

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Deskriptif Identitas Responden

Gambaran umum responden adalah menggambarkan kondisi dan keadaan responden. Berikut ini akan dikemukakan mengenai gambaran umum responden melalui bentuk tabel agar keadaan dan kondisi dari responden dapat terlihat dengan jelas serta keterangan-keterangan mengenai tabel. Dan karakteristik ini diperoleh dari kuesioner, dalam penelitian ini respondennya sebanyak 87 orang jika dilihat dari jenis kelamin dan Usia.

1. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Distribusi data responden berdasarkan jenis kelamin bertujuan untuk menguraikan identitas responden berdasarkan jenis kelamin responden yang dijadikan sampel penelitian. Deskripsi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin disajikan pada tabel 4.1 berikut ini:

Tabel 4. 1. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin Responden	Frekuensi	
	Jumlah Orang	Persentase (%)
Laki-Laki	20	23,0
Perempuan	67	77,0
Total	87 orang	100 %

Sumber : Output SPSS yang diperoleh, 2023

Berdasarkan hasil data yang telah diolah pada tabel 4.1, dapat dilihat bahwa total responden sebanyak 87 orang, responden laki-laki sebanyak 23,0%, dan responden perempuan sebanyak 77,0%. Jadi dapat diketahui dengan jelas bahwasannya mayoritas responden adalah Perempuan.

2. Data Responden Berdasarkan Usia

Distribusi data responden berdasarkan usia bertujuan untuk menguraikan identitas responden berdasarkan usia responden yang dijadikan sampel penelitian. Deskripsi karakteristik responden berdasarkan usia disajikan pada tabel 4.2 berikut ini:

Tabel 4. 2. Distribusi Responden Berdasarkan Usia

Umur Responden	Frekuensi	
	Jumlah Orang	Persentase (%)
20	17	19,5 (%)
21	40	46 (%)
22	27	31 (%)
23	3	3,4 (%)
Total	87	100 (%)

Sumber : Output SPSS yang diperoleh, 2023

Tabel 4.2 menunjukkan bahwa distribusi responden berusia 20 tahun berjumlah 17 orang (19,5%), responden berusia 21 tahun berjumlah 40 orang (46%), responden berusia 22 tahun berjumlah 27 orang (31%), dan responden berusia 23 tahun berjumlah 3 orang (3,4%). Artinya responden yang menjadi data pada penelitian ini mayoritas berumur 21 tahun.

B. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah ketepatan dan kecermatan data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan item-item

dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan variabel.²⁸ Item kuisisioner dinyatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, dengan membandingkan nilai r_{tabel} untuk degree of freedom (df) = $n-2$ dengan alpha 0,05. Dalam hal ini n adalah jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu 87, maka (df) = $87-2 = 85$, dengan tingkat signifikansi 0,05 r_{tabel} pada penelitian ini adalah 0,2108.

Tabel 4. 3. Hasil Uji Validitas Pengetahuan Produk

Variabel	item	R hitung	R tabel	Ket
Pengetahuan Produk(XI)	X1. 1	0,836	0,2108	Valid
	X1. 2	0,810	0,2108	Valid
	X1. 3	0,845	0,2108	Valid
	X1.4	0,842	0,2108	Valid
	X1.5	0,877	0,2108	Valid
	X1.6	0,863	0,2108	Valid

Sumber : Output SPSS yang diperoleh, 2023

Berdasarkan tabel 4.3 menunjukkan nilai r hitung pada setiap item pernyataan Variabel Pengetahuan Produk lebih besar dari r tabel (0,2108) maka setiap item pernyataan dinyatakan valid.

Tabel 4. 4. Hasil Uji Validitas Minat

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Ket
Minat (Z)	Z 1.1	0,643	0,2108	Valid
	Z 1. 2	0,803	0,2108	Valid
	Z 1. 3	0,786	0,2108	Valid
	Z 1.4	0,768	0,2108	Valid

²⁸ Sugiyono, "Metode Penelitian Bisnis", (Bandung: Alfabeta, 2012), 125

	Z 1. 5	0,786	0,2108	Valid
	Z 1. 6	0,830	0,2108	Valid
	Z 1. 7	0,851	0,2108	Valid
	Z 1. 8	0,851	0,2108	Valid

Sumber : Output SPSS yang diperoleh, 2023

Berdasarkan tabel 4.4 menunjukkan nilai r hitung pada setiap item pernyataan Variabel Minat lebih besar dari r tabel (0,2108) maka setiap item pernyataan dinyatakan valid.

