

## **BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### 4.1 Profil Tempat Penelitian

#### 1. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung berawal dari Institut Keguruan dan Ilmu Pendidikan (KIP) Negeri Jakarta Cabang Tanjungkarang. Kuliah pertama dimulai pada tahun 1996/1997. Berdasarkan keputusan Presiden Nomor 7 Tahun 1968, IKIP Jakarta Cabang Tanjung Karang diintegrasikan ke dalam Universitas Lampung menjadi dua Fakultas, yaitu Fakultas Keguruan (FK) dan Fakultas Ilmu Pendidikan (FIP). Fakultas Pendidikan terdiri dari jurusan Pendidikan Civic Hukum, Pendidikan Ekonomi Perusahaan, Pendidikan Sejarah, Pendidikan Bahasa Indonesia, Pendidikan Geografi dan Pendidikan Matematika. Sedangkan Fakultas Ilmu Pendidikan (FIP) hanya satu jurusan yaitu jurusan Pendidikan Umum. Berdasarkan peraturan pemerintah Nomor 5 Tahun 1980 dengan keputusan Presiden Nomor 43/M/1982, Fakultas Keguruan (FK) dan Fakultas Ilmu Pendidikan (FIP) digabung menjadi satu Fakultas, diberi nama Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung (FKIP UNILA).

## 2. Bank BNI

### Sejarah Berdirinya Bank BNI 46

Berdiri sejak 1946, BNI yang dahulu dikenal sebagai Bank Negara Indonesia, merupakan bank pertama yang didirikan dan dimiliki oleh Pemerintah Indonesia.

Bank Negara Indonesia mulai mengedarkan alat pembayaran resmi pertama yang dikeluarkan Pemerintah Indonesia, yakni ORI atau Oeang Republik Indonesia, pada malam menjelang tanggal 30 Oktober 1946, hanya beberapa bulan sejak pembentukannya. Hingga kini, tanggal tersebut diperingati sebagai Hari Keuangan Nasional, sementara hari pendiriannya yang jatuh pada tanggal 5 Juli ditetapkan sebagai Hari Bank Nasional.

Menyusul penunjukan *De Javasche Bank* yang merupakan warisan dari Pemerintah Belanda sebagai Bank Sentral pada tahun 1949, Pemerintah membatasi peranan Bank Negara Indonesia sebagai bank sirkulasi atau bank sentral. Bank Negara Indonesia lalu ditetapkan sebagai bank pembangunan, dan kemudian diberikan hak untuk bertindak sebagai bank devisa, dengan akses langsung untuk transaksi luar negeri.

Sehubungan dengan penambahan modal pada tahun 1955, status Bank Negara Indonesia diubah menjadi bank komersial milik pemerintah. Perubahan ini melandasi pelayanan yang lebih baik dan tuas bagi sektor usaha nasional.

Sejalan dengan keputusan penggunaan tahun pendirian sebagai bagian dari identitas perusahaan, nama Bank Negara Indonesia 1946 resmi digunakan mulai akhir tahun 1968. Perubahan ini menjadikan Bank Negara Indonesia lebih dikenal sebagai 'BNI 46'. Penggunaan nama panggilan yang lebih mudah diingat - 'Bank BNI' - ditetapkan bersamaan dengan perubahan identitas perusahaan tahun 1988.

Tahun 1992, status hukum dan nama BNI berubah menjadi PT Bank Negara Indonesia (Persero), sementara keputusan untuk menjadi perusahaan publik diwujudkan melalui penawaran saham perdana di pasar modal pada tahun 1996.

Kemampuan BNI untuk beradaptasi terhadap perubahan dan kemajuan lingkungan, sosial-budaya serta teknologi dicerminkan melalui penyempurnaan identitas perusahaan yang berkelanjutan dari masa ke masa. Hal ini juga menegaskan dedikasi dan komitmen BNI terhadap perbaikan kualitas kinerja secara terus-menerus.

Pada tahun 2004, identitas perusahaan yang diperbaharui mulai digunakan untuk menggambarkan prospek masa depan yang lebih baik, setelah keberhasilan mengarungi masa-masa yang sulit. Sebutan 'Bank BNI' dipersingkat menjadi 'BNI', sedangkan tahun pendirian - '46' - digunakan dalam logo perusahaan untuk meneguhkan kebanggaan sebagai bank nasional pertama yang lahir pada era Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Berangkat dari semangat perjuangan yang berakar pada sejarahnya, BNI bertekad untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi negeri, serta senantiasa menjadi kebanggaan negara.

