

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pembahasan pada bab ini adalah hasil dari studi lapangan untuk memperoleh data dengan menggunakan kuesioner untuk mengukur 4 variabel pokok dalam penelitian ini, yaitu *Minat investasi Mudharabah*, bagi hasil, persepsi resiko dan kepercayaan. Pembahasan akan dibagi dalam 6 sub bab, yaitu, gambaran Umum perusahaan, deskripsi responden, statistik deskriptif mengenai variabel penelitian, uji asumsi klasik, uji hipotesis dan pembahasan.

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Gambaran Umum Perusahaan

Tempaan krisis moneter tahun 1997 membuktikan ketangguhan sistem perbankan syariah. Prinsip Syariah dengan 3 (tiga) pilarnya yaitu adil, transparan dan maslahat mampu menjawab kebutuhan masyarakat terhadap sistem perbankan yang lebih adil. Dengan berlandaskan pada Undang-undang No.10 Tahun 1998, pada tanggal 29 April 2000 didirikan Unit Usaha Syariah (UUS) BNI dengan 5 kantor cabang di Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara dan Banjarmasin. Selanjutnya UUS BNI terus berkembang menjadi 28 Kantor Cabang dan 31 Kantor Cabang Pembantu.

Nasabah juga dapat menikmati layanan syariah di Kantor Cabang BNI Konvensional (office channelling) dengan lebih kurang 1500 outlet yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Di dalam pelaksanaan operasional perbankan, BNI Syariah tetap memperhatikan kepatuhan terhadap aspek syariah. Dengan Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang saat ini diketuai oleh KH.Ma'ruf Amin, semua produk BNI Syariah telah melalui pengujian dari DPS sehingga telah memenuhi aturan syariah.

Berdasarkan Keputusan Gubernur Bank Indonesia Nomor 12/41/KEP.GBI/2010 tanggal 21 Mei 2010 mengenai pemberian izin usaha kepada PT Bank BNI Syariah. Dan di dalam Corporate Plan UUS BNI tahun 2003 ditetapkan bahwa status UUS bersifat temporer dan akan

dilakukan spin off tahun 2009. Rencana tersebut terlaksana pada tanggal 19 Juni 2010 dengan beroperasinya BNI Syariah sebagai Bank Umum Syariah (BUS). Realisasi waktu spin off bulan Juni 2010 tidak terlepas dari faktor eksternal berupa aspek regulasi yang kondusif yaitu dengan diterbitkannya UU No.19 tahun 2008 tentang Surat Berharga Syariah Negara (SBSN) dan UU No.21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Disamping itu, komitmen Pemerintah terhadap pengembangan perbankan syariah semakin kuat dan kesadaran terhadap keunggulan produk perbankan syariah juga semakin meningkat.

Pada Juni 2014 jumlah cabang BNI Syariah mencapai 65 Kantor Cabang, 161 Kantor Cabang Pembantu, 17 Kantor Kas, 22 Mobil Layanan Gerak dan 20 Payment Point.¹

2. Visi dan Misi Perusahaan

a. Visi

“Menjadi bank syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja”

b. Misi

- 1) Memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan peduli pada kelestarian lingkungan.
- 2) Memberikan solusi bagi masyarakat untuk kebutuhan jasa perbankan syariah.
- 3) Memberikan nilai investasi yang optimal bagi investor.
- 4) Menciptakan wahana terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi bagi pegawai sebagai perwaju dan ibadah.
- 5) Menjadi acuan tata kelola perusahaan yang amanah.²

3. Lokasi

BNI Syariah Cabag Kudus terletak di Jalan Jend. A. Yani, Panjunan,

¹ Bank Nasional Indonesia Syariah, <http://www.bnisyariah.co.id/>, diakses 20 Nopember 2016.

² *Ibid*

Kota Kudus, Kabupaten Kudus, Jawa Tengah 59317, Telepon: (0291) 444894.³

4. Penghargaan yang Diraih

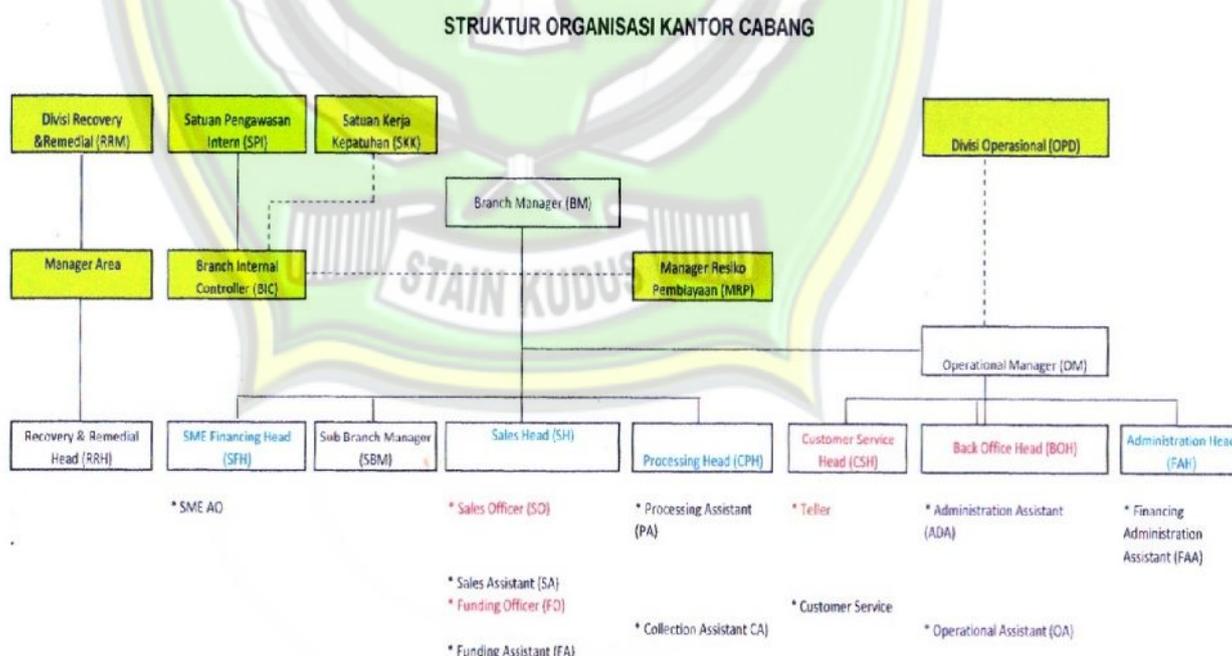
Selama BNI Syariah berdiri menjadi UUS pada tahun 2000 dan telah berhasil melakukan spin off dari induknya BNI pada tanggal 19 Juni 2010, BNI Syariah telah berhasil meraih beberapa penghargaan antara lain:

- a. *Banking Service Excellence Awards* (2009)
- b. *IBLA : Indonesian Banking Loyalty Award* (2009)
- c. Rekor Bisnis -Kartu Kredit pertamayang menginspirasi ber-wirausaha (BNI Syariah Hasanah Card) (2010)
- d. *ICSA 2010 : The best achieving total customer satisfaction* (2010)
- e. *Indonesia Brand Champion 2011-Brand Equity Champion of Islamic Banking* (2012)⁴

5. Struktur Organisasi Kantor Cabang

Struktur organisasi BNI Syariah Cabag Kudus sebagai berikut:⁵

Gambar4.1.



³ Observasi ke BNI Syariah Cabag Kudus pada tanggal 20 Nopember 2016.