Tabel 4. 5. Hasil Uji Validitas Keputusan Menabung

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Ket
Keputusan Menabung	Y 1. 1	0,894	0,2108	Valid
	Y 1. 2	0,802	0,2108	Valid
	Y 1. 3	0,861	0,2108	Valid
	Y 1. 4	0,839	0,2108	Valid
	Y 1. 5	0,792	0,2108	Valid

Sumber : Output SPSS yang diperoleh, 2023

Berdasarkan tabel 4.5 menunjukkan nilai r hitung pada setiap item pernyataan Variabel Keputusan Menabung lebih besar dari r tabel (0,2108) maka setiap item pernyataan dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Untuk mengukur reliabilitas dalam penelitian ini, peneliti menggunakan koefisien Alpha (α) dari Cronbach Alpha. Instrument untuk pengukuran setiap variabel dikatakan reliable jika cronbach alpha $> 0,70$.

Tabel 4. 6. Hasil Uji Reliabilitas

Reliabilitas			
Variabel	Cronbach Alpha	R tabel	Ket
Pengetahuan Produk (X1)	0,920	0,70	Reliable
Minat (Z)	0,911	0,70	Reliable
Keputusan Menabung(Y)	0,891	0,70	Reliable

Sumber : Output SPSS yang diperoleh, 2023

Berdasarkan tabel 4.6 uji reliabilitas di atas dapat diketahui dari setiap variabel masing-masing memperoleh nilai Cronbach Alpha $> 0,70$. Dapat disimpulkan bahwa hasil dari data tiap variabel dinyatakan reliable, sehingga dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

C. Hasil Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi memiliki distribusi normal atau tidak. Untuk menguji normalitas residual penelitian menggunakan Kolmogorov-smirnov. Pengujian normalitas ini dilakukan dengan melihat nilai signifikansi $> 0,05$ tabel maka data tersebut dikatakan berdistribusi normal.

Tabel 4. 7. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Unstandardized Residual	Unstandardized Residual
N		87	87
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000	,0000000
	Std. Deviation	,39614820	,37801029
Most Extreme Differences	Absolute	,078	,075
	Positive	,078	,075
	Negative	-,063	-,071
Test Statistic		,078	,075
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}	,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Based on 10000 sampled tables with starting seed 926214481.

Sumber : Output SPSS yang diperoleh, 2023

Berdasarkan Tabel 4.7 menunjukkan nilai Sig. (2-tailed) untuk kedua model sama-sama sebesar 0,200 lebih besar dari alpha ($\alpha = 0,05$). Nilai tersebut dapat menunjukkan bahwa data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinieritas yaitu adanya hubungan linear antara variabel independen dalam model regresi.²⁹ Uji multikolinieritas dapat dilakukan dengan melihat VIF (Variance

²⁹Zakiy.

Inflation Factor) dan nilai tolerance. Tidak terjadi multikolinieritas jika nilai VIF $< 10,00$ dan nilai tolerance $> 0,100$.

Tabel 4. 8. Uji Multikolinieritas Tolerance dan VIF

Variabel	Persamaan 1		Persamaan 2	
	Tolerance	VIF	Tolerance	VIF
Pengetahuan Produk	1,00	1,00	0,281	3,554
Minat			0,281	3,554

Sumber : Output SPSS yang diperoleh, 2023

Pada tabel 4.8 diketahui bahwa nilai tolerance persamaan 1 dan persamaan 2 seluruh variabel memiliki nilai tolerance $> 0,100$ dan nilai VIF (Variance Inflation Factor) $< 10,00$ sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas.

c. Uji Heterokedastisitas

Heterokedastisitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah model regresi yang dibangun peneliti terjadi ketidaksamaan *variance* antar pengamatan residual. Model regresi yang baik adalah model regresi yang tidak terjadi masalah atau gangguan heteroskedastisitas. Berikut ialah hasil uji heterokedastisitas penelitian ini:

Tabel 4. 9. Uji Heterokedesitas Persamaan 1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,543	,129		4,224	,000
	average_x	-,063	,033	-,204	-1,920	,058

a. Dependent Variable: absres1

Sumber : Output SPSS yang diperoleh, 2023

Pada tabel 4.9 diketahui bahwa Pada persamaan 1 nilai Sig. > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa persamaan 1 tidak terjadi heterokedastisitas.

