

**PENGARUH LAYANAN M-BANGKING SYARIAH, RELIGIUSITAS DAN
PENGETAHUAN PERBANKAN SYARIAH TERHADAP PREFERENSI
MENABUNG MASYARAKAT DI BANK SYARIAH**

(STUDI KASUS PADA KOMUNITAS GUSJIGANG DI KABUPATEN KUDUS)

Skripsi

Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Program Strata 1 (S1)

Jurusan Perbankan Syariah



Oleh :

Nama : Widda Laila Qotrunnada

Nim : 1705036110

S1 PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG

2021



**KEMENTERIAN AGAMA RI UNIVERSITAS
ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Prof. Dr. Hamka (kampus III) Ngaliyan Telp/Fax (024) 7601291, 7624691, Semarang, Kode Pos 50185

Lamp : 4 (Empat) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi

An. Saudari Widda Laila Qotrunnada

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah kami meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini kami kirim naskah Skripsi saudara :

Nama : Widda Laila Qotrunnada

NIM : 1705036110

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Layanan M-Banking Syariah, Religiusitas, Pengetahuan Perbankan Syariah Terhadap Preferensi Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Komunitas Gusjigang Di Kabupaten Kudus).

Dengan ini kami mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan. Demikian harap menjadi maklum.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Pembimbing I

**Ahmad furqon, LC., MA., H
NIP. 19751218 200501 1 002**

Semarang, 22 April 2021

Pembimbing II

**Heny Yuningrum, SE., M.Si
NIP. 19810609 200710 2 005**



KEMENTERIAN AGAMA RI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. Dr. Hamka (kampus III) Ngaliyan Telp/Fax (024) 7601291, 7624691, Semarang, Kode Pos 50185

PENGESAHAN

Nama : Widda Laila Qotrunnada

NIM : 1705036110

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Judul Skripsi : **Pengaruh Layanan M-Banking Syariah, Religiusitas, Pengetahuan Perbankan Syariah Terhadap Preferensi Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Komunitas Gusjigang Di Kabupaten Kudus).**

Telah diujikan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan lulus pada tanggal : Senin, 07 Juni 2021

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 dalam ilmu Perbankan Syariah tahun akademik 2020/2021.

Semarang, 07 Juni 2021

Mengetahui,

Ketua Sidang,

Rahman El Junusi, S.E., MM

NIP. 19691118 200003 1 001

Penguji I,

Prof. Mujiono Abdillah, MA

NIP. 19590215 198503 1 005

Pembimbing I

Ahmad furqon, LC., MA., H

NIP. 19751218 200501 1 002

Sekretaris Sidang,

Heny Yuningrum, S.E., M.Si

NIP. 19810609 200710 2 005

Penguji II,

Nurudin, S.E., M.M

NIP. 19900523 201503 1 004

Pembimbing II

Heny Yuningrum, SE., M.Si

NIP. 19810609 200710 2 005

MOTTO

ALHIKMAH

The real success is the right one, the humble one and the cerity one.

أبرارهم و أهلامهم و أغناءهم الناس خير

Sukses sejati adalah kaya sejati (kaya harta, kaya hati), baik hati dan murah hati

By: Prof. Dr Mujiyono Abdillah, MA.

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji syukura atas segala nikmat Allah SWT. Shalawat dan salam semoga Allah melimpahkan kepada Nabi kita, Muhammad SAW, pada akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan motivasi dari berbagai pihak, dengan ini penulis persembahkan skripsi ini kepada :

1. Ayahanda tercinta Abah H.A. Wikunanto dan Ibunda tercinta Hj. Durrotus sa'adah sebagai orang tua saya yang telah tenang di alam peristirahatan abadinya.
2. Bapak H. Mahbub dan Ibu Hj. Nurul Hidayati sebagai pengasuh pengganti sepeninggal kedua orang tua yang telah di panggil Yang Maha Kuasa
3. Kakak Widda Rasyida, Mas Naufal Haidar dan Adik Widda Amalia Fahira yang selalu bersama dalam suka maupun duka.
4. Prof. Dr. Mujiyono Abdillah, MA yang berkenan membantu sekaligus menjadi motivator
5. Sahabat – sahabat saya yang dengan ikhlas membantu saya

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satu pun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 22 April 2021

Deklator

Widda Laila Qotrunnada

NIM. 1705036110

TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman penulisan transliterasi huruf Arab ke huruf Latin dalam skripsi ini mengacu pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987. Penyimpangan penulisan kata sandang (al-) disengaja secara konsisten agar sesuai teks Arabnya.