## Visi misi

### Visi BNI

Menjadi Bank kebanggaan nasional yang Unggul, Terkemuka dan Terdepan dalam Layanan dan Kinerja

### Pernyataan Visi

Menjadi Bank kebanggaan nasional, yang menawarkan layanan terbaik dengan harga kompetitif kepada segmen pasar korporasi, komersial dan konsumen

### Misi BNI

- Memberikan layanan prima dan solusi yang bernilai tambah kepada seluruh nasabah, dan selaku mitra pilihan utama (*the bank choice*)
- Meningkatkan nilai investasi yang unggul bagi investor.
- Menciptakan kondisi terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi.
- Meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab terhadap lingkungan sosial.
- Menjadi acuan pelaksanaan kepatuhan dan tata kelola perusahaan yang baik.

### Values

Kenyamanan dan Kepuasan

## Filosofi Logo Baru

### Identitas Baru BNI – Dasar Pembuatan Desain

Identitas baru BNI merupakan hasil desain ulang untuk menciptakan suatu identitas yang tampak lebih segar, lebih modern, dinamis, serta menggambarkan posisi dan arah organisasi yang baru. Identitas tersebut merupakan ekspresi brand baru yang tersusun dari simbol “46” dan kata “BNI” yang selanjutnya dikombinasikan dalam suatu bentuk logo baru BNI.

### Huruf BNI

Huruf “BNI” dibuat dalam warna turquoise baru, untuk mencerminkan kekuatan, otoritas, kekokohan, keunikan dan citra yang lebih modern. Huruf tersebut dibuat secara khusus untuk menghasilkan struktur yang orisinal dan unik.

### Simbol “46”

Angka 46 merupakan simbolisasi tanggal kelahiran BNI, sekaligus mencerminkan warisan sebagai bank pertama di Indonesia. Dalam logo ini, angka “46” diletakkan secara diagonal menembus kotak berwarna jingga untuk menggambarkan BNI baru yang modern.

### Palet Warna

Palet warna korporat telah didesain ulang, namun tetap mempertahankan warna korporat yang lama, yakni turquoise dan jingga. Warna turquoise yang digunakan pada logo baru ini lebih gelap, kuat mencerminkan citra yang lebih stabil dan

kokoh. Warna jingga yang baru lebih cerah dan kuat, mencerminkan citra lebih percaya diri dan segar.

Logo “46” dan “BNI” mencerminkan tampilan yang modern dan dinamis. Sedangkan menggunakan warna korporat baru memperkuat identitas tersebut. Hal ini akan membantu BNI melakukan diferensiasi di pasar perbankan melalui identitas yang unik, segar dan modern.

### Budaya Perusahaan

Budaya Kerja BNI “PRINSIP 46” merupakan Tuntunan Perilaku Insan BNI, terdiri dari :

#### 4 (Empat) Nilai Budaya Kerja

- PROFESIONALISME
- INTEGRITAS
- ORIENTASI PELANGGAN
- PERBAIKAN TIADA HENTI

#### 6 (Enam) Nilai Perilaku Utama Insan BNI

- Meningkatkan Kompetensi dan Memberikan Hasil Terbaik
- Jujur, Tulus dan Ikhlas
- Disiplin, Konsisten dan Bertanggungjawab
- Memberikan Layanan Terbaik Melalui Kemitraan yang Sinergis
- Senantiasa Melakukan Penyempurnaan
- Kreatif dan Inovatif

Setiap Nilai Budaya Kerja BNI memiliki Perilaku Utama yang merupakan acuan bertindak bagi seluruh Insan BNI, 6 (enam) Perilaku Utama Insan BNI adalah :

4 NILAI BUDAYA KERJA BNI	6 NILAI PERILAKU UTAMA INSAN BNI
<b>Profesionalisme</b> <i>(Professionalism)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Meningkatkan Kompetensi dan Memberikan Hasil Terbaik</li> </ul>
<b>Integritas</b> <i>(Integrity)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jujur, Tulus dan Ikhlas</li> <li>• Disiplin, Konsisten dan Bertanggungjawab</li> </ul>
<b>Orientasi Pelanggan</b> <i>(Customer Orientation)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memberikan Layanan Terbaik Melalui Kemitraan yang Sinergis</li> </ul>
<b>Perbaikan Tiada Henti</b> <i>(Continuous Improvement)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Senantiasa Melakukan Penyempurnaan</li> <li>• Kreatif dan Inovatif</li> </ul>

#### 4.2 Uji Validitas dan Realibilitas

Validitas adalah ukuran seberapa cermat suatu alat ukur melakukan fungsinya (Azwar, 1997). Uji validitas alat ukur menggunakan rumus product moment Dengan kriteria pengujian  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan  $\alpha = 0.05$ , maka alat ukur tersebut dinyatakan valid, dan sebaliknya apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka alat ukur tersebut dinyatakan tidak valid. Untuk memudahkan penulis, seluruh penghitungan validitas dan realibitas menggunakan aplikasi SPSS 17.0 for Windows.