⁴ *Ibid*

⁵ *Ibid*

B. Deskripsi Responden

Kuesioner yang berisi 4 item pertanyaan ini sudah digunakan oleh beberapa peneliti terdahulu, yang mana keabsahan dan kesahihannya telah terbukti memadai, sehingga ke butir pertanyaan tersebut langsung disebarkan pada 105 responden. Kuesioner ini mulai disebarkan pada tanggal 2 September 2016 dengan batas waktu pengembalian pada tanggal 23 September 2016. Namun pada kenyataannya seluruh pertanyaan baru terhimpun tanggal 25 September 2016. Kuesioner yang dikembalikan sebanyak 101, dan diantaranya jawaban dan 3 buah kuesioner yang dikembalikan tersebut digugurkan karena tidak lengkap pengisiannya. Kuesioner yang layak digunakan sebanyak 98 buah atau 93,33 %, sehingga penelitian masih dapat di lanjutkan karena pengembalian kuisisioner lebih dari 70%.

Ringkasan pengiriman dan pengembalian kuesioner dalam penelitian ini ditunjukkan dalam tabel 4.1

Tabel 4.1

Rincian Penerimaan Dan Pengembalian Kuesioner

| | |
|---|-------------------------------|
| Kuesioner yang diantar langsung | 105 |
| Kuesioner yang tidak dikembalikan | 4 |
| Kuesioner yang dikembalikan | 101 |
| Kuesioner yang digugurkan (tidak lengkap) | 3 |
| Kuesioner yang digunakan | 98 |
| Tingkat pengembalian (response rate) | $98/105 \times 100 = 93,33\%$ |

Sebelum dilakukan analisis, terlebih dahulu penulis akan menjelaskan mengenai data-data responden yang digunakan sebagai sampel yang diambil dari nasabah PT. BNI Syariah Kantor Cabang Kudus berikut ini.

1. Identitas Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Adapun data mengenai jenis kelamin responden nasabah PT. BNI Syariah Kantor Cabang Kudus adalah sebagai berikut :

Tabel 4.2
Deskripsi Responden Jenis Kelamin

| Jenis Kelamin | Jumlah | Presentase |
|---------------|--------|------------|
| 1. Laki-laki | 72 | 73,5 |
| 2. Perempuan | 26 | 26,5 |

Sumber: Data primer 2016 diolah (Lampiran 2)

Berdasarkan keterangan pada Tabel 4.2. di atas dapat diketahui tentang jenis kelamin responden nasabah PT. BNI Syariah Kantor Cabang Kudus yang diambil sebagai responden, yang menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah laki-laki, yaitu sebanyak 72 orang atau 73.05%, sedangkan sisanya adalah responden perempuan sebanyak 26 orang atau 26.5%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar dari nasabah PT. BNI Syariah Kantor Cabang Kudus yang diambil sebagai responden adalah laki-laki

2. Identitas Responden berdasarkan Pendidikan

Adapun data mengenai pendidikan nasabah PT. BNI Syariah Kantor Cabang Kudus yang diambil sebagai responden adalah sebagai berikut

Tabel 4.3
Deskripsi Responden berdasarkan Pendidikan

| Pendidikan | Jumlah | Presentase |
|------------|--------|------------|
| 1. SMP | 0 | 0 |
| 2. SMA | 35 | 35,7 |
| 3. D3 | 6 | 6,1 |
| 4. S1 | 49 | 50,0 |
| 5. S2 | 8 | 8,2 |

Sumber: Data primer 2016 diolah (Lampiran 2)

Berdasarkan keterangan pada Tabel 4.3. ini memperlihatkan, bahwa nasabah PT. BNI Syariah Kantor Cabang Kudus yang diambil sebagai responden sebagian besar berpendidikan Strata-1. Berdasarkan tabel

tersebut, memberikan informasi bahwa mayoritas responden berpendidikan strata-1 sebanyak 49 orang atau sebesar 50 %, berpendidikan SMA atau sederajat sebanyak 35 orang atau sebesar 35,7 %. Sedangkan yang berpendidikan strata-2 sebanyak 8 orang atau sebesar 8,2 % yang berpendidikan diploma sebanyak 6 orang atau sebesar 6,1 %, dan yang berpendidikan SMP atau sederajat tidak ada.

3. Identitas Responden Berdasarkan Umur

Adapun data mengenai jenis kelamin responden nasabah PT. BNI Syariah Kantor Cabang Kudus adalah sebagai berikut :

Tabel 4.4
Deskripsi Responden Umur

| Jenis Kelamin | Jumlah | Presentase |
|----------------|--------|------------|
| 1. <20 Tahun | 0 | 0 |
| 2. 21-30 Tahun | 19 | 19,4 |
| 3. 31-40 Tahun | 52 | 72,4 |
| 4. 41-50 Tahun | 26 | 26,5 |
| 5. >50 Tahun | 1 | 1,0 |

Sumber: Data primer 2016 diolah (Lampiran 2)

Berdasarkan keterangan pada Tabel 4.4. ini memperlihatkan, bahwa nasabah PT. BNI Syariah Kantor Cabang Kudus yang diambil sebagai responden sebagian besar ber umur 31-40 tahun. Berdasarkan tabel tersebut, memberikan informasi bahwa mayoritas responden berumur 31-40 tahun sebanyak 52 orang atau sebesar 72,4 %. Sedangkan yang berumur 41-50 tahun sebanyak 26 orang atau sebesar 26,5 %, yang berumur 21-30 tahun sebanyak 19 orang atau sebesar 19,4 %, dan yang berumur >50 tahun sebanyak 1 orang atau sebesar 1,0 %, Sedangkan yang berumur <20 tahun tidak ada.

4. Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan

Adapun data mengenai jenis kelamin responden nasabah PT. BNI Syariah Kantor Cabang Kudus adalah sebagai berikut :

Tabel 4.5
Deskripsi Responden Pekerjaan

| Jenis Kelamin | Jumlah | Presentase |
|-------------------|--------|------------|
| 1. Mahasiswa | 11 | 11,2 |
| 2. PNS | 13 | 13,3 |
| 3. Pegawai Swasta | 40 | 40,8 |
| 4. Pengusaha | 19 | 19,4 |
| 5. Lainnya | 14 | 14,3 |

Sumber: Data primer 2016 diolah (Lampiran 2)

Berdasarkan keterangan pada Tabel 4.5 ini memperlihatkan, bahwa nasabah PT. BNI Syariah Kantor Cabang Kudus yang diambil sebagai responden sebagian besar mempunyai pekerjaan Pegawai Swasta. Berdasarkan tabel tersebut, memberikan informasi bahwa mayoritas responden pegawai swasta sebanyak 40 orang atau sebesar 40,8 %. Sedangkan sebagai pengusaha sebanyak 19 orang atau sebesar 19,4 %, PNS sebanyak 13 orang atau sebesar 13,3 %, Lainnya sebanyak 14 orang atau sebesar 14,3 %, Sedangkan Mahasiswa sebanyak 11 atau 11,2 %.

