

SIKAP KONSUMEN TERHADAP TABUNGAN SUTERA BANK BPD DIY

Burhanudin¹, Agnes Ratih Ari Indriyani²

Universitas Janabadra Yogyakarta^{1,2}

Correspondence Email : Burhanudin@janabadra.ac.id

Page | - 248 -

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perbedaan sikap konsumen terhadap tabungan sutera bank BPD DIY berdasarkan jenis kelamin, tingkat pendapatan, dan tingkat pendidikan. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 85 orang responden yang berdomisili di Kecamatan Sanden, Kabupaten Bantul, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, sedangkan teknik analisis data menggunakan *chi-square*. Hasil penelitian menunjukkan ada perbedaan sikap konsumen terhadap tabungan sutera bank BPD DIY berdasarkan jenis kelamin, ada perbedaan sikap konsumen terhadap tabungan sutera bank BPD DIY berdasarkan pendapatan, dan ada perbedaan sikap konsumen terhadap tabungan sutera bank BPD DIY berdasarkan pendidikan terakhir.

Kata kunci: sikap konsumen, tabungan sutera, jenis kelamin, pendapatan, pendidikan

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the differences in consumer attitudes towards BPD DIY Sutera bank savings based on gender, income level, and education level. The sample size in this study was 85 respondents who live in the Sanden sub-district, Bantul district, the province of the Special Region of Yogyakarta. This type of research is quantitative research. The data collection technique used a questionnaire, while the data analysis technique used the chi-square. The results showed that there were differences in consumer attitudes towards BPD DIY Sutera savings based on gender, there were differences in consumer attitudes towards BPD DIY Sutera savings based on income, and there were differences in consumer attitudes towards BPD DIY Sutera savings based on last education.

Keywords: consumer attitude, sutera savings, gender, income, education

PENDAHULUAN

Persaingan bisnis dewasa ini semakin ketat, termasuk dalam bisnis perbankan. Masing-masing bank berusaha untuk memikat konsumen dengan menawarkan berbagai produk atau pelayanannya. Di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) khususnya, banyak beroperasi bank baik bank milik pemerintah maupun milik swasta. Bank-bank tersebut telah beroperasi dari ibu kota provinsi, ibu kota kabupaten, sampai ke desa-desa dengan membuka kantor cabang, kantor kas atau unit-unit sebagai bentuk pelayanan kepada masyarakat atau nasabah. Masing-masing bank tersebut berusaha untuk menawarkan produknya, baik berupa kredit maupun simpanan kepada masyarakat.

Organisasi atau badan usaha yang kegiatannya menghimpun dana dari masyarakat kemudian menyalurkannya Kembali kepada masyarakat adalah bank. Dana yang dihimpun dari masyarakat ini akan dikelola dalam bentuk simpanan, dan dana yang disalurkan kepada masyarakat akan dikelola dalam bentuk kredit. Simpanan adalah dana yang dipercayakan oleh masyarakat kepada bank berdasarkan perjanjian penyimpanan dana dalam bentuk giro, deposito, sertifikat deposito, tabungan, dan atau bentuk lainnya. Sedangkan kredit adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam-meminjam antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi utangnya setelah jangka waktu tertentu dengan pemberian bunga (*Undang-Undang Perbankan Nomor 10, 1998*).

Untuk menghimpun dana dari masyarakat tersebut bank berupaya melakukan berbagai macam strategi agar masyarakat bersedia untuk menyimpan uangnya di bank. Salah satu strategi yang dapat digunakan oleh bank untuk menghimpun dana dari masyarakat tersebut adalah dengan promosi. Promosi ini dapat dilakukan melalui media cetak atau elektronik, perang suku bunga, dan berbagai macam kemudahan maupun memberikan hadiah yang menarik kepada para nasabah. Persaingan antar bank dalam menghimpun dana dari masyarakat semakin ketat seiring dengan bertambahnya jumlah bank. Masing-masing bank menggunakan berbagai strategi untuk memikat masyarakat agar menyimpan uangnya di bank mereka. Hal ini tidak hanya dilakukan oleh bank-bank lokal atau nasional saja, tetapi juga oleh bank-bank asing.