Pengujian kevalidan ini dilakukan terhadap 30 responden pada tingkat kepercayaan 95% ( $\alpha=5\%$ ) dimana nilai r tabel sebesar 0,361. Pada pengujian disajikan tiga puluh variabel pertanyaan dan didapat hasil bahwa semua pertanyaan yang diuji valid (lampiran 3).

Pengujian variabel pertanyaan dengan menggunakan uji kereliabelan (r) diperoleh nilai r hitung sebesar 0,902 (lampiran 4) lebih besar dari r tabel ( $0,902 > 0,361$ ), sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa pertanyaan yang diajukan tersebut telah valid dan reliabel dengan interpretasi kereliabelan sangat kuat (tabel 2).

## 2.18 Analisis Kuesioner

Analisis kuesioner peneliti lakukan dengan membahas tiap variabel menggunakan persentase berdasarkan hasil jawaban kuesioner. Dari tiap soal yang disajikan dalam kuesioner penulis hitung persentasenya lalu dianalisis menggunakan teori-teori yang ada.

### 4.3.1 Pemahaman Suku Bunga

Tingkat pemahaman mahasiswa pendidikan ekonomi terhadap suku bunga dapat dilihat pada pertanyaan no 1-3 dalam kuesioner. Pada pertanyaan no 1 ada 50 responden yang menjawab sangat mengerti, 24 responden menjawab mengerti dan 18 responden menjawab cukup mengerti. Dari seluruh sample yang diteliti tidak ada yang menjawab kurang mengerti dan tidak mengerti. Bila dipersentase sebanyak 41,67% mahasiswa pendidikan ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu



Pendidikan Universitas Lampung mengerti atau memahami tentang suku bunga tabungan.

Pertanyaan kuesioner no 2 adalah tentang tanggapan responden terhadap suku bunga Bank BNI 46. Dari 72 responden yang mengisi kuesioner sebanyak 28 responden memilih jawaban sangat menarik, 25 responden memilih jawaban menarik dan 19 responden memilih cukup menarik. Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa suku bunga Bank BNI 46.

Pertanyaan kuesioner no 3 adalah tentang pemahaman responden tentang perkembangan suku bunga Bank BNI 46. Pada pertanyaan ini terdapat 29 responden memilih sangat tahu, 26 responden memilih tahu dan 17 responden memilih cukup tahu. Jika dilihat secara garis besar didapat kesimpulan bahwa seluruh responden tahu tentang suku bunga Bank BNI 46.

Analisis pertanyaan 1-3 di atas menyimpulkan bahwa para responden memiliki pemahaman yang baik terhadap suku bunga Bank BNI 46. Pemahaman yang baik terhadap suku bunga Bank BNI 46 diharapkan dapat meningkatkan minat menabung mahasiswa pendidikan ekonomi Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Keguruan dan Ilmu Pengatahuan Universitas Lampung

#### 4.3.2 Fasilitas dan Layanan

Variabel ini dibagi dalam dua definisi operasional, yaitu variabel fasilitas dan variabel kepuasan layanan. Ketersediaan fasilitas menurut mahasiswa pendidikan

ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung disajikan dalam pertanyaan no 4-10, sedangkan tingkat kepuasan pelayanan disajikan dalam pertanyaan 11-17.

Pertanyaan no 4 adalah tentang kebersihan di Bank BNI 46. Kebersihan kantor ini berhubungan langsung dengan pertanyaan no 5 tentang kenyamanan nasabah dalam bertransaksi. Pada pertanyaan no 4 didapat 22 orang memilih jawaban sangat bersih, 33 orang memilih jawaban bersih dan 17 orang memilih jawaban cukup bersih. Sedangkan untuk pertanyaan no 5 sebagian besar responden sejumlah 34 orang memilih sangat nyaman, 23 responden memilih nyaman dan 15 responden memilih cukup nyaman. Dari jawaban yang ada tersebut dapat disimpulkan bahwa kantor Bank BNI 46 dalam kategori bersih dan nyaman untuk bertransaksi.