5. Identitas Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

Adapun data mengenai jenis kelamin responden nasabah PT. BNI Syariah Kantor Cabang Kudus adalah sebagai berikut :

Tabel 4.6
Deskripsi Responden Lama Menjadi Nasabah

| Jenis Kelamin | Jumlah | Presentase |
|---------------|--------|------------|
| 1. 1 Tahun | 10 | 10,2 |
| 2. 2 Tahun | 25 | 25,2 |
| 3. 3 Tahun | 28 | 28,6 |
| 4. 4 Tahun | 24 | 24,5 |
| 5. >5 Tahun | 11 | 11,2 |

Sumber: Data primer 2016 diolah (Lampiran 2)

Berdasarkan keterangan pada Tabel 4.6. di atas, menunjukkan bahwa sebagian besar dari responden menjadi nasabah PT. BNI Syariah Kantor Cabang Kudus kurang dari 1 tahun. Hal ini dikarenakan PT. BNI Syariah Kantor Cabang Kudus masih berusia sangat muda (1 tahun). Responden yang menjadi nasabah di bawah 6 bulan sebanyak 31 orang atau sebesar 39.74 %, yang menjadi nasabah 7 bulan sampai dengan 1 tahun sebanyak 44 orang atau sebesar 56.41 %, dan yang menjadi nasabah lebih dari 1 tahun sebanyak 3 orang atau 3.85 %.

C. Statistik Diskriptif

Deskripsi variabel penelitian berguna untuk mendukung hasil analisis data. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah bagi hasil, persepsi resiko, kepercayaan dan minat investasi *mudharabah*. Berikut ini disajikan statistik deskriptif untuk masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Analisis deskriptif dilakukan untuk menggambarkan persepsi responden terhadap pertanyaan yang berhubungan dengan variabel-variabel penelitian yang digunakan. Analisis deskriptif dihitung berdasarkan persentase jawaban responden terhadap pertanyaan penelitian dengan menggunakan nilai rata-rata (*mean*) dari setiap indikator yang diajukan untuk menggambarkan persepsi seluruh responden.

Berdasarkan nilai rata-rata (*mean*) tersebut, selanjutnya dilakukan *interpretasi* persepsi responden dengan menggunakan kriteria *three-box method* yang di kemukakan Agusty Ferdinand, yaitu 1,0–2,3 = rendah, 2,4–3,7 = sedang, dan 3,8–5,0 = tinggi.⁶ Selanjutnya berdasarkan kriteria tersebut ditentukan indeks persepsi responden terhadap variabel-variabel dalam penelitian, yaitu sebagai berikut:

⁶Agusty Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen Edisi 2*, Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Hal. 78.

Tabel 4.7.
Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

| Variabel | Maks | Min | Mean | Std.dev | Korelasi |
|--------------------|------|-----|------|---------|----------|
| 1. Bagi hasil | 5 | 2 | 4,19 | 0,44 | 0,260** |
| 2. Persepsi Resiko | 5 | 2 | 4,45 | 0,50 | 0,322** |
| 3. Kepercayaan | 5 | 2 | 4,38 | 0,51 | 0,412** |
| 4. Minat Ivestasi | 5 | 2 | 4,87 | 1,05 | 1 |

Sumber: Data primer 2016 diolah.

Maka dari hasil perhitungan di atas masing-masing variable penelitian bermakna sebagai berikut;

1) Bagi Hasil

Bagi hasil merupakan sistem pembagian keuntungan antara *mudharib* dan *shohibul mall* menurut kesepakatan yang telah disepakati sebelumnya.⁷ Bagi hasil merupakan *expected return* bagi kedua belah pihak (*shohibul mall* dan *mudhorib*) atas kerjasama yang dilakukannya. Merupakan kedua belah pihak akan berbagi keuntungan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati dimana bagi hasil mensyaratkan kerjasama pemilik modal dengan usaha/kerja untuk kepentingan yang saling menguntungkan kedua belah pihak, sekaligus untuk masyarakat, Pada penelitian ini pengukuran bagi hasil menggunakan indikator penelitian sebagai berikut; Bagi hasil yang diterima nasabah menguntungkan, pelayanan terhadap nasabah tidak bertele-tele dan cepat, produk layanan perbankan yang ditawarkan berguna bagi nasabah, Nisbah bagi hasil proporsional

Variabel ini diukur dengan menggunakan instrumen yang dikembangkan oleh Raihanah.⁸ Instrumen ini dinilai dengan menggunakan skala likert 5 poin. Responden diminta untuk menunjukkan pilihan antara sangat tidak setuju (poin 1) sampai dengan sangat setuju (poin 5) dari setiap pertanyaan yang diajukan.

⁷ Zainul Arifin, *Memahami Bank Syari'ah*, Jakarta, Alvabet, 1999, hlm.. 112.

⁸ Raihanah Daulay, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Mandiri Syariah Di Kota Medan*, Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis, Vol. 12 No 1, 2012.

Berdasarkan keterangan tabel 4.7 dijelaskan bahwa rata-rata responden menjawab setuju, dan skor mean 4,19 sehingga dapat di jelaskan bahwa indeks persepsi responden dalam kategori Tinggi.

2) Persepsi Resiko

Menurut Dowling dan Staelin dalam Pavlou, kalau resiko itu meningkat dari sekedar informasi sampai pada keputusan pembelian produk (transaksi), resiko diasosiasikan dengan kepercayaan (kepercayaan).⁹ Persepsi resiko adalah sesuatu yang berhubungan dengan rencana nasabah untuk membeli produk tertentu serta berapa unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu. Dalam penelitian ini indikator resiko dilihat dari kehilangan uang, pandangan negative dari lingkungan social, kesesuaian produk yang dipesan, lama waktu transaksi, kekhawatiran keamanan produk, tidak nyaman secara psikologis.

Variabel ini diukur dengan menggunakan instrumen yang dikembangkan oleh Yusnindar *et al.*¹⁰ Instrumen ini dinilai dengan menggunakan skala likert 5 poin. Responden diminta untuk menunjukkan pilihan antara sangat tidak setuju (poin 1) sampai dengan sangat setuju (poin 5) dari setiap pertanyaan yang diajukan.

Berdasarkan tabel 4.7 dijelaskan bahwa rata-rata responden menjawab setuju, dan skor mean 4,45 sehingga dapat di jelaskan bahwa indeks persepsi responden dalam kategori Tinggi.

3) Kepercayaan

Dasar pemikiran yang melandasi pengujian variabel kepercayaan dalam kaitannya dengan motivasi nasabah berinvestasi adalah bahwa menurut Kotler mendefinisikan “ *he set of belief, ideas, and impression that a person hold regarding an object*”. Selanjutnya mengatakan “ *people*

⁹ Pavlou, P. A., and Fygenson, M, Understanding and Predicting Electronic Commerce Adoption: An Extension of the Theory of Planned Behavior, *MIS Quarterly*, 30.2006, hal58

¹⁰ Yusnidar, Samrir, Restuti Sri, *Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Di Kota Pekanbaru*, Jurnal Sosial Ekonomi Pembangunan Tahun IV No. 12, 311 – 329, 2014.

attitudes and action to eard an object are highly conditioned by that object's image".¹¹ Ini memberi arti bahwa kepercayaan, ide serta impresi seseorang sangat besar pengaruhnya terhadap sikap dan perilaku serta tindakan yang mungkin akan diperbuatnya. Menurut Mayer *et al* faktor yang membentuk kepercayaan seseorang terhadap yang lain ada tiga yaitu kemampuan (ability), kebaikan hati (*benevolence*), dan integritas (*integrity*):¹²

Variabel ini diukur dengan menggunakan instrumen yang dikembangkan oleh Yusnindar *et al.*¹³ Instrumen ini dinilai dengan menggunakan skala likert 5 poin. Responden diminta untuk menunjukkan pilihan antara sangat tidak setuju (poin 1) sampai dengan sangat setuju (poin 5) dari setiap pertanyaan yang diajukan.