Salah satu bank milik pemerintah yang beroperasi di wilayah Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta adalah bank BPD DIY. Bank ini dimiliki oleh pemerintah DIY dan seluruh pemerintah kabupaten dan kota di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. Bank ini berdiri pada tanggal 15 Desember 1961. Sejak tahun 2012 bank ini berbentuk perseroan terbatas (PT). Visi bank ini adalah menjadi bank yang terpercaya, istimewa, dan menjadi pilihan masyarakat. Karena Bank BPD DIY adalah bank milik pemerintah daerah, maka salah satu misi bank ini komitmen menjadi agen pembangunan yang fokus pada UMKM, mendorong pertumbuhan ekonomi daerah, dan menjaga lingkungan. Salah satu produk bank BPD DIY adalah simpanan dalam bentuk tabungan. Salah satu jenis tabungannya adalah tabungan Sutra (sarana untuk sejahtera).

Tabungan sutra merupakan tabungan perorangan dan ditujukan kepada masyarakat di wilayah provinsi DIY. Setoran awal tabungan sutra relatif terjangkau, *online* di seluruh kantor layanan bank BPD DIY, suku bunga cukup menarik karena dihitung berdasarkan saldo harian, biaya pengelolaan rekening ringan, dilengkapi dengan ATM, disediakan hadiah yang menarik, dapat dijadikan jaminan kredit, dan dijamin oleh LPS sesuai ketentuan (*Www.Bpddiy.Co.Id. Diakses 13 Oktober, 2021*). Hal ini merupakan salah satu program pemerintah untuk mengajak masyarakat agar gemar menabung, baik masyarakat yang tinggal di daerah perkotaan maupun di desa-desa.

Untuk menghimpun dana dari masyarakat melalui tabungan tersebut, Bank BPD DIY mendirikan jaringan/kantor pelayanan, baik kantor cabang, kantor cabang pembantu maupun kantor kas, yang tersebar di wilayah DIY. Salah satu kantor cabang pembantu bank BPD DIY berlokasi di kecamatan Sanden, kabupaten Bantul. Kantor cabang pembantu Sanden ini dibangun dengan harapan agar warga yang tinggal di kecamatan Sanden dan sekitarnya, dapat melakukan transaksi dengan bank BPD DIY secara lebih dekat dan tidak perlu sampai ke ibu kota kabupaten atau ibu kota provinsi, khususnya jika ingin menabung di tabungan sutera. Keinginan masyarakat untuk menabung pada tabungan sutera dipengaruhi oleh banyak faktor. Salah satu faktor tersebut adalah sikap. Sikap konsumen dapat diartikan sebagai respon perasaan konsumen terhadap suatu objek, yang menghasilkan perasaan suka atau tidak suka terhadap objek tersebut (Tamubae, Areros, & Tatimu, 2020).

Sikap merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi masyarakat untuk menabung, khususnya pada tabungan sutera bank BPD DIY. Melalui pengalaman dan pembelajaran, orang akan memperoleh keyakinan dan sikap. Hal ini selanjutnya akan mempengaruhi perilaku pembelian (Kotler & Keller, 2016). Sikap merupakan salah satu faktor penting yang digunakan oleh para pemasar atau perusahaan untuk memahami perilaku konsumen. Sikap juga merupakan faktor penting yang mempengaruhi keputusan konsumen, sebab sikap sangat berhubungan dengan konsep kepercayaan dan perilaku (Sumarwan, 2014). Sikap mempelajari kecenderungan seseorang untuk memberikan tanggapan terhadap suatu objek, baik disenangi maupun tidak disenangi secara konsisten.

Perasaan senang atau tidak senang individu pada suatu objek merupakan representasi dari sikap (Setiadi, 2013). Perasaan senang atau tidak senang ini selanjutnya akan mempengaruhi keputusan individu. Keputusan individu tersebut dapat berupa membeli atau tidak membeli suatu produk atau merek. Sikap menempatkan kerangka pikiran seseorang untuk menyukai atau tidak menyukai terhadap suatu objek atau ide. Orang memiliki sikap terhadap politik, musik, pakaian, makanan, organisasi dan sebagainya. Jika menyukai maka orang tersebut cenderung untuk mendekati objek atau ide tersebut, dan sebaliknya jika tidak menyukai maka orang tersebut cenderung menjauhi objek atau ide tersebut (Kotler & Armstrong, 2018).

Sikap dapat didefinisikan sebagai perasaan suka atau tidak suka seseorang terhadap suatu objek. Sikap merupakan respon atau tanggapan perasaan seseorang terhadap objek tertentu. Sikap konsumen dapat diartikan sebagai tanggapan perasaan seorang konsumen baik suka maupun tidak suka terhadap objek tertentu (Sangadji & Sopiah, 2013). Sikap merupakan ungkapan perasaan seorang konsumen tentang suatu objek, apakah disukai atau tidak disukai. Sikap juga menggambarkan kepercayaan seseorang terhadap berbagai atribut dan manfaat suatu objek. Jadi sikap adalah perasaan suka atau tidak suka, senang atau tidak senang, seorang konsumen terhadap suatu objek.