Pertanyaan kuesioner no 6 berhubungan langsung dengan pertanyaan no 7 yaitu tentang kerapihan dan kelengkapan peralatan di Bank BNI 46. Dalam pertanyaan no 6 sebanyak 29 orang menjawab bahwa sangat rapi, 31 orang menjawab rapi dan 12 orang memilih jawaban cukup rapi. Pada pertanyaan no 7 yang menganggap bahwa peralatan di Bank BNI 46 sangat lengkap ada 25 responden, kemudian 32 responden memilih lengkap dan 15 responden lainnya memilih cukup lengkap. Dari kedua hasil responden tersebut dapat disimpulkan bahwa di dalam Bank BNI 46 peralatan yang dibutuhkan nasabah untuk bertransaksi masuk dalam kategori lengkap dan rapi dalam penyusunannya.

Kenyamanan dalam menunggu antrian untuk bertransaksi dapat dianalisis pada pertanyaan kuesioner no 8, 9 dan 10. Pada pertanyaan no 8 tentang kerapihan antrian terdapat 23 orang berpendapat bahwa kerapihan dalam menunggu antrian sangat rapi, 33 orang memilih rapi dan 16 orang memilih cukup rapi. Pada pertanyaan no 9 tentang nomor urut antrian, sebagian besar responden sebanyak 38 orang merasa pemberian nomor urut antrian sangat menambah kenyamanan mereka dalam menunggu giliran untuk bertransaksi, 16 orang memilih jawaban menambah dan 18 orang menjawab cukup menambah kenyamanan. Selanjutnya pada pertanyaan no 10 sebanyak 25 orang menganggap bahwa kursi yang disediakan untuk menunggu antrian sangat nyaman, 29 orang hanya menganggapnya nyaman dan 18 orang beranggapan cukup nyaman. Dari ketiga pertanyaan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa Bank BNI 46 memberikan kenyamanan yang baik kepada nasabahnya dalam menunggu antrian untuk bertransaksi. Analisis pada pertanyaan no 4-10 menyimpulkan bahwa Bank BNI 46 masuk dalam kategori bersih, rapi dan nyaman untuk bertransaksi.

Analisis tentang kepuasan pelayanan dapat dilihat pada pertanyaan no 11-17 dalam kuesioner. Pada pertanyaan no 11 tentang pelayanan yang diberikan para staf Bank BNI 46 sebanyak 17 responden menyatakan bahwa pelayanan yang diberikan Bank BNI 46 sangat ramah, 37 orang memilih jawaban ramah dan 18 orang menyatakan cukup ramah. Selanjutnya pada pertanyaan no 12 yaitu tentang kecepatan staf BNI 46 dalam menanggapi kebutuhan nasabah, 29 orang memilih jawaban sangat tanggap, 33 orang menjawab tanggap dan 10 orang menjawab cukup tanggap. Pertanyaan 13 berisi tentang tanggapan responden terhadap

kejujuran staf Bank BNI 46, sebanyak 30 responden menyatakan pegawai Bank BNI sangat jujur, 30 lainnya menjawab jujur dan 12 orang lainnya menjawab cukup jujur. Hal itu menunjukkan bahwa responden menganggap staf Bank BNI 46 dan mereka merasa aman menyimpan dananya di Bank BNI 46.

Pertanyaan kuesioner no 14 dan 15 berkaitan dengan kenyamanan nasabah dalam berinteraksi atau berkomunikasi dengan para staf Bank BNI 46. Pada pertanyaan no 14 sebagian besar responden sejumlah 30 orang menyatakan bahwa pegawai Bank BNI 46 sangat sopan dalam melayani, 28 responden menjawab sopan dan 14 lainnya menjawab cukup sopan. Kemudian pada pertanyaan 15 tentang kenyamanan responden dalam berkomunikasi dengan staf Bank BNI 46, terdapat 36 orang merasa sangat nyaman, 29 orang merasa nyaman dan hanya 7 orang yang menjawab cukup nyaman. Dari dua pertanyaan tersebut dapat disimpulkan bahwa nasabah merasa nyaman dalam berinteraksi dengan staf Bank BNI 46.

Pertanyaan no 16 berkaitan dengan fasilitas kantor yang berhubungan dengan kemudahan nasabah dalam bertransaksi. Pada pertanyaan no 16 ini didapat 33 responden yang memilih bahwa telepon di Bank BNI 46 sangat menambah kemudahan mereka untuk bertransaksi, 29 responden menjawab menambah dan 10 responden menjawab cukup menambah.