Tabel 4. 10. Uji Heterokedasitas Persamaan 2

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,223	,137		1,631	,107
	average_x	,088	,061	,293	1,445	,152
	average_m	-,074	,067	-,223	-1,098	,275

a. Dependent Variable: absres2

Sumber : Output SPSS yang diperoleh, 2023

Pada tabel 4.10 diketahui bahwa Pada persamaan 2 nilai Sig. > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa persamaan 2 tidak terjadi heterokedastisitas.

d. Uji Linearitas

Uji Lineritas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Uji lineritas ditunjukkan dengan membandingkan signifikansi yang diperoleh dari analisis (Sig). Hasil signifikansi < 0,05 dengan $\alpha = 0,05$ menunjukkan linieritas.³⁰

³⁰ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). (Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro), Hlm 159.

Tabel 4. 11. Uji Linearitas Pengetahuan Produk dan Minat**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Average_ym * average_x	Between Groups	(Combined)	36,418	16	2,276	13,805	,000
		Linearity	34,463	1	34,463	209,026	,000
		Deviation from Linearity	1,955	15	,130	,791	,684
	Within Groups		11,541	70	,165		
	Total		47,959	86			

Sumber : Output SPSS yang diperoleh, 2023

Berdasarkan tabel 4.11 di atas, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi Linearity sebesar 0,000. Karena signifikansi kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel Pengetahuan Produk dan Minat terdapat hubungan yang linier.

Tabel 4. 12. Uji Linearitas Pengetahuan Produk dan Keputusan**Menabung ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
average_y * average_x	Between Groups	(Combined)	42,289	16	2,643	15,029	,000
		Linearity	40,670	1	40,670	231,251	,000
		Deviation from Linearity	1,619	15	,108	,614	,854
	Within Groups		12,311	70	,176		
	Total		54,600	86			

Sumber : Output SPSS yang diperoleh, 2023

Berdasarkan tabel 4.12 di atas, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi Linearity sebesar 0,000. Karena signifikansi kurang dari

0,05 maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel Pengetahuan Produk dan Keputusan Menabung terdapat hubungan yang linier.

Tabel 4. 13. Uji Linearitas Minat dan Keputusan Menabung

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
average_y * average_m	Between Groups	(Combined)	40,933	19	2,154	10,562	,000
		Linearity	37,034	1	37,034	181,556	,000
		Deviation from Linearity	3,899	18	,217	1,062	,408
	Within Groups		13,667	67	,204		
	Total		54,600	86			

Sumber : Output SPSS yang diperoleh, 2023

Berdasarkan tabel 4.13 di atas, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi Linearity sebesar 0,000. Karena signifikansi kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel Minat dan Keputusan Menabung terdapat hubungan yang linier.

a. Analisis Jalur

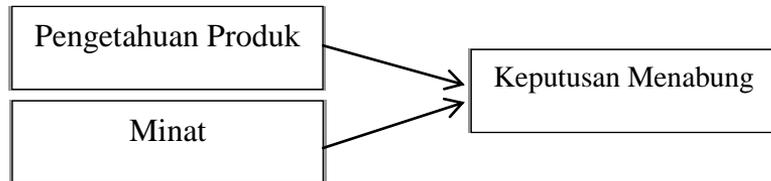
1. Analisis Substruktural 1

Berdasarkan metode penelitian analisis jalur telah ditentukan persamaan struktural 1 sebagai berikut:

$$Y(KM) = \beta(X1) + \beta(Z) + e1$$

Model diagram jalur berdasarkan persamaan struktural 1 digambarkan sebagai berikut:

Gambar 4.1
Diagram Jalur Persamaan Struktural 1
Pengaruh Pengetahuan Produk, dan Minat terhadap
Keputusan Menabung