Sikap terdiri dari tiga komponen yaitu komponen kognitif (kepercayaan terhadap suatu merek), komponen afektif (evaluasi merek), dan komponen konatif (maksud untuk membeli). Kepercayaan terhadap merek, evaluasi merek, dan maksud untuk membeli merupakan tiga komponen sikap. Hubungan dari ketiga komponen tersebut menggambarkan hierarki pengaruh keterlibatan tinggi, yaitu kepercayaan merek akan mempengaruhi evaluasi merek, dan evaluasi merek akan mempengaruhi maksud untuk membeli. Dari ketiga komponen sikap tersebut, evaluasi merek merupakan fokus dari telaah sikap, karena evaluasi merek merupakan ringkasan dari kecenderungan seorang konsumen untuk menyukai atau tidak menyukai terhadap merek tertentu. Evaluasi merek sesuai dengan definisi dari sikap terhadap merek, adalah kecenderungan untuk mengevaluasi merek baik disukai atau tidak disukai (Setiadi, 2013). Sikap menggambarkan evaluasi seseorang yang relatif konsisten, perasaan, dan kecenderungan terhadap suatu objek atau ide (Kotler & Armstrong, 2018).

Sikap memiliki beberapa fungsi. Adapun fungsi sikap adalah: (1) Fungsi utilitarian. Seseorang menyatakan sikapnya terhadap suatu objek, karena ingin mendapatkan manfaat atau menghindari risiko dari suatu objek atau produk. Sikap berfungsi mengarahkan perilaku untuk mendapatkan penguatan positif dan menghindari risiko. Jadi konsumen suka terhadap produk, karena produk tersebut memberikan manfaat bagi dirinya; (2) Fungsi mempertahankan ego. Sikap berfungsi untuk melindungi diri dari ancaman atau keraguan yang muncul dari internal maupun eksternal, dan meningkatkan kepercayaan diri. Misalnya seorang ibu merasa takut menjadi tua, dia melawan ketakutan tersebut dengan mengkonsumsi susu merek tertentu untuk mempertahankan egonya; (3) Fungsi ekspresi nilai. Sikap berfungsi untuk menyatakan nilai-nilai, gaya hidup, dan identitas sosial seseorang. Sikap mendeskripsikan minat, hobi, kegiatan, dan opini seseorang. Misalnya seseorang lebih suka membeli pakaian di butik daripada di pasar tradisional; dan (4) Fungsi pengetahuan. Pengetahuan yang baik mengenai suatu produk, seringkali mendorong seseorang untuk suka terhadap produk tersebut. Oleh sebab itu sikap positif seseorang terhadap suatu produk mencerminkan pengetahuan konsumen terhadap produk tersebut (Sumarwan, 2014). Untuk mengubah sikap konsumen terhadap suatu barang atau jasa, dapat menggunakan pendekatan fungsi sikap (Dwiatuti, Agustina, & Isaskar, 2012).

Untuk mengetahui bagaimana sikap masyarakat atau konsumen terhadap tabungan sutera Bank BPD DIY, maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai sikap konsumen terhadap tabungan sutera bank BPD DIY. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah: (1) untuk mengetahui perbedaan sikap konsumen terhadap tabungan sutera berdasarkan jenis kelamin; (2) untuk mengetahui perbedaan sikap konsumen terhadap tabungan sutera berdasarkan tingkat pendapatan; dan (3) untuk mengetahui perbedaan sikap konsumen terhadap tabungan sutera berdasarkan tingkat pendidikan. Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat yang tinggal di kecamatan Sanden, kabupaten Bantul, provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian yang digunakan untuk menguji teori dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Variabel yang akan diuji adalah sikap konsumen dan variabel demografi. Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei. Survei adalah strategi yang digunakan untuk memaparkan secara kuantitatif mengenai kecenderungan, sikap, atau opini dari suatu populasi dengan cara mengambil sampel (Creswell, 2014).