Pertanyaan kuesioner no 17 adalah tentang pemahaman staf Bank BNI 46 terhadap kebutuhan nasabahnya. Pada pertanyaan ini didapat 32 memilih jawaban bahwa staf Bank BNI 46 sangat memahami kebutuhan nasabahnya, 25 responden

memilih memahami dan 15 responden memilih cukup memahami. Hasil jawaban responden tersebut menyatakan bahwa staf Bank BNI 46 memahami kebutuhan nasabahnya.

Hasil analisis dari jawaban-jawaban kuesioner di atas menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa pendidikan ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung mendapatkan pelayanan yang baik dari Bank BNI 46. Kepuasan pelayanan yang diterima oleh mahasiswa pendidikan ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan ini diharapkan dapat meningkatkan minat menabung mereka di Bank BNI 46.

#### 4.3.3 Produk Yang ditawarkan

Pertanyaan-pertanyaan tentang produk ada pada no 18-27. Jawaban para responden pada pertanyaan 18-27 tentang produk-produk yang disediakan Bank BNI 46 sebagian besar menjawab sangat tahu dan tahu (dapat dilihat di lampiran 6). Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung mengetahui jenis-jenis produk yang ada di Bank BNI. Pemahaman produk oleh para mahasiswa pendidikan ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung Menunjukkan bahwa Bank BNI dapat memenuhi kebutuhan nasabahnya dan diharapkan ini dapat menjadi faktor yang meningkatkan minat nasabah menabung dan menyimpan dananya di Bank BNI 46.

#### 4.3.4 Minat Menabung mahasiswa pendidikan ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung

Pertanyaan tentang minat menabung mahasiswa pendidikan ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung ada pada pertanyaan no 28-30. Pada pertanyaan no 28 tentang hobi menyimpan uang sebagian besar responden memilih jawaban hobi dengan persentase 36.1% menjawab sangat hobi, 36,1% menjawab hobi dan 27,7% menjawab cukup hobi. Sedangkan yang menjawab tidak hobi adalah 0%.

Pertanyaan no 29 dan 30 ada berkaitan dengan teori konsumsi. Dari 72 responden yang ada hanya 1 responden yang memilih tidak suka berbelanja dan sebagian besar lainnya memilih sangat hobi 26 responden, hobbi 29 responden dan 17 responden memilih cukup hobi. Namun, walaupun kebanyakan dari responden memilih hobi berbelanja, tetapi mereka juga tetap menyisihkan sebagian pendapatan mereka untuk menabung. Hal tersebut terbukti dari pertanyaan no 30 yang hanya satu responden memilih tidak pernah menyisihkan penghasilannya untuk menabung.

#### 4.4 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan korelasi rank spearman. Dari uji rank spearman yang penulis lakukan diperoleh nilai  $t$  hitung (3,395) > dari nilai  $t$  tabel (1,994), sehingga terdapat hubungan yang signifikan antara suku bunga terhadap minat menabung mahasiswa pendidikan ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung. Nilai uji tersebut menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Dari hasil analisis dengan program SPSS dapat diperoleh nilai korelasi sebesar 0,376 (**lampiran**). Hasil tersebut menunjukkan angka yang positif. Angka positif tersebut menunjukkan bahwa variabel  $X_1$  dalam hal ini suku bunga berpengaruh terhadap variabel bebas, yaitu minat menabung mahasiswa pendidikan ekonomi. Hubungan positif tersebut juga mempunyai arti hubungan yang searah, dimana hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi pemahaman mahasiswa pendidikan ekonomi terhadap suku bunga akan membuat minat menabung mahasiswa pendidikan ekonomi akan semakin meningkat. Angka korelasi sebesar 0,376 memperlihatkan bahwa hubungan yang terjadi rendah karena berada diantara 0,200 sampai dengan 0,399 (tabel 2).

Uji hipotesis variabel Fasilitas dan Pelayanan terhadap minat menabung mahasiswa pendidikan ekonomi Fakultas Keguruan dan ilmu Pendidikan juga menunjukkan hubungan yang signifikan dengan besar  $t$  hitung = 5,284. Hasil tersebut menyatakan bahwa  $t$  hitung (5,284) >  $t$  tabel (1,994) yang berarti bahwa

ho ditolak dan  $h_a$  diterima, hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis penulis yang menyatakan bahwa ada hubungan yang signifikan antara fasilitas pelayanan yang diberikan Bank BNI 46 dengan minat menabung mahasiswa pendidikan ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung Pada Bank BNI 46 diterima.