Sumber : Data diolah, 2023

Tabel 4. 14. Pengaruh Pengetahuan Produk dan Minat
Terhadap Keputusan Menabung

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,880 ^a	,775	,770	,38248

a. Predictors: (Constant), average_m, average_x

b. Dependent Variable: average_y

Sumber : Output SPSS yang diperoleh, 2023

Pada tabel 4.14 besarnya nilai R Square dapat dilihat bahwa pengetahuan Produk dan Minat terhadap Keputusan Menabung sebesar 0, 770. Adapun untuk mengetahui kelayakan suatu model regresi yang digunakan, ditampilkan angka-angka dari tabel ANOVA berikut ini:

Tabel 4. 15. Uji F Persamaan 1ANOVA dengan Nilai F dan

Sig

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	42,311	2	21,155	144,609	,000 ^b

	Residual	12,289	84	,146		
	Total	54,600	86			

a. Dependent Variable: average_y

b. Predictors: (Constant), average_m, average_x

Sumber : Output SPSS yang diperoleh, 2023

Pada tabel Anova 4.15 terdapat Fhitung dan nilai signifikansinya. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_a diterima dan H_o ditolak dan juga sebaliknya $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_o diterima dan H_a ditolak. Dari hasil perhitungan, diperoleh F_{hitung} sebesar $144,609 > F_{tabel}$ sebesar $3,11$, yang berarti H_a diterima dan H_o ditolak. Artinya ada pengaruh Pengetahuan Produk, dan Minat secara simultan terhadap keputusan menabung pada Bank Syariah Indonesia.

Tabel 4. 16. Uji t Persamaan 1
Pengaruh Pengetahuan Produk dan Minat terhadap
Keputusan Menabung

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,330	,212		1,556	,123		
	average_x	,571	,095	,586	6,006	,000	,281	3,554
	average_m	,349	,104	,327	3,349	,001	,281	3,554

a. Dependent Variable: average_y

Sumber : Output SPSS yang diperoleh, 2023

Variabel dinyatakan berpengaruh apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_a diterima dan H_o ditolak, begitu juga sebaliknya jika

$t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Besarnya t_{tabel} dengan signifikansi 0.05 dan $df = (n-2) = (87-2) = 85$. Dari ketentuan tersebut diperoleh t -tabel sebesar 1,988. Pengaruh Pengetahuan Produk dan Minat terhadap Keputusan Menabung adalah sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh t_{hitung} dari variabel Pengetahuan Produk sebesar $6,006 > t_{tabel}$ 1,988, sehingga H_a diterima dan H_0 ditolak. Artinya Pengetahuan Produk memiliki pengaruh positif terhadap Keputusan Menabung dengan signifikansi $0.000 < 0,05$.
- 2) Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh t_{hitung} dari variabel Minat sebesar $3,349 > t_{tabel}$ 1,988, sehingga H_a diterima dan H_0 ditolak. Artinya Minat memiliki pengaruh positif terhadap Keputusan Menabung dengan signifikansi $0.001 < 0.05$.

2. Analisis Substruktural II

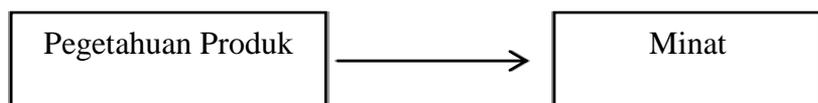
Berdasarkan metode penelitian analisis jalur telah ditentukan persamaan struktural 2 sebagai berikut:

$$Z(M) = \beta (X1) + e1 \text{ (Persamaan Struktural 2)}$$

Gambar 4.2

Diagram Jalur Persamaan Struktural 2

Pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Minat



Sumber : Data diolah, 2023

**Tabel 4. 17 Uji Koefisien Determinasi Persamaan 2
Pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Minat**

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,848 ^a	,719	,715	,39847

a. Predictors: (Constant), average_x

b. Dependent Variable: average_m

Sumber : Output SPSS yang diperoleh, 2023

Pada tabel 4.17 besarnya nilai dari R Square dapat dilihat bahwa pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Minat sebesar 0,719. Adapun untuk mengetahui kelayakan suatu model regresi yang digunakan, ditampilkan angka-angka dari tabel ANOVA berikut ini:

**Tabel 4. 18. Uji F Persamaan 2
ANOVA dengan Nilai F dan Sig**

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	34,463	1	34,463	217,050	,000 ^b
	Residual	13,496	85	,159		
	Total	47,959	86			

a. Dependent Variable: average_m

b. Predictors: (Constant), average_x

Sumber : Output SPSS yang diperoleh, 2023

Pada tabel Anova 4.18 terdapat hasil perhitungan *output* dengan Fhitung 217,05 dan Ftabel 3,95. Apabila Fhitung > Ftabel, maka Haditerima dan Ho ditolak dan juga sebaliknya jika Fhitung < Ftabel, maka Hoditerima dan Ha ditolak. Artinya ada pengaruh Pengetahuan Produk secara

simultan terhadap Minat Menabung pada Bank Syariah Indonesia.

Tabel 4. 19. Uji T Persamaan 2
Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Minat

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,779	,204		3,817	,000		
	average_x	,774	,053	,848	14,733	,000	1,000	1,000

a. Dependent Variable: average_m

Sumber : Output SPSS yang diperoleh, 2023

Variabel dinyatakan berpengaruh apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sebaliknya apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Besarnya t_{tabel} dengan signifikansi 0.05 dan $dk(n-2) = (87-2) = 85$. Dari ketentuan tersebut diperoleh t_{tabel} sebesar 1,988. Pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Minat adalah sebagai berikut:

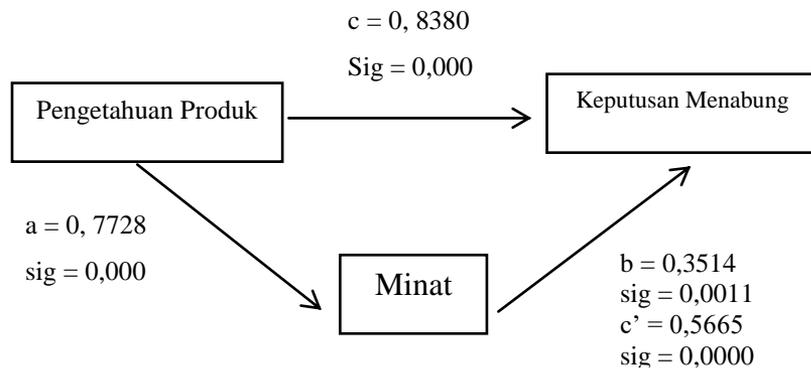
Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh t_{hitung} dari variabel Pengetahuan Produk sebesar 14,733 $>$ t_{tabel} 1,981, sehingga H_a di terima dan H_0 ditolak. Artinya Pengetahuan Produk memiliki pengaruh positif terhadap Minat dengan signifikansi $0.000 < 0.05$.

b. Pengujian Variabel Mediasi

1) Strategi Causal Step (Pengaruh Pengetahuan Terhadap Keputusan Menabung yang dimediasi oleh Minat)

Gambar 4.3

Pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Menabung yang dimediasi oleh Minat



Sumber : Data diolah, 2023

$$Y (\text{Keputusan Menabung}) = \beta \text{Pengetahuan Produk} + \beta \text{Minat} + e$$

Tiga persamaan regresi yang harus diestimasi dalam *strategical causal step* antarlain:

1. Persamaan regresi sederhana variabel intervening Minat pada variabel independen Pengetahuan Produk. Hasil analisis ditemukan bukti bahwa Pengetahuan Produk signifikan terhadap Minat dengan nilai signifikansi $0,0000 < 0,05$ dan koefisien regresi $(a) = 0,7728$
2. Persamaan regresi sederhana variabel dependen Keputusan Menabung pada variabel independen Pengetahuan Produk. Hasil analisis ditemukan bukti bahwa Pengetahuan Produk signifikan terhadap

Keputusan Menabung dengan nilai signifikansi sebesar $0,0000 < 0,05$ dan koefisien regresi (c) = 0,8380