Dari keterangan table 4.7 diatas dijelaskan bahwa rata-rata responden menjawab setuju, dan skor mean 4,38 sehingga dapat di jelaskan bahwa indeks persepsi responden dalam kategori Tinggi.

4) **Minat Investasi Mudharabah**

Minat adalah kesukaan (kecenderungan hati) kepada sesuatu. Secara sederhana minat itu dapat diartikan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian kepada orang dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat itu tersebut dengan disertai dengan perasaan senang.¹⁴ Definisi lain mengatakan minat adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut atau kecenderungan-kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu. Seseorang yang berminat melakukan aktivitas investasi seperti pembelian saham, obligasi, reksadana, atau berinvestasi melalui pasar uang seperti deposito atau giro tidak akan mengenal putus asa dan tetap

¹¹ Philip Kotler, *Marketing Management*, The Millenium Edition, New Jersey, Prentice Hlm.1, Inc, 2000, hlm.. 42.

¹² *Ibid*, hal 720

¹³ *Ibid*

¹⁴ Abdul Rahman Saleh dan Muhib Abdul Wahab, "*Psikologi Suatu Pengantar (Dalam Perspektif Islam)*", Kencana, Jakarta, 2004, hlm. 263.

menikmati kegiatan tersebut, bahkan dengan sendirinya ia akan mencari informasi seluas mungkin tanpa mengandalkan orang lain.

Variabel ini diukur dengan menggunakan instrumen yang dikembangkan oleh Yusnindar *et al.*¹⁵ Instrumen ini dinilai dengan menggunakan skala likert 5 poin. Responden diminta untuk menunjukkan pilihan antara sangat tidak setuju (poin 1) sampai dengan sangat setuju (poin 5) dari setiap pertanyaan yang diajukan.

Berdasarkan tabel 4.7 dijelaskan bahwa rata-rata responden menjawab setuju, dan skor mean 4,87 sehingga dapat di jelaskan bahwa indeks persepsi responden dalam kategori Tinggi.

D. Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan hasil pengujian gejala penyimpangan klasik terhadap data penelitian dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Uji *Multikolinearitas*

Dari hasil pengujian *multikolinearitas* nilai *tolerance* variabel X1, X2, X3 masing-masing sebesar 0,939, 0,864, 0,905 dan nilai VIF masing-masing sebesar 1,065, 1.158, 1.105. Hasil ini juga menunjukkan hal yang sama bahwa tidak ada variabel bebas yang memiliki *tolerance* kurang dari 10 persen dan tidak ada variabel bebas yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada *multikolinearitas* antar variabel bebas dalam model regresi. Hasil pengujian *multikolinearitas* dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.8

Hasil Uji *Multikolinearitas*

| Construc | <i>Tolerance</i> | VIF |
|-----------------|-------------------------|------------|
| Bagi Hasil | 0,939 | 1,065 |
| Persepsi Resiko | 0,864 | 1,158 |
| Kepercayaan | 0,905 | 1,105 |

Sumber : Data primer yang diolah, 2016.

¹⁵ *Ibid*

2. Uji Autokorelasi

Tabel 4.9
Hasil Uji Autokorelasi

| Model | Durbin-Watson |
|--|---------------|
| Pengaruh bagi hasil, persepsi resiko, kepercayaan terhadap minat investasi <i>mudharabah</i> | 2, 088 |

Sumber : Data primer yang diolah, 2016.

Dari hasil pengujian dengan menggunakan uji *Durbin-Watson* atas *residual* persamaan regresi diperoleh angka d-hitung sebesar 2.088. Untuk menguji gejala *autokorelasi* maka angka d-hitung sebesar 2.088 tersebut dibandingkan dengan nilai d-teoritis dalam Tabel d-statistik *Durbin-Watson* dengan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$. Dari Tabel d-statistik *Durbin-Watson* diperoleh nilai dL sebesar 1.56 dan dU sebesar 1,72. Karena hasil pengujian memenuhi syarat $dU < d < 4 - dU$ ($1,72 < 2,088 < 2,28$), maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian tidak mengandung gejala *autokorelasi* positif maupun negatif untuk tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$.

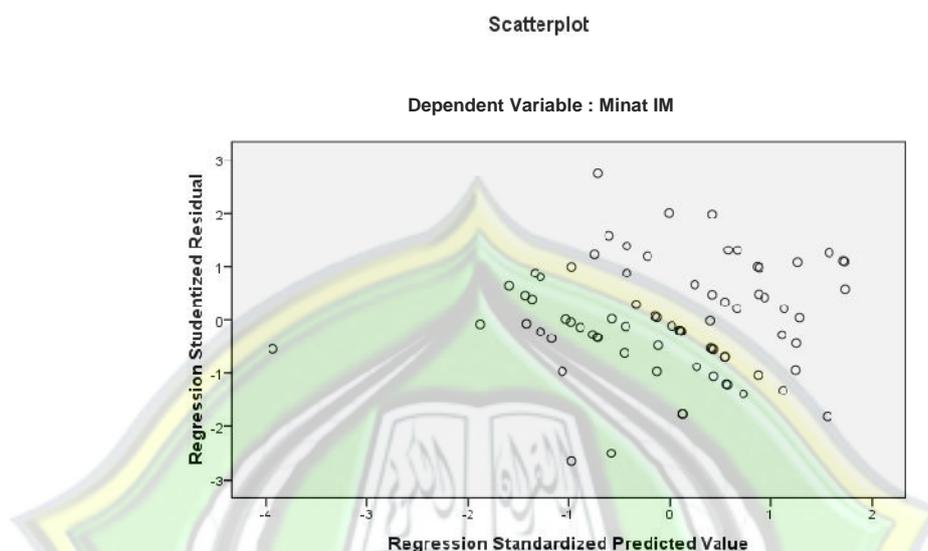
3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual suatu pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Deteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu (bergelombang, melebar kemudian menyempit) pada grafik plot (scatterplot) antara nilai prediksi variabel terkait (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Hasil grafik scatterplot pada lampiran memperlihatkan titik-titik yang menyebar secara acak serta tersebar di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y, serta tidak mempunyai pola yang jelas. Untuk itu dapat disimpulkan bahwa tidak

terjadi heteroskedastisiti pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai sebagai alat prediksi.

Gambar 4.2.



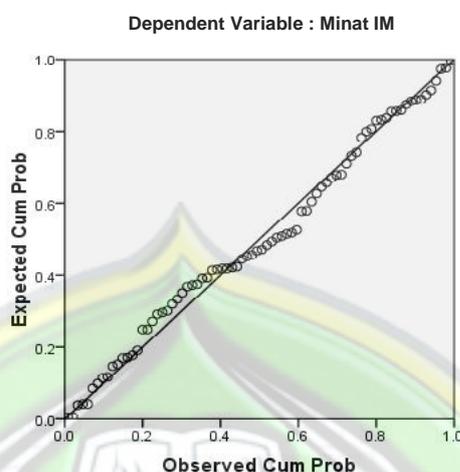
Berdasarkan grafik *Scatterplot* menunjukkan bahwa tidak terdapat pola yang jelas serta titik-titik yang menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi *heteroskedastisitas* pada model regresi.

4. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah variabel terikat dan variabel bebas dalam model regresi mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Pengujian distribusi normal dilakukan dengan cara melihat histogram yang membandingkan data observasi dengan distribusi yang mendekati normal. Disamping itu digunakan normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari data yang sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari data distribusi normal. Jika distribusi normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

Gambar 4.3.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Berdasarkan tampilan grafik histogram dan grafik normal plot pada lampiran 4, dapat disimpulkan bahwa grafik histogram memberikan pola distribusi yang mendekati normal. Sedangkan pada grafik normal plot terlihat titik-titik menyebar disekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Kedua grafik ini menunjukkan bahwa model regresi layak digunakan karena memenuhi asumsi normalitas.

E. Uji Hipotesis

1. Uji *Partial*

Uji *partial* ini memiliki tujuan untuk menguji atau mengkonfirmasi hipotesis secara individual. Uji *partial* ini, dalam hasil perhitungan statistik *Ordinary Least Square* (OLS) ditunjukkan dengan t hitung. Secara lebih rinci hasil t hitung dijelaskan dalam Tabel 4.10. berikut ini.

Tabel 4.10.
Hasil Uji Parsial

| Construk | B | Std Error | t-Uji | Sig. | Keterangan |
|-----------------|----------|------------------|--------------|-------------|--------------------|
| Constant | 1,343 | 1,322 | 1,016 | 0,002 | |
| Bagi Hasil | 0,458 | 0,235 | 1,953 | 0,004 | Hipotesis diterima |
| Persepsi Resiko | 0,579 | 0,218 | 2,656 | 0,009 | Hipotesis diterima |
| Kepercayaan | 0,412 | 0,209 | 2,857 | 0,005 | Hipotesis diterima |

Sumber : Data primer yang diolah, 2016.

$$Y = 1,343 + 0,458X_1 + 0,579X_2 + 0,412X_3$$

Dari formulasi tersebut di atas mengandung makna bahwa tanpa adanya bagi hasil, persepsi resiko dan kepercayaan, seseorang tidak akan mau untuk melakukan investasi.

- 1) Formulasi tersebut di atas menunjukkan nilai *slope (beta)* pada konstanta bertanda positif yaitu 1,343, hal ini berarti jika tidak ada kegiatan atau pengaruh dari variabel manapun maka nilai Y (minat berinvestasi *Mudharabah*) adalah sebesar 1,343 satuan.
- 2) *Slope (beta)* pada X1 bertanda positif yaitu 0,458, hal ini berarti bahwa besarnya bagi hasil akan mempengaruhi minat berinvestasi nasabah. Semakin tinggi bagi hasil maka akan semakin besar pengaruhnya terhadap minat berinvestasi nasabah. Hal ini dianggap tidak berlebihan, karena bagi hasil merupakan keuntungan yang diberikan oleh bank atas investasi yang dilakukan nasabah.
- 3) *Slope* variabel persepsi resiko (X2) dalam model tersebut bertanda positif yaitu 0,579. Hal ini memberi makna bahwa besarnya persepsi resiko akan mempengaruhi minat berinvestasi nasabah. Maksudnya, risiko kebangkrutan, likuiditas tarikan, pembayaran keuntungan bagi hasil dan keamanan dana merupakan faktor penting yang harus diperhitungkan oleh nasabah dalam minat berinvestasi.
- 4) Variabel terakhir adalah kepercayaan (X3) yang di dalamnya meliputi hal terkait dengan reputasi / citra perusahaan, kualitas

pelayanan dan kemudahan fasilitas memiliki *slope* positif yaitu 0,412. Hal ini mengandung makna, bahwa semakin besar kepercayaan nasabah terhadap bank syariah maka semakin berminat pula untuk berinvestasi.

Dari hasil pengujian parsial yang ditunjukkan pada tabel 4.14 maka dapat diuraikan sebagai berikut:

a) Pengaruh Bagi hasil terhadap Minat Berinvestasi

Hasil perhitungan statistik dengan data yang diperoleh dari responden, yang dibantu dengan program SPSS variabel bagi hasil (X1) menunjukkan nilai *t* hitung 1,953 dan *p value* (Sig.) 0.004, dengan menggunakan tingkat *alpha* 5%, maka posisi nilai probabilitas berada di bawah *alpha*-nya. Hal ini berarti bahwa, terdapat pengaruh yang signifikan antara bagi hasil terhadap motivasi berinvestasi nasabah.

Hasil penelitian ini mendukung teori yang melandasinya, bahwa semakin tinggi tingkat bagi hasil yang diberikan, semakin tinggi pula keinginan masyarakat untuk menginvestasikan dananya di bank syariah. Koefisien regresi sebesar 0,458 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena memiliki tanda +) 1% pada bagi hasil, maka akan meningkatkan minat berinvestasi sebesar 45,8%, demikian pula jika terjadi sebaliknya. Dengan demikian, bagi hasil merupakan variabel bebas yang benar-benar berpengaruh secara signifikan terhadap minat berinvestasi.

b) Pengaruh Persepsi resiko terhadap Minat Investasi

Hasil uji empiris pengaruh antara persepsi resiko terhadap motivasi berinvestasi nasabah, menunjukkan nilai *t* hitung 2,656 dan *p value* (Sig.) sebesar 0.009 yang di bawah *alpha* 5%. Artinya bahwa persepsi resiko berpengaruh terhadap motivasi berinvestasi nasabah.

Hasil penelitian ini mendukung teori yang melandasinya, bahwa semakin tinggi tingkat persepsi resiko yang diberikan, semakin tinggi pula keinginan masyarakat untuk menginvestasikan dananya di bank syariah. Koefisien regresi sebesar 0,579 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena memiliki tanda +) 1% pada persepsi resiko, maka akan meningkatkan minat berinvestasi sebesar 57,9%, demikian pula jika terjadi sebaliknya. Dengan demikian, bagi hasil merupakan variabel bebas yang benar-benar berpengaruh secara signifikan terhadap minat berinvestasi.

c) Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Investasi

Dalam penelitian ini, hasil perhitungan statistik pengaruh kepercayaan terhadap minat berinvestasi nasabah dengan data yang diterima melalui pengisian kuesioner dari responden, menunjukkan nilai t hitung sebesar 2,857 dan p value (Sig.) 0.005, yang berada di bawah α 5%. Hal ini berarti bahwa, terdapat pengaruh yang signifikan antara kepercayaan terhadap minat berinvestasi nasabah.

Hasil perhitungan ini mendukung teori yang melandasinya, bahwa kepercayaan seseorang sangat besar pengaruhnya terhadap sikap dan perilaku serta tindakan yang mungkin akan diperbuatnya. Koefisien regresi sebesar 0,412 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena memiliki tanda +) 1% pada kepercayaan, maka akan meningkatkan minat berinvestasi sebesar 41,2%, demikian pula jika terjadi sebaliknya. Dengan demikian, kepercayaan merupakan variabel bebas yang benar-benar berpengaruh secara signifikan terhadap minat berinvestasi.

2. Uji Simultan

Uji simultan ini, bertujuan untuk menguji atau mengkonfirmasi hipotesis yang menjelaskan “terdapat pengaruh bersama-sama antara bagi hasil, persepsi resiko dan kepercayaan terhadap minat berinvestasi.”

Tabel 4.11.
Hasil Uji Simultan

| Model | F-Hitung | Sig. | Keterangan |
|---|-----------------|-------------|---------------------|
| Pengaruh bagi hasil, persepsi resiko dan kepercayaan terhadap minat investasi | 5,057 | 0,003 | Hipotesis di terima |

Sumber : Data primer yang diolah, 2016.