ا	A	ط	t}
ب	B	ظ	Z
ت	T	ع	'
ث	S	غ	G
ج	J	ف	F
ح	H	ق	Q
خ	Kh	ك	K
د	D	ل	L
ذ	Z	م	M
ر	R	ن	N
ز	Z	و	W
س	S	ه	H
ش	Sy	ء	'
ص	S	ي	Y
ض	D		

Bacaan Madd:

ã = a panjang

î = i panjang

û = u panjang

Bacaan Diftong:

au = او

ai = اي

iy = اي

ABSTRAK

Negara Indonesia merupakan negara dengan jumlah masyarakat Muslim terbesar di dunia. Hal ini diharapkan bisa mengembangkan industri keuangan syariah terutama perbankan syariah. Persebaran bank syariah di Indonesia sudah mulai berkembang dalam 5 tahun terakhir dari tahun 2015-2019. Persepsi positif pelanggan komunitas Muslim dan apalagi di kalangan non Muslim terhadap perbankan syariah di Indonesia masih jauh lebih penting untuk dipelajari, terutama fakta bahwa bank syariah harus bersaing dengan bank konvensional yang sudah lama eksis di *dual banking sisteym* di Indonesia. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi seseorang memilih untuk menabung di bank syariah yaitu Layanan M-banking Syariah, Religiusitas dan Pengetahuan Perbankan Syariah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis pengaruh layanan *M-banking* Syariah, tingkat *religiusitas*, dan pengetahuan perbankan syariah terhadap *preferensi* menabung masyarakat di bank Syariah.

Penelitian ini menggunakan 40 responden masyarakat dari komunitas GUSJIGANG Kudus yang sedang atau pernah menjadi nasabah bank syariah atau bertransaksi. Data yang dikumpulkan menggunakan kuesioner dengan skala pengukuran yaitu skala *Likert* dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang dianalisis dengan metode analisa uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji koefisien determinasi (R Square) dan uji regresi berganda. Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa layanan *M-banking* Syariah, dan pengetahuan perbankan syariah berpengaruh positif terhadap *preferensi* menabung masyarakat di bank Syariah sedangkan faktor religiusitas tidak berpengaruh.

Kata Kunci : layanan *M-banking* Syariah, religiusitas, pengetahuan perbankan syariah dan *preferensi* menabung masyarakat

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Segala puji syukur kehadiran Allah SWT yang menguasai seluruh alam, telah melimpahkan rahmat, taufiq serta hidayahnya kepada hamba-Nya, tidak ada upaya maupun kekuatan kecuali hanya dari-Nya. Tak lupa kita panjatkan shalawat dan salam kepada Nabi Besar Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “ **Pengaruh Layanan M-Banking Syariah, Religiusitas dan Pengetahuan Perbankan Syariah Terhadap Preferensi Menabung Masyarakat Pada Perbankan Syariah(Studi Kasus Pada Komunitas GUSJIGANG Di Kabupaten Kudus)** “. Skripsi ini disusun dalam rangka melengkapi salah satu syarat guna menyelesaikan program studi Strata 1 Jurusan S1 Perbankan Syariah Negeri Walisongo Semarang.

Dalam hal ini penulis sadar bahwa penyusunan skripsi ini dapat selesai berkat bantuan dan dukungan dari berapakah pihak, pembimbing dan dorongannya. Melalui kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H Imam Taufiq, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang beserta para Wakil Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Muhammad Saifullah, M. Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
3. Ibu Heny Yuningrum, S.E., M.Si selaku Ketua Jurusan dan Ibu Muyassaroh, M.Ag. selaku Sekretaris Jurusan S1 Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang
4. Ahmad furqon, LC., MA., Hselaku Pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan membimbing dalam penulisan skripsi.
5. Ibu Heny Yuningrum, S.E., M.Si Pembimbing II yang telah membimbing dengan sabar dan memberikan saran terkait materi penulisan skripsi.
6. Bapak Setyo Budi Hartono, S.A.B, M.Si selaku wali dosen saya di S1 Perbankan Syariah

7. Segenap Dosen serta Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam khususnya Program Studi S1 Perbankan Syariah.
8. Semua pihak yang telah membantu dan menyelesaikan skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Semoga segala kebaikan yang telah dilakukan mendapatkan kebaikan dan keberkahan oleh Allah SWT. Penulis menyadari bahwa apa yang telah dilakukan dalam proses pembuatan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, tapi setidaknya hal ini bisa memberikan manfaat untuk dunia akademik dan bagi orang lain.