3. Persamaan regresi berganda variabel dependen Keputusan Menabung pada variabel independen Pengetahuan Produk serta variabel intervensi Minat. Hasil analisis ditemukan bahwa Minat signifikan terhadap Keputusan Menabung setelah mengontrol Pengetahuan Produk dengan nilai signifikansi $0,0011 < 0,05$ dan koefisien regresi (b) = 0,3514. Selanjutnya ditemukan direct effect c sebesar $0,5665 < 0,8380$. Pengaruh variabel independen Pengetahuan Produk terhadap variabel dependen Keputusan Menabung dengan signifikansi $0,0000 < 0,05$ setelah mengontrol variabel intervensi Minat. Dapat disimpulkan bahwa model ini termasuk ke dalam *Partial Mediation*, artinya variabel independen mampu mempengaruhi variabel dependen secara signifikan melalui variabel mediator ataupun tidak.

c. Perhitungan Pengaruh

1. Pengaruh Langsung (*direct effect atau DE*)

1. Pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Menabung

$$X_1 \longrightarrow Y = 0,571$$

Pengaruh langsung antara Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Menabung adalah sebesar 0,571.

2. Pengaruh Minat terhadap Keputusan Menabung

$$Z \longrightarrow Y = 0,349$$

Pengaruh langsung antara Minat terhadap Keputusan Menabung adalah sebesar 0,349.

3. Pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Minat

$$X1 \longrightarrow M = 0,774$$

Pengaruh langsung antara Pengetahuan Produk terhadap Minat adalah sebesar 0,774.

2. Pengaruh Tidak Langsung (*indirect effect atau IE*)

1. Pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Keputusan melalui Minat.

$$X1 \longrightarrow Z \longrightarrow Y = (0,774 \times 0,349) = 0,270$$

Pengaruh tidak langsung antara Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Menabung melalui Minat adalah sebesar 0,270.

3. Pengaruh Total (*total effect*)

1. Pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Menabung melalui Minat

$$X1 \longrightarrow Z \longrightarrow Y = (0,774 + 0,349) = 1,123$$

Jadi total pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Menabung melalui Minat adalah sebesar 1,123.

Tabel 4. 20. Rekapitulasi Hasil Penelitian

No	Hipotesis	Hasil Penelitian
1.	H1 : Pengetahuan Produk berpengaruh terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah Indonesia.	“Pengetahuan Produk berpengaruh terhadap Keputusan Menabung, dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} 6,006 > t_{tabel} 1,988$ dengan signifikansi $0.000 < 0,05$ ”
2.	H2 : Minat berpengaruh terhadap Keputusan	“Minat berpengaruh terhadap Keputusan Menabung, dibuktikan

	Menabung di Bank Syariah Indonesia.	dengan nilai $t_{hitung} 3,349 > t_{tabel} 1,988$ dengan signifikansi $0.001 < 0,05$
3	H3 : Penegetahuan Produk berpengaruh terhadap Minat di Bank Syariah Indonesia.	“Pengetahuan Produk berpengaruh terhadap Minat, dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} 14,733 > t_{tabel} 1,981$ dengan signifikansi $0.000 < 0,05$
4	H4 : Pengetahuan Produk berpengaruh terhadap keputusan menabung yang dimediasi oleh minat.	“Minat mampu memediasi antara Pengetahuan Produk terhadap keputusan menabung”

D. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Menabung pada Bank Syariah Indonesia.

Berdasarkan Uji t antara Variabel Pengetahuan Produk $6,006 > t_{tabel} 1,988$ dengan signifikansi $0.000 < 0,05$. Maka H_a diterima H_o ditolak. Dapat dinyatakan bahwa Pengetahuan Produk berpengaruh terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah Indonesia.

Hasil Penelitian ini mendukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Parastika, Titin Hartini dan Ulil Amri dengan judul “*Pengaruh Pengetahuan Produk dan Pengetahuan terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah dengan Minat Sebagai Variabel Intervening*”. Menunjukkan bahwa Pengetahuan Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menabung.³¹

³¹Parastika, Titin Hartini dan Ulil Amri

Pengetahuan Produk berpengaruh terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah Indonesia, hal ini dikarenakan melalui Pengetahuan Produk, nasabah dapat membuat keputusan menabung yang kuat. Pengetahuan tersebut dapat mendorong nasabah memutuskan produk yang sesuai dengan kebutuhan, mengorbankan waktu dan biaya, hingga keinginan untuk mempertahankan rekening tabungan yang dimiliki dan tidak akan pindah ke Bank lain selain Bank Syariah Indonesia.

