salah satu konstruk dalam *Theory of Planned Behavior*, norma subjektif sendiri adalah seseorang individu akan melakukan suatu perilaku tertentu jika perilakunya dapat diterima oleh orang-orang yang ada disekitarnya. Jadi, persepsi atau pandangan seseorang terhadap kepercayaan orang lain yang akan mempengaruhi niat seseorang untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku yang sedang dipertimbangkan (Hartono, 2007, h. 50).

Penelitian ini diperkuat dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ahmad Zamroni yang menyatakan bahwa aspek norma subjektif berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah dengan nilai signifikansi (P Value) sebesar  $0,000 < 0,05$  (Zamroni, 2018, h. 122). Hal ini dikarenakan orang-orang sekitar atau lingkungan terdekat dapat mempengaruhi pandangan dan niat responden untuk menggunakan produk tabungan. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dalam penelitian dan penelitian sebelumnya dapat disimpulkan bahwa benar norma subjektif memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung nasabah pada produk tabungan iB Siaga.

### ***Pengaruh Persepsi Kontrol Perilaku (X3) terhadap Minat Menabung Nasabah pada Produk Tabungan iB Siaga (Y)***

Berdasarkan hasil dari pengujian hipotesis dinyatakan bahwa variabel Persepsi Kontrol Perilaku (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah pada produk tabungan iB Siaga (Y) dengan diperoleh nilai signifikansi  $> (\alpha) 0,05$  yaitu dengan angka signifikansi (P Value) sebesar  $0,804 > 0,05$  dan  $t_{hitung} < t_{tabel}$  yaitu  $0,249 < 1,990$  yang berarti jika variabel persepsi kontrol perilaku meningkat maka tidak akan mempengaruhi minat menabung nasabah pada produk tabungan iB Siaga. Maka dari itu diketahui juga bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak yang artinya persepsi kontrol perilaku tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah pada produk tabungan iB Siaga atau dapat disimpulkan bahwa

persepsi kontrol perilaku tidak memberikan pengaruh terhadap minat menabung. Karena dari beberapa responden memiliki persepsi atau pandangan yang berbeda terhadap suatu produk tabungan dan juga beberapa pertimbangan sebelum membuka tabungan.

Secara teori penelitian ini sesuai dengan konstruk persepsi kontrol perilaku yang merupakan salah satu konstruk dalam *Theory of Planned Behavior* merupakan salah satu faktor dalam mempengaruhi minat menggunakan seseorang. Persepsi kontrol perilaku merupakan keyakinan dan pandangan seseorang yang dapat mempengaruhi niat dan juga tindakan untuk melakukannya. Jadi, setelah seseorang mempunyai niat dan mempertimbangkan, maka akan menimbulkan suatu perilaku atau tindakan. Seseorang akan menggunakan suatu produk berdasarkan informasi apabila orang tersebut mempercayai bahwa informasi yang diterima akurat dan benar kenyataannya untuk digunakan dan sebaliknya apabila seseorang percaya bahwa informasi suatu produk dari bank tersebut tidak akan memberikan manfaat dan mempertimbangkan beberapa faktor mendukung lainnya untuk membuka produk tabungan, maka orang tersebut tidak akan menggunakan produk tabungan tersebut.

Penelitian ini diperkuat dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan Ahmad Zamroni yang menyatakan bahwa aspek persepsi kontrol perilaku tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan dengan nilai signifikansi (P Value) sebesar  $0,090 > 0,05$  (Zamroni, 2018, h. 124). Hal ini dikarenakan para calon-calon nasabah yang akan menabung menggunakan produk tabungan tentu akan memikirkan dan mempertimbangkan beberapa aspek dan factor yang akan dihadapi ke depannya setelah membuka tabungan. Ada beberapa nasabah yang tidak terlalu mementingkan factor yang akan dihadapi dikarenakan zaman sudah semakin canggih. Misalnya lokasi bank yang hanya terdapat 1 (satu) di kota Medan, namun karena sudah adanya aplikasi mobile banking yang dapat mempermudah bertransaksi jadi tidak diharuskan untuk datang ke bank untuk melakukan transaksi seperti transfer dan lainnya.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dalam penelitian sebelumnya dapat disimpulkan bahwa persepsi kontrol perilaku tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung nasabah pada produk tabungan iB Siaga.

#### ***Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan Persepsi Kontrol Perilaku (X4) Secara Simultan terhadap Minat Menabung Nasabah pada Produk Tabungan iB Siaga (Y)***

Berdasarkan hasil dari pengujian hipotesis menyatakan bahwa pengaruh sikap, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung nasabah pada produk tabungan iB Siaga. Berdasarkan tabel dari hasil uji F pada penelitian ini didapatkan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $4,94 > 3,11$  dengan angka signifikansi P (Value) sebesar  $0,003 < 0,05$ . Atas dasar perbandingan tersebut maka  $H_04$  ditolak dan  $H_a4$  diterima yang berarti variabel sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku (X4) mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap variabel minat menabung nasabah pada produk tabungan iB Siaga (Y).