Semarang, 22 April 2021

Hormat Saya

Widda Laila Qotrunnada

NIM. 1705036110

DAFTAR ISI

<u>PERSETUJUAN PEMBIMBING</u>	2
<u>PENGESAHAN</u>	3
<u>MOTTO</u>	4
<u>PERSEMBAHAN</u>	5
<u>DEKLARASI</u>	6
<u>PEDOMAN TRANSLITERASI</u>	7
<u>ABSTRAK</u>	8
<u>KATA PENGANTAR</u>	9
<u>DAFTAR ISI</u>	11
<u>DAFTAR TABEL</u>	15
<u>DAFTAR GAMBAR</u>	16
BAB I	
PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	18
1.2 Perumusan Masalah	25
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	25
1.3.1 Tujuan Penelitian	25
1.3.2 Manfaat Penelitian	25
1.4 Sistematika Penulisan	26
BAB II	
LANDASAN TEORI	
2.1 Teori Layanan <i>M-Banking</i> Syariah	27
2.1.1 Pengertian layanan <i>M-Banking</i> Syariah	27
2.1.2 Manfaat Layanan <i>M-Banking</i> Syariah	27
2.1.3 Fasilitas layanan <i>M-Banking</i>	28
2.1.4 Faktor yang mempengaruhi layanan <i>M-Banking</i> pada konsumen	29
2.1.5 Dampak Penggunaan layanan <i>M-Banking</i>	30
2.1.6 Kekurangan Layanan <i>M-Banking</i>	30

2.2 Religiusitas	33
2.2.1 Pengertian Religiusitas.....	33
2.2.2 Religiusitas dalam prespektif Islam	34
2.2.3 Aspek Religiusitas	34
2.2.4 Dimensi Religiusitas	35
2.2.5 Faktor–faktor yang Mempengaruhi Religiusitas	36
2.3 Pengetahuan	37
2.3.1 Pengertian Pengetahuan	37
2.3.2 Pengukuran Pengetahuan	38
2.3.3 Indikator Pengetahuan	39
2.3.4 Faktor Yang Mempengaruhi Pengetahuan	40
2.4 Perbankan Syariah.....	41
2.4.1 Pengertian Perbankan Syariah	41
2.4.2 Prinsip Bank Syariah	43
2.4.3 Produk Perbankan Syariah	45
2.5 Preferensi Menabung	49
2.5.1 Pengertian Preferensi Menabung	49
2.5.2 Pembentuk Preferensi	50
2.5.3 Faktor Yang Mempengaruhi Timbulnya Preferensi	51
2.5.4 Alternatif Preferensi dalam Ekonomi Islam	52
2.6 Penelitian Terdahulu	53
2.7 Kerangka Berpikir	58
2.8 Hipotesis Penelitian	58

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian dan Sumber Data	60
3.1.1 Jenis Penelitian	60
3.1.2 Sumber Data	60
3.2 Metode Pengumpulan Data	61
3.2.1 Kuisisioner (angket)	61
3.2.2 Dokumentasi	62

3.3 Populasi dan Sampel	62
3.3.1 Populasi	62
3.3.2 Sampel Dan Teknik Pengambilan Sampel	63
3.4 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	64
3.4.1 Variabel Penelitian	64
3.4.2 Definisi Operasional	64
3.5 Teknik Analisis Data	67
3.5.1 Uji Validitas	68
3.5.2 Uji Reliabilitas	68
3.5.3 Uji Normalitas	69
3.5.4 Uji Multikolinieritas	69
3.5.5 Uji Heteroskedastisitas	70
3.5.6 Uji Koefisien Determinasi (R²)	70
3.5.7 Uji Regresi Linier Berganda	71
3.5.8 Uji Hipotesis	71
3.5.8.1 Uji F (Simultan)	72
3.5.8.2 Uji T (Parsial)	72