Hasil perhitungan korelasi rank spearman terhadap variabel fasilitas dan pelayanan adalah sebesar 0,534. Hasil tersebut menunjukkan angka positif yang berarti terdapat hubungan yang searah antara variabel Fasilitas dan Pelayanan Bank BNI 46 dengan minat menabung mahasiswa pendidikan ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung. Hubungan searah tersebut berarti bahwa semakin bagus fasilitas dan pelayanan yang diberikan oleh Bank BNI 46 akan membuat minat menabung mahasiswa pendidikan ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung akan semakin meningkat. Besarnya hasil perhitungan 0,534 juga menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi cukup kuat karena angka tersebut berada diantara 0,400 sampai dengan 0,599 (tabel 2).

Uji hipotesis variabel produk terhadap minat menabung memperlihatkan bahwa hasil  $t$  hitung (3,706) >  $t$  tabel (1,994) yang berarti bahwa hipotesis awal penulis yang menyatakan bahwa ada hubungan yang signifikan antara pemahaman produk yang ditawarkan Bank BNI 46 dengan minat menabung mahasiswa pendidikan ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung Pada Bank BNI 46 diterima.



Hasil uji Rank Spearman terhadap variabel produk Bank BNI 46 Mahasiswa pendidikan ekonomi terhadap minat menabung mahasiswa pendidikan ekonomi fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan adalah sebesar 3,706. Hasil tersebut menunjukkan angka positif yang berarti bahwa hubungan yang terjadi antara variabel produk Bank BNI 46 dengan minat menabung mahasiswa pendidikan ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan ada hubungan searah, yang berarti semakin baik produk yang diberikan Bank BNI akan meningkatkan minat menabung mahasiswa pendidikan ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung. Angka correlation coefficient sebesar 3,706 menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi rendah, artinya produk Bank BNI 46 hanya sedikit mempengaruhi minat menabung mahasiswa pendidikan ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung.

#### 4.5 Pembahasan

Besarnya nilai korelasi Rank Spearman sebesar 0,376 menunjukkan bahwa kekuatan hubungan suku bunga dengan minat menabung mahasiswa pendidikan ekonomi Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung di Bank BNI 46 Kantor Layanan Unila rendah. Artinya walaupun Bank BNI 46 Kantor Layanan UNILA menaikkan suku bunganya menjadi lebih tinggi hanya sedikit akan mempengaruhi minat mahasiswa pendidikan ekonomi Jurusan Pendidikan IPS untuk menabung di Bank BNI 46 Kantor Layanan UNILA. Hal tersebut juga menunjukkan bahwa minat mahasiswa pendidikan ekonomi Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Keguruan dan Ilmu

Pendidikan Universitas Lampung bukan semata-mata karena ingin mendapatkan bunga.

Literatur tentang tabungan umumnya didasarkan pada dua kubu utama. Kubu pertama adalah aliran klasik, dan yang kedua adalah Keynesian. Baik teori klasik maupun Keynes memiliki pendapat yang berbeda tentang faktor yang mempengaruhi tabungan. Aliran klasik menyatakan bahwa tabungan merupakan fungsi dari tingkat bunga dengan hubungan positif, sedangkan Keynes mendefinisikan tabungan sebagai fungsi dari pendapatan.

Hasil perhitungan korelasi Rank Spearman menunjukkan bahwa teori klasik yang menyatakan bahwa tabungan merupakan fungsi dari tingkat bunga yang positif dapat dibuktikan dalam penelitian ini walaupun kekuatan hubungannya rendah. Penelitian ini menunjukkan bahwa masih ada beberapa mahasiswa pendidikan ekonomi Jurusan Pendidikan IPS yang memandang tabungan adalah investasi, karena adanya suku bunga.

Menurut Prasentiantono (2000) mengenai suku bunga adalah: jika suku bunga tinggi, otomatis orang akan lebih suka menyimpan dananya di bank karena ia dapat mengharapkan pengembalian yang menguntungkan. Sebaliknya jika suku bunga rendah, masyarakat cenderung tidak tertarik lagi untuk menyimpan uangnya di bank. Hal ini dapat dibuktikan dalam penelitian ini karena pada penelitian ini menunjukkan bahwa suku bunga mempunyai hubungan yang positif yaitu semakin tinggi suku bunga Bank BNI 46 kantor Layanan UNILA maka

semakin tinggi pula minat menabung mahasiswa pendidikan ekonomi Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Keguruan Ilmu Pendidikan dan Keguruan Universitas Lampung.