Dari hasil penelitian diketahui bahwa sikap memiliki koefisien Beta yang paling besar diantara variabel lainnya yaitu sebesar 0,275 berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah pada produk tabungan iB Siaga, untuk variabel norma subjektif memiliki koefisien Beta sebesar 0,288 berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah pada produk tabungan iB Siaga, dan variabel persepsi kontrol perilaku memiliki koefisien Beta sebesar 0,026 tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah pada produk tabungan iB Siaga. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku merupakan faktor-faktor penting dalam pencapaian maksimal minat menabung nasabah dalam menabung menggunakan produk tabungan iB Siaga.

Penelitian ini diperkuat dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan Ahmad Zamroni yang menyatakan bahwa aspek sikap, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku berpengaruh terhadap minat menggunakan mobile banking dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan  $F_{hitung} >$

$F_{tabel}$  yaitu sebesar  $97,563 > 2,37$  (Zamroni, 2018, h. 125). Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini dan penelitian sebelumnya dapat disimpulkan bahwa benar sikap, norma subjektif dan persepsi kontrol memiliki pengaruh yang simultan terhadap minat menabung nasabah pada produk tabungan iB Siaga.

### **Analisis Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan Persepsi Kontrol Perilaku terhadap Minat Menabung Nasabah pada Produk Tabungan iB Siaga**

Dalam menentukan variabel independent (bebas) yang dominan dalam mempengaruhi nilai variabel dependent (terikat) dalam suatu model regresi linear, maka peneliti menggunakan nilai standart coefficients Beta.

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui variabel sikap (X1) memiliki nilai koefisien Beta sebesar 0,275 dan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung nasabah pada produk tabungan iB Siaga. Kemudian diikuti oleh variabel persepsi kontrol perilaku (X2) dengan nilai koefisien beta sebesar 0,288 dan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung nasabah pada produk tabungan iB Siaga. Dapat disimpulkan variabel sikap (X2) adalah variabel dominan pada penelitian ini karena memiliki nilai koefisien beta paling besar dibandingkan variabel-variabel lainnya. Selanjutnya variabel norma subjektif (X3) dengan nilai koefisien sebesar 0,026 dan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung nasabah pada produk tabungan iB Siaga. Dan selanjutnya variabel sikap, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku (X4) dengan nilai koefisien nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $4,94 > 3,11$  dengan angka signifikansi P (Value) sebesar  $0,003 < 0,05$ , artinya, berpengaruh secara simultan terhadap variabel minat menabung nasabah pada produk tabungan iB Siaga (Y).

### **SIMPULAN**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel sikap (X1), norma subjektif (X2), persepsi kontrol perilaku (X3) dan sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku (X4) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung nasabah pada produk tabungan iB Siaga (Y). berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa sikap (X1) berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah pada produk tabungan iB Siaga (Y). Dapat dilihat pada variabel sikap dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2,530 > 1,990$  dan nilai signifikansi (P Value) sebesar  $0,030 < 0,05$ . Atas dasar perbandingan tersebut, maka  $H_{01}$  ditolak dan  $H_{a1}$  diterima atau berarti variabel sikap (X1) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel minat menabung nasabah pada produk tabungan iB Siaga (Y), norma Subjektif (X2) berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah pada produk tabungan iB Siaga (Y). Dapat dilihat pada variabel norma subjektif dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2,505 > 1,990$  dan nilai signifikansi (P Value) sebesar  $0,014 < 0,05$ . Atas dasar perbandingan tersebut, maka  $H_{02}$  ditolak dan  $H_{a2}$  diterima atau berarti variabel norma subjektif (X2) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel minat menabung nasabah pada produk tabungan iB Siaga (Y), persepsi Kontrol Perilaku (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah pada produk tabungan iB Siaga (Y). Dapat dilihat pada variabel persepsi kontrol perilaku dengan nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  yaitu  $0,249 < 1,990$  dan nilai signifikansi (P Value) sebesar  $0,804 > 0,05$ . Atas dasar perbandingan tersebut, maka  $H_{03}$  diterima dan  $H_{a3}$  ditolak atau berarti variabel persepsi kontrol perilaku (X3) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel minat menabung nasabah pada produk tabungan iB Siaga (Y), sikap, Norma Subjektif, dan Persepsi Kontrol Perilaku (X4) berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung nasabah pada produk tabungan iB Siaga (Y). Berdasarkan tabel dari hasil uji F pada penelitian ini didapatkan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $4,94 > 3,11$  dengan angka signifikansi (P Value) sebesar 0,003. Angka signifikansi (P Value) sebesar  $0,003 < 0,05$ . Atas dasar perbandingan tersebut, maka  $H_{04}$  ditolak dan  $H_{a4}$  diterima atau berarti variabel sikap, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku (X4)

mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap variabel minat menabung nasabah pada produk tabungan iB Siaga (Y).