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	73
4.1.1 Sejarah Komunitas GUSJIGANG Kabupaten Kudus	73
4.1.2 Sekilas Tentang Kabupaten Kudus	75
4.2 Gambaran Responden Penelitian	77
4.3 Hasil Penelitian	79
4.3.1 Uji Validitas	79
4.3.2 Uji Reliabilitas	80
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	82
4.3.3.1 Uji Normalitas	84
4.3.3.2 Uji Multikolinieritas	85
4.3.3.3 Uji Heteroskedastisitas	86
4.3.4 Uji Koefisien Determinasi (R²)	88

4.3.5	Uji Regresi Linier Berganda	88
4.3.6	Uji Hipotesis	91
4.3.6.1	Uji F (Simultan)	91
4.3.6.2	Uji T (Parsial)	92
4.4	Pembahasan Hasil Analisis Data Penelitian	
4.4.1	Pengaruh Layanan M-Banking Syariah Terhadap Preferensi Menabung Masyarakat di Bank Syariah	94
4.4.2	Pengaruh Religiusitas Terhadap Preferensi Menabung Masyarakat di Bank Syariah	95
4.4.3	Pengaruh Pengetahuan Perbankan Syariah Terhadap Preferensi Menabung Masyarakat di Bank Syariah	95
4.4.4	Pengaruh M-Banking syariah, Religiusitas dan Pengetahuan Perbankan Syariah terhadap preferensi menabung masyarakat dibank syariah	96
 BAB V		
PENUTUP		
5.1	Kesimpulan	97
5.2	Saran	98
5.3	Penutup	99
 DAFTAR PUSTAKA		
		101

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Bank Syariah di Indonesia	19
Tabel 1.2 Persebaran Bank Syariah dan Bank Konvensional di Kab Kudus	24
Table 2.1 Perbedaan antara riba (bunga) dan bagi hasil	44
Tabel 2.2 Peneitian Terdahulu	53
Table 3.1 Skala Penilaian Likert	62
Table 3.2 Definisi Operasional Penelitian	65
Tabel 4.1 Jenis Kelamin	77
Tabel 4.2 Jenis Umur	77
Tabel 4.3 Jenis Pendidikan	78
Tabel 4.4 Jenis Pekerjaan	78
Tabel 4.5 Lama Menjadi Nasabah Bank Syariah	78
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Layanan M-Banking Syariah (X1)	80
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Religiusitas (X2)	80
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Pengetahuan Perbankan Syariah (X3)	81
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Preferensi Menabung di Bank Syariah (Y)	82
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1, X2, X3 dan Y	83
Tabel 4.11 Uji Normalitas	84
Tabel 4.12 Multikolinieritas	86
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser	87
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi	88
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	89
Tabel 4.16 Hasil Uji F	91
Tabel 4.17 Hasil Uji T	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Layanan M-Banking Syariah	32
Gambar 2.3 Produk Bank Mandiri Syariah	49
Gambar 4.1 Grafik P-Plot	85
Gambar 4.2 Grafik Scatterplot	87

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1

Bagian I	KUISIONER PENELITIAN	107
Bagian 2	PETUNJUK PENGISIAN ANGKET	108

Lampiran II

DATA RESPONDEN	112
----------------------	-----

Lampiran III

HASIL KUISIONER	113
-----------------------	-----

Lampiran IV

HASIL OUTPUT SPSS	118
-------------------------	-----

Lampiran V

DOKUMENTASI	128
-------------------	-----

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Negara Indonesia merupakan negara dengan jumlah masyarakat Muslim terbesar di dunia, hal tersebut menjadikan Indonesia sebagai target pengembangan industri keuangan syariah di dunia setelah Timur Tengah.¹ Hal ini juga didorong oleh perkembangan industri keuangan syariah di Malaysia yang signifikan dan bahkan menjadi salah satu dari dua kekuatan keuangan syariah di dunia setelah Bahrain. Berdasarkan data World Population Riview pada tahun 2020 penduduk muslim Indonesia mencapai 229 juta jiwa atau 87,2 % dari total penduduk 273,5 juta jiwa, diharapkan dengan populasi yang besar industri keuangan syariah dapat dikembangkan terutama bidang perbankan syariah.