Uji simultan, ditunjukkan dengan hasil perhitungan *F test* yang menunjukkan nilai 5,057 dengan tingkat probabilitas 0.003 yang jauh di bawah *alpha* 5% (lihat Tabel 4.11.). Hal itu berarti bahwa secara bersama-sama variabel independen (bagi hasil, persepsi resiko dan kepercayaan) berpengaruh terhadap minat berinvestasi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis nol yang menyatakan “bagi hasil, persepsi resiko dan kepercayaan secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap motivasi berinvestasi” tidak sanggup diterima (ditolak) yang berarti menerima hipotesis alternatifnya.

3. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi yang memiliki fungsi untuk menjelaskan sejauh mana kemampuan variabel independen (bagi hasil, persepsi resiko dan kepercayaan) terhadap variabel dependen. Hasil olahan statistik yang dibantu program *SPSS 16.0 for Windows* menunjukkan bahwa variabel independen hanya mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 52.6%, sedang yang 47.4% sisanya dijelaskan variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini (tidak diteliti). Untuk lebih rinci, lihat dalam Tabel 4.12. berikut ini.

Tabel 4.12
Hasil Koefisien Determinasi

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|---|-------|----------|-------------------|----------------------------|
| Pengaruh bagi hasil, persepsi resiko dan kepercayaan terhadap minat investasi | 0,738 | 0,544 | 0,526 | 2,00041 |

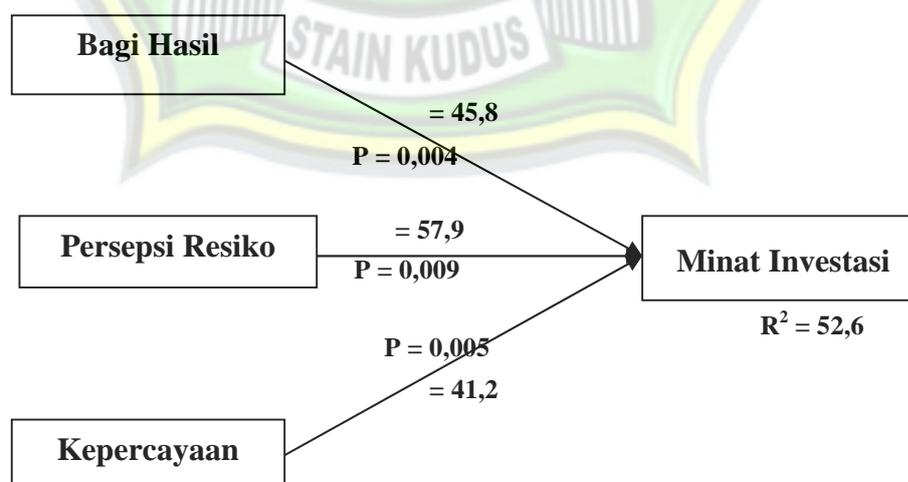
Sumber : Data primer yang diolah, 2016.

Hasil uji koefisien determinasi tersebut memberikan makna, bahwa masih terdapat variabel independen lain yang mempengaruhi minat nasabah berinvestasi pada produk *mudharabah*. Variabel tersebut antara lain berada pada tingkat pendapatan, lokasi, status dan pengetahuan terhadap bank syariah maupun variabel lainnya. Untuk itu perlu pengembangan penelitian lebih lanjut, terkait dengan topik ini.

F. Pembahasan

Pengaruh masing-masing variabel independen (bagi hasil, persepsi resiko dan kepercayaan) terhadap variabel dependen (minat berinvestasi) dapat dijelaskan sebagai berikut:

Gambar 4.4.
Bagan Hasil Penelitian



1. Pengaruh bagi hasil terhadap Minat Investasi *Mudharabah*

Variabel bagi hasil memiliki pengaruh terhadap minat investasi *Mudharabah* nasabah BNI Syariah Cabang Kudus ini dibuktikan dari hasil pengolahan komputer dengan menggunakan SPSS versi 16 dapat diketahui bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Hal ini terlihat nilai t_{hitung} sebesar 1,953 > t_{tabel} sebesar 1,660. Dan mempunyai nilai p sebesar 0,458 dan nilai signifikan 0,004 berarti taraf signifikansi di bawah 5% artinya H_a diterima, H_0 ditolak. Dengan demikian hipotesis adanya pengaruh antara persepsi bagi hasil terhadap minat Investasi *Mudharabah* BNI Syariah Cabang Kudus terbukti signifikan dan diterima.

Persepsi bagi hasil yang diterima nasabah sebagai salah satu indikator dari keputusan investasi merupakan sarana untuk mengukur seberapa besar minat berinvestasi nasabah. Semakin tinggi bagi hasil maka semakin tinggi minat nasabah untuk berinvestasi.

Bagi hasil merupakan dimana kedua belah pihak akan berbagi keuntungan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati dimana bagi hasil mensyaratkan kerjasama pemilik modal dengan usaha/kerja untuk kepentingan yang saling menguntungkan kedua belah pihak, sekaligus untuk masyarakat. Bagi hasil merupakan sistem pembagian keuntungan antara *mudharib* dan *shohibul mall* menurut kesepakatan yang telah disepakati sebelumnya.¹⁶ Bagi hasil merupakan *expected return* bagi kedua belah pihak (*shohibul mall* dan *mudhorib*) atas kerjasama yang dilakukannya berpengaruhnya bagi hasil terhadap minat investasi.

Adapun hasil penelitian ini terukur pada indikator penelitian sebagai berikut:

a) Bagi hasil yang diterima nasabah menguntungkan:

BNI Syariah memberikan bagi hasil yang cukup real pada nasabah investasi dengan sistem *mudharabah*, hal ini ditunjukkan dengan persepsi responden dengan rata-rata jawaban responden tentang

¹⁶ Zainul Arifin, *Memahami Bank Syari'ah*, Jakarta, Alfabeta, 1999, hlm.. 112.

indikator tersebut setuju, hal ini menunjukkan bahwa nasabah nasabah merasa cukup puas dengan hasil yang share oleh BNI syariah cabang Kudus, hal ini akan berpengaruh pada minat nasabah yang lain, dengan puasnya nasabah maka akan cenderung percaya dan akan menabuh investasinya, atau dengan memebagi pengalamannya dengan nasabah lain

b) Pelayanan terhadap nasabah tidak bertele-tele dan cepat:

Persepsi indikator pelayanan terhadap nasabah yang tidak bertele-tele menunjukan hasil yang cukup tinggi karena sebagian besar responden menyatakan setuju. Hal ini ditunjukan dengan kinerja yang baik oleh para karyawan BNI Syariah cabang Kudus yang selalu sigap dan tanggap keluhan nasabah atau saat sedang melayani nasabah investasi *Mudharabah*, dengan sabar menjelaskan dan menjawab pertanyaan nasabah tentang produk investasi *mudharabah* karena pada dasarnya konsep tersebut belum banyak orang awam yang mengerti, Hal tersebut akan membuat nasabah faham dan akan yakin jika akan meng investasikan hartanya, dan pengalaman yang baik akan mempengaruhi suasana hati dan akan membagi pengalaman dengan nasabah lain jika ada yang ini berinvestasi. Karena minat sangat di pengaruhi oleh informasi yang positif.

c) Produk layanan perbankan yang ditawarkan berguna bagi nasabah:

Pesepssi jawaban responden tentang manfaat produk investasi *Mudharabah* menunjukan hasil yang tinggi dimana jawaban para responden sebagian besar menjawab setuju, hal ini pun di perkuat bahwa produk investasi *mudharabah* bukan hanya bermanfaat bagi *mundharib* saja tetapi juga bermanfaat bagi orang lain yang akan memanfaatkan jasa pinjaman *mudharabah*, jadi konsep *maslahat* tercapai

d) Nisbah bagi hasil proporsional

Pesepssi jawaban responden tentang proposional nilai nisbah yang dibagi menunjukan nilai yang tinggi dimana jawaban para responden sebagian besar menjawab setuju, hal ini ditunjukan bahwa setiap

nasabah menerima porposional bagi hasil yang di tetapkan pada waktu akad, dan banyak yang nasabah yang tidak menolaknya. Dari hasil kajian ini makan kepuasan nasabah cukup menarik minat untuk nasabah berinvestasi.