Metode Pengumpulan Data

Kuesioner digunakan sebagai metode pengumpulan data dalam penelitian ini. Kuesioner merupakan Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan sejumlah pertanyaan atau pernyataan secara tertulis yang diberikan kepada responden. Kuesioner dalam penelitian ini bersifat tertutup, artinya kuesioner sudah didisain sedemikian rupa, sehingga responden tinggal memilih salah satu alternatif jawaban dari setiap pertanyaan atau pernyataan yang tersedia (Sugiyono, 2013). Kuesioner diberikan secara langsung kepada responden yaitu konsumen atau nasabah tabungan sutera bank BPD DIY yang tinggal di kecamatan Sanden, kabupaten Bantul, provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

Populasi dan Sampel

Nasabah tabungan sutera bank BPD DIY yang tinggal di kecamatan Sanden, kabupaten Bantul, provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, dijadikan sebagai populasi dalam studi ini. Kriteria populasi adalah nasabah yang tinggal atau berdomisili di kecamatan Sanden, baik pria maupun wanita, dan berusia minimal 17 tahun. Adapun ukuran sampel dalam penelitian ini mengacu pada pendapat Roscoe yang dikutip oleh (Sekaran & Bougie, 2016) bahwa ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 sudah mencukupi untuk semua penelitian. Oleh sebab itu ukuran sampel dalam penelitian ini ditetapkan 85 orang responden.

Variabel Penelitian

Variabel penelitian dalam penelitian ini terdiri dari variabel sikap konsumen, jenis kelamin, pendapatan, dan pendidikan terakhir. Sikap konsumen diukur dengan 6 item pertanyaan tentang keyakinan terhadap atribut tabungan sutera bank BPD DIY dan 6 item pertanyaan mengenai evaluasi terhadap atribut tabungan sutera bank BPD DIY. Jenis kelamin terdiri dari pria dan wanita, pendidikan terakhir responden meliputi lulus SMP, SMA/SMK, diploma/sarjana muda, dan lulus sarjana. Pendapatan responden dikelompokkan menjadi kurang dari Rp 1.000.000, Rp 1.000.001 sampai dengan Rp 2.000.000, Rp 2.000.001 sampai dengan Rp 3.000.000, Rp 3.000.001 sampai dengan Rp 4.000.000, dan pendapatan lebih dari Rp 4.000.000.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari uji validitas, uji reliabilitas, dan uji hipotesis. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi Pearson, uji reliabilitas menggunakan Cronbach's alpha, dan uji hipotesis menggunakan *chi-square test*. Uji *chi-square* dalam analisis *crosstabs* digunakan untuk menguji hubungan antara variabel kolom dan baris, apakah ada hubungan atau tidak secara signifikan (Priyatno, 2012). Uji *chi-square* dalam penelitian ini digunakan untuk menguji apakah ada perbedaan atau tidak sikap konsumen terhadap tabungan sutera bank BPD DIY berdasarkan jenis kelamin, pendapatan, dan pendidikan terakhir.

HASIL PENELITIAN

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan sah atau valid jika item-item atau pertanyaan pada kuesioner mampu mengukur apa yang akan diukur (Ghozali, 2016). Kriteria uji validitas dalam penelitian ini menggunakan taraf signifikansi. Jika taraf signifikansi yang dihasilkan oleh koefisien korelasi lebih kecil dari 0,05, maka item tersebut dinyatakan valid (Mustafa, 2013). Tabel berikut menyajikan hasil uji validitas dalam penelitian ini.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Sikap Konsumen

Variabel Sikap	Nomor Item	Koefisien Korelasi	Signifikansi	Keterangan
Keyakinan terhadap Atribut Tabungan Sutera BPD DIY	1	0,733	0,000	Valid
	2	0,726	0,000	Valid
	3	0,731	0,000	Valid
	4	0,747	0,000	Valid
	5	0,762	0,000	Valid
	6	0,768	0,000	Valid
Evaluasi terhadap Atribut Tabungan Sutera BPD DIY	1	0,776	0,000	Valid
	2	0,721	0,000	Valid
	3	0,764	0,000	Valid
	4	0,779	0,000	Valid
	5	0,737	0,000	Valid
	6	0,707	0,000	Valid