Industri perbankan syariah selalu menjadi objek kajian yang menarik. Apalagi dibandingkan dengan industry perbankan konvensional yang sudah ada sejak dulu. Persepsi positif pelanggan komunitas Muslim dan apalagi di kalangan non Muslim terhadap perbankan syariah di Indonesia masih jauh lebih penting untuk dipelajari, terutama fakta bahwa bank syariah harus bersaing dengan bank konvensional yang sudah lama eksis di *dual banking sisteym* di Indonesia.²

Perbankan syariah di Indonesia mulai dikenal pada tahun 1992 setelah diberlakukannya UU No. 7 Tahun 1992 yang memungkinkan bank syariah menjalankan kegiatan operasionalnya berdasarkan asas bagi hasil. Secara perlahan, bank syariah mampu memenuhi kebutuhan masyarakat yang menginginkan sistem perbankan yang berlandaskan pada syariat Islam.³ Perbankan syariah belum mendapatkan landasan hukum yang kuat. Hal ini terlihat dari UU No.7 Tahun 1992, dimana perbankan syariah hanya dikenal sebagai bank yang berprinsip pada bagi hasil yang selebihnya harus tunduk pada peraturan bank konvensional.

Oleh karena itu, diperlukan UU Perbankan Syariah tersendiri untuk mempercepat pertumbuhan dan perkembangan perbankan syariah. Maka muncul UU No.21 Tahun 2008

¹ Machmud, A dan Rukmana, *Bank Syariah: Teori, Kebijakan, dan Studi Empiris di Indonesia* (Yogyakarta: Erlangga, 2010), hal. 20-21.

² Fatm Fadhilah Hasib, *Islamic Banking Selection Criteria: Case in Indonesia Using Analytic Network Process*, *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*-Volume 10, Nomor 1, 2019. Hlm166.

³ Evi,et.all.,”*Pengaruh Tingkat Bagi Hasil Deposito Bank Syariah dan Suku Bunga Deposito Bank Umum Terhadap Jumlah Simpanan Deposito Mudhorobah*”, *Jurnal Administrasi Bisnis*” Vol 9, 2015, Hlm. 2.

mengenai Perbankan Syariah. Di dalam UU tersebut perbankan syariah dimungkinkan untuk memperluas kegiatan usaha atau menerbitkan produk. Dengan munculnya UU tersebut maka perbankan syariah akan mempunyai ruang lingkup kerja yang jelas dan dapat menjangkau pasar lebih luas.

Perkembangan bank syariah di Indonesia dalam lima tahun terakhir (terhitung dari tahun 2015 sampai dengan tahun 2019 dalam data statistik perbankan syariah mengalami kemajuan. Perkembangan ini dapat dilihat berdasarkan jumlah bank dan kantor cabang yang ada. Hal ini diamati dari dua sisi yaitu, BUS, dan UUS. Berikut adalah tabel jaringan perbankan syariah Indonesia.

Tabel 1.1
Perkembangan Bank Syariah di Indonesia

Indikator	2015	2016	2017	2018	2019
Bank Umum Syariah (BUS)					
a. Jumlah bank	12	12	13	13	14
b. Jumlah kantor	2.157	1.917	1.873	1.824	1.885
Unit Usaha Syariah (UUS)					
a. Jumlah bank	22	22	21	21	20
b. Jumlah kantor	322	312	333	346	359

Sumber: Statistik Perbankan Syariah OJK 2015-2019

Bank syariah adalah lembaga keuangan yang berfungsi untuk mengembangkan dan memperlancar mekanisme perekonomian terutama disektor rill.⁴ Di Indonesia lembaga keuangan dibagi menjadi dua, yakni perbankan konvensional dan perbankan syariah. Bank syariah adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Bank ini tata cara beroperasinya mengacu kepada ketentuan-ketentuan Al-qur'an dan Hadist. Sedangkan menurut Undang-Undang No. 21 tahun 2008 pasal 1 ayat 7, yang dimaksud dengan Bank Syariah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan Prinsip Syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.⁵

⁴ Fetria Eka Yudianta, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, (Stain Salatiga Press Salatiga, 2014) hlm. 16.