Pada dasarnya essensi dari bunga dan bagi hasil adalah pengakuan adanya minat untuk memperoleh keuntungan atas tabungan yang dilakukan oleh para penabung. Artinya sikap *economic rational* tidak disalahkan oleh teori bunga kapitalis, juga tidak dilarang oleh agama. Persoalan yang muncul adalah bagaimana upaya meng-Islamkan bunga, yang selanjutnya akan dijadikan dasar dalam pemberian bagi hasil bank syariah terhadap para nasabahnya.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa perubahan yang terjadi pada minat nasabah berinvestasi pada produk *mudharabah* dalam pengujian ini sangat tergantung dari perubahan bagi hasil. Artinya, berdasarkan hasil pengujian terhadap 98 nasabah yang tercatat di PT. BNI Syariah Kantor Cabang Kudus tidak ditemukan adanya bukti untuk menolak H_0 bahwa bagi hasil berpengaruh terhadap motivasi nasabah berinvestasi pada produk *mudharabah*, hasil sesuai hasil penelitian Raihanah¹⁷ bahwa bagi hasil meningkatkan minat menabung.

2. Pengaruh persepsi resiko terhadap minat investasi *Mudharabah*

Variabel Persepsi resiko memiliki pengaruh terhadap minat investasi *Mudharabah* nasabah BNI Syariah Cabang Kudus ini dibuktikan dari hasil pengolahan komputer dengan menggunakan SPSS versi 16 dapat diketahui bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Hal ini terlihat nilai t_{hitung} sebesar 2,656 > t_{tabel} sebesar 1,660. Dan mempunyai nilai α sebesar 0,579 dan nilai signifikan 0,009 berarti taraf signifikansi di bawah 5% artinya H_0 diterima, H_1 ditolak. Dengan demikian hipotesis adanya pengaruh antara persepsi resiko terhadap minat Investasi *Mudharabah* BNI Syariah Cabang Kudus terbukti signifikan dan diterima.

¹⁷ *Ibid*

Menurut Dowling dan Staelin dalam Pavlou, kalau persepsi resiko itu meningkat dari sekedar informasi sampai pada keputusan pembelian produk (transaksi), resiko diasosiasikan dengan kepercayaan (kepercayaan).¹⁸ Dalam penelitian ini indikator resiko dilihat dari tindakan yang dilakukan oleh bank untuk memperkecil resiko dari penggunaan *internet banking*, diharapkan tindakan yang dilakukan oleh bank untuk memperkecil resiko akan berdampak positif pada minat konsumen untuk menggunakan produk investasi yang di yang ditawarkan.

Persepsi konsumen mengenai berbagai resiko, tergantung pada orang, produk, situasi, dan budaya. Resiko adalah suatu keadaan *uncertainty* yang dipertimbangkan orang untuk memutuskan atau tidak melakukan transaksi suatu produk investasi. Orang-orang benar-benar mempertimbangkan jarak dan suasana impersonal dalam transaksi investasi dan infrastruktur global yang banyak mengandung unsur resiko. Besarnya resiko yang dirasakan tergantung pada konsumen tertentu. Beberapa konsumen cenderung merasakan tingkat resiko yang tinggi pada berbagai situasi konsumsi; konsumen lain cenderung merasakan resiko yang kecil.

Adapun hasil penelitian pengaruh persepsi resiko terhadap minat investasi mudharabah di ukur dengan indikator di bawah ini:

- a) Risiko Fungsional adalah risiko bahwa produk tidak mempunyai kinerja seperti yang diharapkan.
Menurut hasil responden bahwa responden menyatakan percaya pada pihak pengelola investasi yakni BNI Syariah bahwa dananya yang di investasikan dengan aman, karena dana diputar kembali pada sektor riil, kepercayaan responden terhadap BNI Syariah ini kan meningkatkan minat untuk berinvestasi produk *mudharabah*.
- b) Risiko Fisik adalah risiko terhadap diri dan orang lain yang dapat ditimbulkan produk.

¹⁸ Pavlou, P. A., and Fygenson, M, Understanding and Predicting Electronic Commerce Adoption: An Extension of the Theory of Planned Behavior, *MIS Quarterly*, 30.2006, hal58

Menurut jawaban responden produk Investasi *Mudharabah* BNI Syariah tidak berisiko, karena nasabah telah di beri penjelasan dengan detail saat pra akad, dan nasabah juga mengetahui dengan baik bahwa produk investasi di jamin oleh LPS, dengan keyakinan tersebut maka akan mempengaruhi minat nasabah untuk berinvestasi produk *Mudharabah*.

- c) Risiko Keuangan adalah risiko bahwa produk tidak akan seimbang dengan harganya.

Menurut jawaban responden Hal yang sangat riskan terjadi pada sebuah investasi adalah kehilangan dana yang di investasikan pada perusahaan, pada penelitian ini bahwa responden tidak merasa khawatir, was-was, dan takut akan investasi yang mereka tanam atau dana yang di investasikan tidak akan hilang karena investasinya di jamin oleh LPS, Karena BNI Syariah mejadi anggota LPS yang diawasi OJK dan DSN MUI.

- d) Risiko Sosial adalah risiko bahwa pilihan produk yang jelek dapat menimbulkan rasa malu dalam lingkungan sosial.

Dari pertanyaan penelitian ini, persepsi jawaban responden banyak yang menyatakan netral, karena responden tidak malu dan bangga meng investasikan dananya dengan akad *mudharabah*. Hal ini bukan dengan mencari keuntungan semata tetapi juga kesadaran pola perilaku Islam dalam bermuamalah, hal ini akan meningkatkan minat berinvestasi produk-produk perbankan syariah

- e) Risiko Psikologis adalah risiko bahwa pilihan produk yang jelek dapat melukai ego konsumen.