Sumber: data diolah

Berdasarkan hasil uji validitas tersebut, tampak bahwa semua item baik variabel keyakinan terhadap tabungan Sutera BPD DIY maupun evaluasi terhadap tabungan Sutera BPD DIY memiliki tingkat signifikansi 0,000 ($p\text{-value} < 0,05$). Berdasarkan kriteria nilai signifikansi tersebut, maka semua item yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji selanjutnya adalah uji reliabilitas. Uji reliabilitas dilakukan dengan cara *one shot* atau pengukuran sekali saja. Dalam hal ini pengukuran hanya dilakukan hanya sekali kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. Untuk itu uji reliabilitas dalam penelitian ini diukur dengan Cronbach's alpha. Jika nilai alpha Cronbach lebih dari 0,70 maka variabel dinyatakan reliabel (Ghozali, 2016). Tabel berikut menyajikan hasil uji reliabilitas.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha
Keyakinan terhadap Atribut Tabungan Sutera BPD DIY	0,835
Evaluasi terhadap Atribut Tabungan Sutera BPD DIY	0,836

Sumber: data diolah

Berdasarkan hasil uji reliabilitas tersebut, tampak bahwa variabel keyakinan terhadap atribut tabungan sutera bank BPD DIY memiliki nilai Cronbach's alpha sebesar 0,835 dan evaluasi keyakinan terhadap atribut tabungan sutera bank BPD DIY juga memiliki nilai Cronbach's alpha 0,836. Dari hasil uji reliabilitas tersebut menunjukkan bahwa kedua variabel memiliki nilai Cronbach's alpha lebih dari 0,70, sehingga variabel yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, pendapatan perbulan, dan pendidikan terakhir. Karakteristik responden dalam penelitian ini disajikan pada tabel berikut.

Tabel 3. Karakteristik Responden

Karakteristik Responden	Kategori	Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin	Pria	46	54,1%
	Wanita	39	45,9%
Pendapatan Perbulan	Kurang dari Rp 1.000.000	23	27,1%
	Rp 1000.001 s.d. Rp 2.000.000	18	21,2%
	Rp 2.000.001 s.d. Rp 3.000.000	15	17,6%
	Rp 3.000.001 s.d. Rp 4.000.000	16	18,85%
	Lebih dari Rp 4.000.000	13	15,3%
Pendidikan Terakhir	SMP	19	22,4%
	SMA/SMK	37	43,5%
	Diploma/Sarjana Muda	13	15,3%

Sarjana/S1	16	18,8%
Total	85	100%

Sumber: data diolah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden dengan jenis kelamin pria ada 46 orang dan wanita ada 39 orang. Responden dengan pendapatan perbulan kurang dari Rp 1.000.000 ada 23 orang, berpendapatan antara Rp 1.000.001 sampai dengan Rp 2.000.000 ada 18 orang, berpendapatan Rp 2.000.001 sampai dengan Rp 3.000.000 ada 15, berpendapatan antara Rp 3.000.001 sampai dengan Rp 4.000.000 ada 16 orang, dan responden dengan pendapatan perbulan lebih dari Rp 4.000.000 ada 13 orang. Sementara itu responden dengan pendidikan terakhir SMP berjumlah 19 Orang, berpendidikan SMA/SMK ada 37 orang, berpendidikan diploma atau sarjana muda ada 13 orang, dan responden dengan pendidikan terakhir sarjana S1 ada 16 orang. Responden dalam penelitian ini ternyata sebagian besar adalah pria, dengan penghasilan perbulan kurang dari Rp 1.000.000, dan pendidikan terakhir adalah SMA/SMK.

Page | - 255 -

Analisis Chi-square Test

Chi-square test digunakan untuk menganalisis perbedaan sikap konsumen terhadap tabungan sutera bank BPD DIY, berdasarkan jenis kelamin, pendapatan perbulan, dan pendidikan terakhir. Hasil analisis *chi-square* berturut-turut akan disajikan pada tabel berikut.

Tabel 4. Hasil Uji Chi-Square

		Value	df	Asymptotic significance (2-sided)
Jenis Kelamin*Sikap	Pearson Chi-Square	12.833 ^a	2	.002
	Likelihood Ratio	13.187	2	.001
	Linear-by-Linear Association	9.210	1	.002
Pendapatan*Sikap	Pearson Chi-Square	25.023 ^a	8	.002
	Likelihood Ratio	27.551	8	.001
	Linear-by-Linear Association	17.247	1	.000
Pendidikan*Sikap	Pearson Chi-Square	22.818 ^a	6	.001
	Likelihood Ratio	27.942	6	.000
	Linear-by-Linear Association	20.436	1	.000
	N of Valid Cases	85		

Sumber: data diolah

Hasil analisis *chi-square* menunjukkan bahwa perbedaan sikap konsumen terhadap tabungan sutera bank BPD DIY berdasarkan jenis kelamin memiliki nilai Pearson *chi-square*

sebesar 12,833 dengan nilai signifikansi 0,002, perbedaan sikap konsumen terhadap tabungan sutera bank BPD DIY berdasarkan pendapatan perbulan memiliki nilai Pearson *chi-square* sebesar 25,023 dengan nilai signifikansi 0,002, dan perbedaan sikap konsumen terhadap tabungan sutera bank BPD DIY berdasarkan pendidikan terakhir memiliki nilai Pearson *chi-square* sebesar 22.818 dengan nilai signifikansi 0,001. Berdasarkan uji *chi-square* ini, ternyata semuanya signifikan karena nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05.

Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini didasarkan pada nilai signifikansi. Ada tiga hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini, berturut-turut adalah sebagai berikut.

1. Pengujian hipotesis 1

- H0: tidak ada perbedaan sikap konsumen terhadap tabungann sutera bank BPD DIY berdasarkan jenis kelamin.
- H1: ada perbedaan sikap konsumen terhadap tabungann sutera bank BPD DIY berdasarkan jenis kelamin.
- Kesimpulan: Hasil analisis *chi-square* menunjukkan bahwa nilai signifinasi sebesar 0,002 (lebih kecil dari 0,05). Oleh sebab itu H0 ditolak dan H1 diterima. Jadi hipotesis 1 yang menyatakan bahwa ada perbedaan sikap konsumen terhadap tabungan sutera bank BPD DIY berdasarkan jenis kelamin, didukung dalam penelitian ini.

2. Pengujian hipotesis 2

- H0: tidak ada perbedaan sikap konsumen terhadap tabungann sutera bank BPD DIY berdasarkan pendapatan.
- H2: ada perbedaan sikap konsumen terhadap tabungann sutera bank BPD DIY berdasarkan pendapatan.
- Kesimpulan: Hasil analisis *chi-square* menunjukkan bahwa nilai signifinasi sebesar 0,002 (lebih kecil dari 0,05). Oleh sebab itu H0 ditolak dan H2 diterima. Jadi hipotesis 2 yang menyatakan bahwa ada perbedaan sikap konsumen terhadap tabungan sutera bank BPD DIY berdasarkan pendapatan, didukung dalam penelitian ini.

3. Pengujian hipotesis 3

- H0: tidak ada perbedaan sikap konsumen terhadap tabungann sutera bank BPD DIY berdasarkan pendidikan terakhir.
- H3: ada perbedaan sikap konsumen terhadap tabungann sutera bank BPD DIY berdasarkan pendidikan terakhir.
- Kesimpulan: Hasil analisis *chi-square* menunjukkan bahwa nilai signifinasi sebesar 0,001 (lebih kecil dari 0,05). Oleh sebab itu H0 ditolak dan H3 diterima. Jadi hipotesis 3 yang menyatakan bahwa ada perbedaan sikap konsumen terhadap tabungan sutera bank BPD DIY berdasarkan pendidikan terakhir, didukung dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN.

Hasil pengujian hipotesis 1 menunjukkan bahwa ada perbedaan sikap konsumen terhadap tabungan sutera bank BPD DIY berdasarkan jenis kelamin. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Buchari et al. (2015), yang menemukan bahwa ada perbedaan sikap konsumen berdasarkan jenis kelamin. Penelitian Buchari et al. (2015) menemukan bahwa ada perbedaan yang signifikan sikap dan kesadaran karyawan terhadap produk dan layanan bank Syariah berdasarkan jenis kelamin. Jenis kelamin merupakan salah satu faktor penting yang perlu diperhatikan oleh para pemasar. Perbedaan sikap antara pria dan wanita ini perlu dipertimbangkan oleh para pemasar dengan cara mengembangkan strategi pemasaran yang berbeda antara pria dan wanita (Setiadi, 2013).

Hasil pengujian hipotesis 2 menunjukkan bahwa ada perbedaan sikap konsumen terhadap tabungan sutera bank BPD DIY berdasarkan pendapatan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Jusoh & Ling (2012). Penelitian Jusoh & Ling (2012) yang menemukan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan sikap konsumen terhadap belanja *online* berdasarkan kelompok pendapatan. Konsumen dengan pendapatan tinggi cenderung lebih memiliki sikap positif terhadap makanan organik daripada konsumen dengan pendapatan rendah dan menengah.