2. Pengaruh Minat terhadap Keputusan Menabung pada Bank Syariah Indonesia

Berdasarkan Uji t antara variabel Minat, $t_{hitung} > t_{tabel}$, $349 > t_{tabel}$ 1,988 dengan signifikansi $0.001 < 0,05$. Maka H_a diterima H_o ditolak. Dapat dinyatakan bahwa Minat berpengaruh terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah Indonesia.

Hasil Penelitian ini mendukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nila Selviana dengan judul Pengaruh “*Pengetahuan Dan Brand Image Terhadap Keputusan Menabung Dengan Minat Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada BPRS Suriyah KC Salatiga)*.” Menunjukkan bahwa Minat berpengaruh terhadap Keputusan Menabung.³²

Berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menabung artinya pada saat Minat dari nasabah meningkat maka Keputusan Menabung juga meningkat. Hal ini karena tentunya Minat nasabah akan membentuk perilaku dari nasabah untuk memutuskan menabung di Bank Syariah Indonesia. Keputusan nasabah

³²Selviana, Nila.

yang lebih dipengaruhi oleh minat karenatentunya nasabah tidak akan memutuskan tanpa adanya minat terhadap yang diinginkan.

3. Pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Minat di Bank Syariah Indonesia

Berdasarkan Uji t antara Variabel Pengetahuan Produk 14,733 > ttabel 1,981 dengan signifikansi $0.000 < 0,05$. Maka H_a diterima H_0 ditolak. Dapat dinyatakan bahwa Pengetahuan Produk berpengaruh terhadap Minat di Bank Syariah Indonesia.

Hasil Penelitian ini mendukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Tita Octavina Fauzy, Agus Purwadi, dan Rahmad Hakim (2019), dengan judul “*Analisis Pengetahuan Tentang Perbankan Syariah Santri Pondok Pesantren Al-Itihad Mojokerto dan Pengaruhnya Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah*”. Menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia.³³

Secara langsung pengetahuan berpengaruh terhadap minat menabung. Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan mempengaruhi minat menabung di Bank Syariah Indonesia. Semakin besar pengetahuan yang diberikan, maka semakin tinggi minat masyarakat yang akan menabung di Bank Syariah Indonesia. Begitu juga sebaliknya jika semakin kecil pengetahuan yang dimiliki maka semakin rendah minat masyarakat yang menabung di Bank Syariah Indonesia.

³³ Tita Octavina Fauzy, Agus Purwadi, dan Rahmad Hakim. *Analisis Pengetahuan Tentang Perbankan Syariah Santri Pondok Pesantren Al-Itihad Mojokerto dan Pengaruhnya Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah*. Iqitishodia; Jurnal Ekonomi Syariah. Vol. 4. No. 2. (September, 2019). pp 181-206.

4. Pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Menabung yang dimediasi oleh Minat sebagai Variabel Intervening

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Pengetahuan Produk berpengaruh terhadap Keputusan Menabung dan Pengetahuan Produk berpengaruh terhadap Minat. Setelah variabel intervening dalam penelitian ini, yaitu Minat mengontrol Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Menabung maka ditemukan bukti bahwa Pengetahuan Produk berpengaruh terhadap Keputusan Menabung dengan dimediasi oleh Minat.

Hasil Penelitian ini mendukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Edi Saputra, dengan judul *“Pengaruh Pengetahuan, Promosi, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menabung Dengan Minat Menabung Sebagai Variabel Intervening”*. Menunjukkan bahwa Pengetahuan Produk berpengaruh terhadap Keputusan Menabung dan Pengetahuan Produk berpengaruh terhadap Minat di Bank Syariah Indonesia.³⁴

Hal ini karena dengan adanya Pengetahuan Produk Perbankan Syariah maka nasabah sudah mengetahui kelebihan dan kekurangan pada produk perbankan syariah tersebut sehingga nasabah lebih tertarik dan berminat untuk menabung pada bank yang diinginkannya dan dengan adanya minat tersebut semakin membuat nasabah memiliki perilaku untuk memiliki ataupun menabung pada pilihan yang dirasa sudah tepat.

³⁴Ahmad Edi Saputra.