Produk Investasi *mudharabah* BNI Syariah tidak perlu di ragukan lagi dengan embel-embel bank milik pemerintah, cukup dapat di percaya dan mempunyai kredibilitas yang cukup baik, jadi hal ini dapat meningkatkan minat berinvestasi pada nasabah yang lain, dan masyarakat yang belum menjadi nasabah

- f) Risiko Waktu adalah risiko bahwa waktu yang digunakan untuk mencari produk akan sia-sia jika produk tersebut tidak bekerja seperti yang diharapkan,

Dari pertanyaan indikator resiko waktu, responden menyadari betul, sebelum memutuskan berinvestasi produk *mudharabah* ada rentang waktu dana yang di simpan jadi tidak dapat leluasan sewaktu-waktu di ambil, dengan kesadaran tersebut maka responden tidak merasa terganggu atau mersa di rugikan, makan hal ini tidak kan menghalangi minat nasabah untuk berinvestasi *mudharabah*. Selain itu kebanyakan nasabah investasi *mudharabh* menyimpan dananya untuk keperluan yang telah di rencanakana untuk masa mendatang.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa berdasarkan pengujian terhadap 98 nasabah yang tercatat di PT. BNI Syariah Kantor Cabang Kudus ditemukan adanya bukti untuk menerrima H_2 bahwa persepsi resiko mempunyai pengaruh terhadap minat nasabah berinvestasi pada produk *mudharabah*. Hal ini juga senada dengan penelitaian Yusnindar *et al* yang menyatakan bahwa persepsi reiko mempunyai pengaruh terhadap minat beli produk Fashion secara online.¹⁹

3. Pengaruh kepercayaan terhadap minat investasi *mudharabah*

Variabel kepercayaan memiliki pengaruh terhadap minat investasi *Mudharabah* nasabah BNI Syariah Cabang Kudus ini dibuktikan dari hasil pengolahan komputer dengan menggunakan SPSS versi 16 dapat diketahui bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Hal ini terlihat nilai t_{hitung} sebesar $2,857 > t_{tabel}$ sebesar 1,660. Dan mempunyai nilai sebesar 0,412 dan nilai signifikan 0,005 berarti taraf signifikansi di bawah 5% artinya H_a diterima, H_0 ditolak. Dengan demikian hipotesis adanya pengaruh antara keprcayaan terhadap minat Investasi *Mudhrabah* BNI Syariah Cabang Kudus terbukti signifikan dan diterima.

Mengetahui reputasi / citra perusahaan yang baik serta kredibilitas

¹⁹ *Ibid*, hal 329

yang tinggi merupakan hal yang penting untuk dipertimbangkan dalam memilih sebuah bank sebagai tempat berinvestasi. Semakin besar kepercayaan terhadap suatu bank semakin besar pula minat nasabah untuk berinvestasi.

Menurut Mayer *et al* faktor yang membentuk kepercayaan seseorang terhadap yang lain ada tiga yaitu kemampuan (*ability*), kebaikan hati (*benevolence*), dan integritas (*integrity*). Mayer menyatakan bahwa semakin padai dan semakin lihai perusahaan/ penjual mengemas kepercayaan produk maka konsumen atau nasabah akan berminat untuk membeli kembali (berinvestasi kembali).²⁰

Adapun yang menunjukkan dengan hasil jawaban responden pada pengaruh kepercayaan terhadap minat investasi mudharabah pada BNI Syariah cabang Kudus yaitu, diuraikan masing-masing item indikator sebagai berikut

a) Kemampuan (*Ability*)

Kemampuan mengacu pada kompetensi dan karakteristik penjual/organisasi dalam mempengaruhi dan mengotorisasi wilayah yang spesifik. Dalam hal ini, bagaimana penjual mampu menyediakan, melayani, sampai mengamankan transaksis dari gangguan pihak lain. Artinya bahwa konsumen memperoleh jaminan kepuasan dan keamanan dari penjual dalam melakukan transaksi. Kim *et al* menyatakan bahwa *ability* meliputi kompetensi, pengalaman, pengesahan institusional, dan kemampuan dalam ilmu pengetahuan.²¹

Menurut jawaban responden penelitian yang menyatakan kemampuan dan pengalaman BNI Syariah dalam perbankan Syariah memang belum begitu lama, tetapi ditopang dengan BNI konven yang telah lama maka para nasabah tidak perlu meragukan lagi akan performa dalam pengelolaan dana Investasinya, hal ini

²⁰ *Ibid*, hal 720

²¹ Kim, D. J., Ferrin, D. L., dan Rao, H. R.,. Antecedents of Consumer Trust in B-to-C Electronic Commerce, Proceedings of Ninth Americas Conference on Information Systems, 2003, hal 157

akan sangat berpengaruh terhadap minat nasabah dalam berinvestasi produk *mudharabah*

b) Kebaikan hati (*Benevolence*)

Kebaikan hati merupakan kemauan penjual dalam memberikan kepuasan yang saling menguntungkan antara dirinya dengan konsumen. Profit yang diperoleh penjual dapat dimaksimalkan, tetapi kepuasan konsumen juga tinggi. Penjual bukan semata-mata mengejar profit maksimum semata, melainkan juga memiliki perhatian yang besar dalam mewujudkan kepuasan konsumen. Menurut Kim *et al* (*benevolence* meliputi perhatian, empati, keyakinan, dan daya terima.²²

Wujud perhatian dan empati kepada para nasabah dalam mengalami kesulitan dalam pencarian informasi produk investasi *mudharabah*, di solusikan BNI Syariah dengan memberi layanan ATM dan mobile banking yang dapat diakses di mana saja dan kapan, serta adanya customer servis yang dapat diakses 24 jam, dan pelayanan nasabah dengan ramah saat transaksi di Bank, hal ini akan berpengaruh terhadap minat berinvestasi produk *mudharabah*.

c) Integritas (*Integrity*)

Integritas berkaitan dengan bagaimana perilaku atau kebiasaan penjual dalam menjalankan bisnisnya. Informasi yang diberikan kepada konsumen apakah benar sesuai dengan fakta atau tidak. Kualitas produk yang dijual apakah dapat dipercaya atau tidak. Kim *et al* mengemukakan bahwa integrity dapat dilihat dari sudut kewajaran (*fairness*), pemenuhan (*fulfillment*), kesetiaan (*loyalty*), keterus-terangan (*honestly*), keterkaitan (*dependability*), dan kehandalan (*reliability*).²³ Menurut Jawaban responden menyatakan bahwa mereka percaya terhadap produk investasi *mudharabah* yang dikeluarkan oleh BNI Syariah di karenakan memenuhi unsur

²² *Ibid*

²³ *Ibid*, hal 159

kewajaran; hasil yang di tawarkan dan resiko masih di batas kewajaran, keandalan; produk mudharabah BNI Syariah cukup baik dan kompetitif dalam pembagian hasil, keterusterangan; BNI Syariah selalu terbuka jika ada nasabah yang ingin memantau investasi mudharabah yang nasabah tanamakan. Hal ini akan meningkatkan minat nasabah untuk berinvestasi produk *mudharabah* di BNI Syariah.

Dasar pemikiran yang melandasi pengujian variabel kepercayaan dalam kaitannya dengan minat nasabah berinvestasi adalah bahwa menurut Kotler mendefinisikan “ *he set of belief, ideas, and impression that a person hold regarding an object*”. Selanjutnya mengatakan “ *people attitudes and action to eard an object are highly conditioned by that object’s image*”.²⁴ Ini memberi arti bahwa kepercayaan, ide serta impresi seseorang sangat besar pengaruhnya terhadap sikap dan perilaku serta tindakan yang mungkin akan diperbuatnya. Seseorang yang mempunyai impresi dan kepercayaan tinggi terhadap produk suatu perusahaan tidak akan berpikir panjang untuk membeli dan menggunakan produknya bahkan boleh jadi akan menjadi konsumen yang loyal.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa berdasarkan pengujian terhadap 98 nasabah yang tercatat di PT. BNI Syariah Kantor Cabang Kudus tidak ditemukan adanya bukti untuk menolak Ha3 bahwa kepercayaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap motivasi nasabah berinvestasi pada produk *mudharabah*. Hal ini juga senada dengan penelitaian Yusnindar *et al* yang menyatakan bahwa kepercayaan mempunyai pengaruh terhadap minat beli produk Fashion secara online.²⁵

²⁴ Philip Kotler, *Marketing Management*, The Millenium Edition, New Jersey, Prentice Hlm.1, Inc, 2000, hlm.. 42.

²⁵ Ibid, hal 329