Pendapatan merupakan sumberdaya material yang sangat penting bagi konsumen, sebab dengan pendapatan tersebut konsumen dapat membeli barang atau jasa. Pendapatan merepresentasikan besar kecilnya daya beli seorang konsumen. Daya beli menggambarkan banyaknya barang atau jasa yang dapat dibeli oleh seorang konsumen beserta seluruh anggota keluarganya. Para pemasar perlu mengetahui pendapatan konsumen yang menjadi target pasarnya, karena pendapatan merupakan indikator mengenai besar kecilnya jumlah produk yang akan dibeli oleh seorang konsumen. Dalam sebuah keluarga, pendapatan tidak hanya ditentukan oleh satu orang saja seperti ayah, tetapi dapat ditentukan dari anggota keluarga yang lain seperti isteri atau anak. Mengetahui pendapatan dari semua anggota keluarga menjadi penting, ketika keluarga tersebut memiliki lebih dari satu orang yang bekerja, sehingga daya beli dari sebuah keluarga merupakan jumlah total pendapatan dari seluruh anggota keluarga yang bekerja (Sumarwan, 2014).

Pemasar dapat menggunakan variabel demografi ini untuk melakukan segmentasi pasar. Segmentasi berdasarkan pendapatan, dapat dilakukan dengan cara membagi pasar menjadi kelompok pendapatan yang berbeda (Setiadi, 2013). Untuk kepentingan pemasaran, pendapatan konsumen digolongkan ke dalam beberapa kelompok untuk menggambarkan perbedaan daya beli mereka. Daya beli seseorang ditentukan oleh pendapatannya, yang pada gilirannya akan menentukan pola konsumsinya. Semakin tinggi pendapatan seseorang, ada kecenderungan semakin tinggi pula pola konsumsinya. Pendapatan yang tinggi biasanya diikuti oleh kepemilikan harta benda yang banyak (Sumarwan, 2014). Perbedaan sikap konsumen berdasarkan pendapatan ini, perlu dipertimbangkan oleh para pemasar dalam penyusunan strategi pemasarannya.

Hasil Hasil pengujian hipotesis 3 menunjukkan bahwa ada perbedaan sikap konsumen terhadap tabungan sutera bank BPD DIY berdasarkan pendidikan terakhir. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Buchari et al. (2015) dan Onyia & Tagg (2011). Penelitian Buchari et al. (2015) menemukan bahwa ada perbedaan yang signifikan sikap dan kesadaran karyawan terhadap produk dan layanan bank Syariah berdasarkan tingkat pendidikan. Hasil penelitian Onyia & Tagg (2011) menemukan bahwa tingkat pendidikan secara signifikan akan terkait dengan sikap konsumen untuk mengadopsi internet banking. Hal ini dapat diartikan bahwa tingkat pendidikan berpengaruh pada sikap terhadap internet banking.

Tingkat pendidikan biasanya berkaitan dengan pekerjaan, artinya tingkat pendidikan akan menentukan jenis pekerjaan seseorang. Tingkat pendidikan juga akan mempengaruhi nilai-nilai yang dianut oleh seseorang, cara berpikir, cara pandang, dan persepsinya terhadap suatu masalah. Konsumen yang memiliki tingkat pendidikan yang lebih baik cenderung lebih responsif terhadap informasi. Tingkat pendidikan juga akan mempengaruhi konsumen dalam memilih atau membeli suatu produk atau merek. Perbedaan tingkat pendidikan akan berdampak pada selera yang berbeda pula.

Perbedaan sikap konsumen berdasarkan pendidikan, perlu diperhatikan oleh para pemasar dalam merumuskan strategi pemasarannya. Dari sisi pemasaran, konsumen dengan tingkat pendidikan yang berbeda merupakan konsumen potensial untuk semua produk atau jasa. Para pemasar perlu memahami keinginan dan kebutuhan konsumen dengan tingkat pendidikan yang berbeda, memahami produk atau jasa apa yang mereka butuhkan, selanjutnya menentukan target konsumen yang akan dilayani (Astutie, Masyhuri, & Mulyo, 2019; Sumarwan, 2014).

Sikap konsumen merupakan salah satu faktor penting yang perlu diperhatikan dan dipahami oleh para pemasar. Sikap konsumen menjadi dasar bagi pemasar dalam mengidentifikasi segmen manfaat, mengembangkan produk baru, serta dalam mengimplementasikan dan mengevaluasi strategi promosinya. Sikap konsumen terhadap suatu produk bisa bervariasi tergantung dari orientasi konsumen tersebut.