Fasilitas dan layanan juga memegang peranan penting terhadap minat menabung mahasiswa pendidikan ekonomi Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung. Hal tersebut terbukti dari hasil uji hipotesis menyatakan bahwa ada hubungan yang sangat signifikan antara fasilitas dan layanan Bank BNI 46 Kantor Layanan UNILA dengan minat menabung mahasiswa pendidikan ekonomi Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan. Besarnya nilai *correlation coefficient* fasilitas dan layanan terhadap minat menabung berdasarkan penghitungan menggunakan rumus Rank Spearman didapat hasil 0,534. Hasil tersebut menunjukkan korelasi atau hubungan yang cukup kuat antara keduanya. Oleh karena itu, berdasarkan hasil tersebut apabila terlihat betapa pentingnya ketersediaan fasilitas yang memadai dan disertai dengan pelayanan yang baik sangat mempengaruhi keberhasilan suatu bank menarik minat nasabah untuk menabung. Hal tersebut terbukti dalam penelitian ini nilai variabel fasilitas dan layanan lah yang paling tinggi diantara variabel lainnya.

Pendapat Parasuraman at. Al (1990) yang menyatakan bahwa saat ini kepuasan nasabah menjadi fokus perhatian oleh hampir semua pihak, baik pemerintah, pelaku bisnis, konsumen dan sebagainya. Hal ini disebabkan semakin baiknya pemahaman mereka atas konsep kepuasan nasabah sebagai strategi untuk

memenangkan persaingan di dunia bisnis. Kepuasan nasabah merupakan hal yang penting bagi penyelenggara jasa, karena nasabah akan menyebarkan rasa puasnya kepada calon nasabah, sehingga akan menaikkan reputasi pemberi jasa.

Pendapat Parasuraman et. Al (1990) tersebut benar-benar terlihat pada penelitian ini karena dari ketiga variabel yang penulis teliti hanya variabel ini yang memiliki hasil tertinggi dan masuk dalam kategori cukup kuat karena hasil  $\rho$  Spearmannya (0,534) berada diantara 0,400 sampai dengan 0,599.

Dapat disimpulkan bahwa saat ini nasabah tidak lagi terlalu menganggap suku bunga itu penting, fasilitas yang disediakan bank dan pelayanan yang diberikan oleh duatu perbankan lah yang menjadi faktor utama untuk menarik minat mahasiswa pendidikan ekonomi Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung untuk menabung atau menyimpan dananya ke Bank BNI 46 Kantor Layanan Universitas Lampung.

Penelitian penulis terhadap produk yang ditawarkan Bank BNI 46 kantor Layanan Universitas Lampung, menunjukkan bahwa produk yang ditawarkan Bank BNI 46 Kantor Layanan Universitas Lampung memiliki hubungan yang cukup kuat dengan minat menabung mahasiswa pendidikan ekonomi Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan. Hal itu dapat dilihat dari hasil correlation Coefficient sebesar 0,405 berada diantara 0,400 sampai dengan 0,599. Hubungan ini sama halnya seperti variabel Fasilitas dan Layanan, hanya kekuatan

hubungan untuk variabel pemahaman produk ini masih berada di bawah kekuatan hubungan variabel Fasilitas dan Layanan.

Cukup kuatnya hubungan antara variabel pemahaman produk dengan minat menabung seperti dijelaskan oleh Kasmir (2003, 107) tujuan pembelian jasa bank adalah : “ untuk mendukung dan mempelancar kedua kegiatan sebelumnya yaitu kegiatan menghimpun dana dan menyalurkan dana, semakin lengkap jasa bank yang diberikan, maka semakin baik”. Hal ini disebabkan jika nasabah hendak melakukan suatu transaksi perbankan cukup berhenti di satu bank saja.

Nasabah saat ini lebih cermat dalam memilih perbankan, hampir semua dari mereka yang lebih memilih menggunakan satu bank daripada banyak bank dikarenakan hal tersebut lebih efektif dan efisien. Oleh karena itu banyak nasabah yang akan memilih perbankan dengan ketersediaan produk yang lengkap.

Dari pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa pendapat palilati terbukti yaitu nasabah saat ini lebih berhati-hati sebelum memutuskan bank manakah yang akan dipilihnya sebagai tempat menginvestasikan dananya. Penilaian masyarakat terhadap bank tidak hanya terpaku pada masalah kuantitas tetapi sudah berkembang pada persoalan kualitas, baik mengenai produk bank maupun layanannya (Palilati, 2007, h. 79).