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, A. (2009). *Psikologi Sosial*. Jakarta: Reineka Cipta.
- Ajzen, I. (2002). Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior And Human Decision Processes*.
- Andespa, R. (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan*, 5(2).
- Andrianto dan Firmansyah M. A. (2019). *Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori Ke Praktek)*. Surabaya: Qiara Media.
- Aslami, N. (2022). Analisis Assymmetric Information dalam Penerapan Pembiayaan Akad Mudharabah pada Perbankan Syaiah di Indonesia. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 7(1).
- Azwar, S. (2005). *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bank Bukopin. (2022 Oktober 29) <https://www.bukopin.co.id/read/247-peluncuran-logo-dan-identitas-kb-bukopin>
- Bank Bukopin Syariah. (2022, Juni 10). *Sejarah Bank Bukopin Syariah*. <https://www.kbbukopinsyariah.com/2022/06/10/sejarah-bank-bukopin-syariah/>
- Bank Bukopin Syariah. (2022, Juni 10). *Tabungan iB Siaga*. <https://www.kbbukopinsyariah.com/2022/06/10/tabungan-ib-siaga/>
- Bank Bukopin Syariah. (2022, September 24). *ATM Bank Bukopin*. <https://www.kbbukopinsyariah.com/2022/09/24/atm-bank-bukopin/>
- Bank Bukopin Syariah. (2022, September 24). *Lokasi maps Bank Bukopin*. <https://www.kbbukopinsyariah.com/2022/09/24/maps-bank-bukopin/>
- Bank Bukopin Syariah. (2022, September 24). *Launching aplikasi mobile banking*. <https://www.kbbukopinsyariah.com/2022/09/24/launching-aplikasi-mobile-banking/>
- Bank Bukopin Syariah. (2022, Oktober 14). *Visi, Misi dan Tujuan Perusahaan*. <https://www.kbbukopinsyariah.com/2022/10/14/visi-misi-dan-tujuan-perusahaan/>
- Bank Bukopin Syariah. (2022, Oktober 14). *Produk dan Jasa di Bank Bukopin Syariah*. <https://www.kbbukopinsyariah.com/2022/10/14/produk-dan-jasa-di-bank-bukopin-syariah/>
- Djamarah, S. B. (2002). *Psikologi Belajar*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Fishbein, M. and Ajzen, I. (2002) Belief Attitude, Intention and Behavior an Introduction to Theory and Research. *Addison-Wesly Publising Company*.
- Gunawan, I. (2016). *Pengantar Statistika Inferensial*. Jakarta: Rajawali Perss.
- Hardani. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu.
- Hartono, J. (2007). *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*. BPFPE.
- Ikhsan, A. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Medan: Medanatera.
- Irawan, D. (2020). Pengaruh Theory Planned Behavior Terhadap Keputusan Menabung di Rekening Syariah. *Jurnal Indonesia Business Review*, 5(3).
- Jundiani. (2009). *Pengaturan Hukum Perbankan Syariah di Indonesia*. Malang: UIN Malang.
- Mappier, A. (2018). *Psikologi Remaja*. Surabaya: Usaha Nasional.
- Mardani. (2012). *Ayat-Ayat dan Hadis Ekonomi Syariah, Cet-Ke 2*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Nasution, M. L. I. (2018). *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. Medan: Febi Uinsu Perss.
- Priansa. (2012). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: CV ALFABETA.
- Rahmadi, N. A. B. (2016). *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Medan: FEBI UIN-SU Press.
- Refiana. (2002). Analsis Behavior Intention. *Jurnal Manajemen Indonesia*, (2).
- RI, K. A. (2009). *Al-Quran dan Terjemahannya*. Depok: Penerbit Sabiq.
- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Graha Ilmu.

- Soekartawi. (2002). *Bank Syariah*. Jakarta: Salemba Empat.
- Soemitra, A. (2009). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Depok: Kencana.
- Sudarsono, H. (2013). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah, Cet-Ke 2*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Sugiono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistomo, A. (2011). Persepsi Mahasiswa Akuntansi terhadap Pengungkapan Kecurangan (Studi Empiris pada Mahasiswa Akuntansi UNDIP Dan UGM). *Skripsi (UNDIP)*.
- Sumarwan. (2011). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Ghalia Indonesia.
- Suryaningrum, D. (2021). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Ekonomika Manajemen Akuntansi dan Perbankan Syariah*, (10).
- Syafi'i, M. A. (2001). *Bank Syariah*. Jakarta: Gema Insani.
- Syah, M. (2005). *Psikologi Belajar*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Syahrum, S. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Citapustaka Media.
- Tarigan, A. A (2015). *Buku Panduan Penulisan Skripsi*. Medan: Febi Uinsu Press.
- Tarigan, A. A. (2019). *Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi*. Medan: FEBI UIN-SU Press.
- Umar, H. (2002). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Uniyanti. (2018). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Nasabah Menabung Di Bank Syariah. *Skripsi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar*.
- Zamah, A. S. (2015). Prepektif Kyai Nahdatul Ulama di Tulungagung terhadap Perbankan Syariah. *Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam LAIN Tulungagung*.
- Zamroni, A. (2018). Pengaruh Religious Commitment terhadap Minat Menabung di Bank Syari'ah pada Kalangan Santri Mahasiswa. *Tesis Program Pascasajana, Fakultas Ilmu Agama, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta*.