Berkaitan dengan sikap, pemasar dapat mengidentifikasi segmen konsumen berdasarkan manfaat produk yang diinginkan konsumen. Segmentasi manfaat merupakan hal yang sangat mendasar untuk membidik konsumen, karena manfaat yang diinginkan akan mempengaruhi sikap dan perilaku konsumen terhadap produk atau merek. Pengembangan produk baru dapat dilakukan dengan terlebih dahulu memahami sikap konsumen. Pengembangan baru produk dapat diawali dengan cara menyebarkan kuesioner kepada konsumen sasaran yang telah diidentifikasi. Berdasarkan sikap dan penilaian konsumen sasaran ini maka pengembangan produk dapat dilakukan. Sikap juga menjadi hal penting dalam mengembangkan strategi promosi. Misalnya sikap konsumen dari segmen pasar yang telah diidentifikasi menginginkan produk yang praktis, maka pemasar perlu merespon hal ini dengan mengembangkan strategi iklannya (Setiadi, 2013).

KESIMPULAN

Sesuai dengan hasil penelitian ini, maka ada beberapa kesimpulan yang dapat diambil yaitu:

1. Karakteristik responden dalam penelitian ini didominasi oleh responden pria, dengan pendapatan kurang dari Rp 1.000.000, dan pendidikan terakhir SMA/SMK.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (a) Ada perbedaan sikap konsumen terhadap tabungan sutera bank BPD DIY berdasarkan jenis kelamin; (b) ada perbedaan sikap konsumen terhadap tabungan sutera bank BPD DIY berdasarkan pendapatan; dan (c) Ada perbedaan sikap konsumen terhadap tabungan sutera bank BPD DIY berdasarkan pendidikan terakhir.

Page | - 259 -

REKOMENDASI

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka peneliti memberikan rekomendasi sebagai berikut:

1. Dalam mengembangkan strategi pemasarannya, bank BPD DIY sebaiknya mempertimbangkan perbedaan sikap konsumen berdasarkan jenis kelamin, perbedaan sikap konsumen berdasarkan pendapatan, dan perbedaan sikap konsumen berdasarkan pendidikan terakhir.
2. Untuk penelitian selanjutnya sebaiknya menggunakan populasi atau nasabah pada bank yang berbeda dan di daerah yang berbeda pula.
3. Untuk penelitian selanjutnya juga perlu untuk meneliti variabel penentu perbedaan sikap konsumen yang lain seperti usia, pekerjaan, status perkawinan, wilayah dan sebagainya.

DAFTAR REFERENSI

Astutie, E. P., Masyhuri, M., & Mulyo, J. H. (2019). Analisis Sikap Konsumen Pasar Swalayan Terhadap Sayuran Organik. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 3(11), 183–194.

Buchari, I., Rafiki, A., & Al Qassab, M. A. (2015). Awareness and Attitudes of Employees Towards Islamic Banking Products in Bahrain. *Procedia Economics and Finance*, 30, 68–78.

Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed* (Ketiga). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Dwiatuti, R., Agustina, S., & Isaskar, R. (2012). *Ilmu Perilaku Konsumen*. Malang: Universitas Brawijaya Press.

Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 23* (8th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Jusoh, Z. M., & Ling, G. H. (2012). Factors Influencing Consumers' Attitude Towards E-Commerce Purchases Through Online Shopping. *International Journal of Humanities and Social Science*, 2(4), 223–230.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (Global Edition). United Kingdom: Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (Global Editions). England: Pearson Education.

Mustafa, Z. (2013). *Mengurai Variabel Hingga Instrumentasi*. Yogyakarta: Graha ilmu.

Onyia, O. P., & Tagg, S. K. (2011). Effects of Demographic Factors on Bank Customers' Attitudes and Intention Toward Internet Banking Adoption in a Major Developing African Country. *Journal of Financial Service Marketing*, 16(3–4), 294–315.

Priyatno, D. (2012). *Belajar Praktis Analisis Parametrik dan Non Parametrik dengan SPSS*. Yogyakarta: Gava Media.

Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Andi.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach* (Seventh Edition). United Kingdom: John Wiley & Sons.

Setiadi, N. J. (2013). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Sumarwan, U. (2014). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran* (Kedua). Bogor: Ghalia Indonesia.

Tamubae, A. S., Areros, W. A., & Tatimu, V. (2020). Motivasi dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Siga. *Productivity*, 1(5), 383–389.

Undang-undang Perbankan Nomor 10. (1998).

www.bpddiy.co.id. Diakses 13 Oktober. (2021).