Tabungan tidak dapat dipisahkan dengan konsumsi, karena tabungan merupakan fungsi dari konsumsi dengan rumus:  $Y_d = C + S$ , dimana  $Y_d$  adalah pendapatan

masyarakat,  $C$  adalah besarnya konsumsi masyarakat dan  $S$  adalah tabungan masyarakat. Setiap orang atau keluarga mempunyai skala kebutuhan yang dipengaruhi oleh pendapatan. Logikanya kondisi pendapatan seseorang akan mempengaruhi tingkat konsumsinya. Makin tinggi pendapatan, makin banyak jumlah barang yang dikonsumsi. Sebaliknya, makin sedikit pendapatan, makin berkurang jumlah barang yang dikonsumsi. Bila konsumsi ingin ditingkatkan sedangkan pendapatan tetap, terpaksa tabungan digunakan yang mengakibatkan berkurangnya tabungan.

Keynes berpendapat bahwa pengeluaran masyarakat untuk konsumsi dipengaruhi oleh pendapatan. Semakin tinggi tingkat pendapat mengakibatkan semakin tinggi pula tingkat konsumsi. Selain itu, pendapatan juga berpengaruh terhadap tabungan. Semakin tinggi pendapatan, semakin besar pula tabungannya karena tabungan merupakan bagian pendapatan yang tidak dikonsumsi. Walaupun pendapatan penting perannya dalam menentukan konsumsi, peranan faktor-faktor lain tidak boleh diabaikan. Dibawah ini diterangkan beberapa faktor lain yang mempengaruhi tingkat konsumsi dan tabungan:

#### 1) Kekayaan yang terkumpul

Sebagai akibat menapat harta warisan/tabungan yang banyak akibat usaha dimasa lalu, maka seseorang berhasil memiliki kekayaan yang mencukupi. Dalam keadaan seperti itu ia sudah tidak terdorong lagi untuk menabung lebih banyak.maka lebih besar bagian dari pendapatannya yang digunakan untuk konsumsi dimasa sekarang. Sebaliknya, untuk orang yang tidak memperoleh

warisan mereka lebih bertekad untuk menabung yang lebih banyak di masa yang akan datang.

## 2) Tingkat bunga

Tingkat bunga dapatlah dipandang sebagai pendapatan yang diperoleh dari melakukan tabungan. Rumah tangga akan berbuat lebih banyak tabungan apabila tingkat bunga tinggi karena lebih banyak bunga yang akan diperoleh.

## 3) Sikap berhemat

Berbagai masyarakat mempunyai sikap yang berbeda dalam menabung dan berbelanja. Ada masyarakat yang tidak suka berbelanja berlebih-lebihan dan lebih mementingkan tabungan. Dalam masyarakat seperti itu APC dan MPCnya adalah lebih rendah tapi ada pula masyarakat yang mempunyai kecenderungan mengkonsumsi yang tinggi yang berdiri APC dan MPCnya adalah tinggi.

Hal tersebut dapat dianalisis dengan melihat jawaban para responden pada pertanyaan no 29 dan 30. Pada pertanyaan no 29 tentang apakah mereka suka berbelanja, responden menjawab hobi dan sangat hobi. Dari seluruh responden tidak ada yang menjawab kurang hobi dan tidak hobi. Sedangkan pada pertanyaan berikutnya yaitu no 30 tentang apakah penghasilan mereka selalu disisihkan dari menabung hampir sebagian besar responden menjawab selalu menyisihkan penghasilan mereka untuk menabung. Hal tersebut menunjukkan bahwa dengan pendapatan tetap mereka, besarnya konsumsi dan besarnya tabungan yang disisihkan dari penghasilan mereka sama besar. Hal tersebut penulis dapatkan juga dari hasil wawancara penulis dengan beberapa responden bahwa mereka

lebih senang mencari penghasilan tambahan untuk menambah tabungan daripada mengurangi konsumsi mereka.

Penelitian ini menemukan satu pendapat baru bahwa suku bunga bukanlah satu-satunya hal pokok yang dilihat calon nasabah untuk menyimpan dananya di Perbankan, karena faktor utama yang lebih berhubungan dengan keputusan konsumen menentukan bank mana yang akan dipilihnya adalah kelengkapan fasilitas, kenyamanan, dan kepuasan layanan yang diberikan oleh staf perbankannya.

Dalam Pendidikan Ekonomi ada 15 tema dasar yang harus dikuasai setiap calon guru Pendidikan Ekonomi. Salah satu dari 15 tema dasar tersebut adalah teori konsumsi. Penelitian tentang Hubungan Suku Bunga, Kepuasan Pelayanan dan Pemahaman Produk Terhadap Minat Menabung Mahasiswa pendidikan ekonomi Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Di Bank BNI 46 Kantor Layanan UNILA ini bertujuan untuk menambah referensi para calon pendidik Pendidikan Ekonomi dalam menerangkan materi teori konsumsi.