⁵ Edi Wibowo & Untung Hedy Widodo. *Mengapa Memilih Bank Syariah*. (Bogor: Ghalia Indonesia, 2005) hlm. 6

Tantangan bank syariah di masa sekarang yang dihadapi tidak hanya pengenalan produk namun juga belum adanya inisiatif nasabah untuk menggeser preferensinya dari produk perbankan konvensional. Pemahaman produk bank syariah juga termasuk dalam masalah terbesar dalam dunia perbankan syariah. Hingga saat ini hanya beberapa masyarakat yang mengetahui tentang produk bank syariah. Bahkan, dikalangan mahasiswa-mahasiswi masih ada beberapa yang belum mengetahui tentang produk dan jasa yang dimiliki oleh perbankan syariah walaupun sebagian mereka ada yang memiliki pengetahuan, media social yang luas dan jurusan perbankan syariah sendiri namun mereka belum bisa memilih menabung di bank syariah.⁶

Alasannya masyarakat maupun mahasiswa masih belum paham karena kurangnya sosialisasi tentang produk-produk perbankan syariah maupun keunggulannya serta fasilitas bank syariah yang belum meluas. Mahasiswa-mahasiswi masih beranggapan bahwa menabung di bank syariah dan konvensional sama saja. Munculnya bank konvensional lebih banyak dari pada unit usaha syariah juga menyebabkan kurangnya preferensi memilih menabung di bank syariah, hal ini juga bisa menjadi tantangan dari perbankan syariah.

Perbankan syariah sebagai sebuah bank yang didirikan dengan tujuan untuk bisa bermuamalat dalam bidang ekonomi yang sesuai dengan syariah islam juga harus mampu bersaing dalam merebut nasabah. Persaingan tersebut sangatlah kompleks, dikarenakan masyarakat Indonesia sebagai target nasabah sudah terlalu lama bersentuhan dengan perbankan konvensional sehingga mengakibatkan sampai saat ini perbankan syariah belum menjadi pilihan utama dalam menabung.

Secara umum, calon nasabah yang akan menabung pada bank tentu akan memilih bank yang dapat memberikan keuntungan dan kemudahan. Setiap nasabah akan memperhatikan dan mempertimbangkan faktor-faktor tertentu untuk memutuskan menabung. Selain itu, nasabah juga memperhatikan kualitas pelayanan serta produk yang ditawarkan sehingga termotivasi untuk menggunakannya. Nasabah akan mempertimbangkan faktor-faktor tersebut untuk mencari kepuasan dalam menyimpan dananya di bank, karena bagaimanapun konsumen dalam perilakunya akan mencari kepuasan yang maksimal dalam memenuhi kebutuhannya. Oleh karena itu, bank syariah harus dapat membaca peluang ini serta dapat

⁶Febby Larasati, *Pengaruh Religiusitas, Produk Bank, Kepercayaan, Pengetahuan, dan Pelayanan terhadap Preferensi Menabung pada Perbankan Syariah*, Artikel Ilmiah, 2017. Hlm. 2

segera mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen agar dapat mengeluarkan produk dan jasa bank syariah.

Ada beberapa penelitian terkait preferensi menabung di perbankan syariah, yakni penelitian Utomo (2014) yang menunjukkan diantara faktor pelayanan, harga/biaya, pengetahuan, bank syariah, lokasi, dan promosi yang mempengaruhi pilihan nasabah menabung pada perbankan syariah adalah faktor pengetahuan. Sedangkan Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Azzahra (2016) pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap preferensi menabung di bank syariah oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga. Dan yang terakhir Selain itu penelitian yang dilakukan Fauzi (2010) juga menunjukkan bahwa faktor pelayanan memiliki pengaruh besar terhadap pilihan menabung pada perbankan syariah disamping faktor religiusitas, kualitas produk, dan bagi hasil.

Terdapat dua faktor utama nasabah dalam preferensi menabung di bank syariah yakni faktor emosional dan faktor rasional. Faktor emosional berupa tingkat *religiusitas* yaitu dengan cara menghindari riba dan faktor utama nasabah mempertahankan hubungannya dengan bank syariah adalah ketaatan mereka terhadap prinsip syariah. Nasabah memutuskan untuk tetap mempertahankan bank syariah berkaitan dengan masalah keimanan dan keyakinan terhadap pengharaman riba bagi umat Islam, sedangkan faktor rasional yaitu berupa layanan, pengetahuan, kualitas produk dan kualitas pelayanan yang dipahami nasabah menjadi faktor yang mempengaruhi preferensi nasabah dalam memilih bank syariah.⁷

Faktor lainnya yang juga mempengaruhi preferensi nasabah dalam menggunakan layanan perbankan syariah yaitu layanan *Mobile Banking* syariah. Didalam perbankan syariah layanan *mobile banking syariah* merupakan pengembangan dari dua bentuk inovasi bank syariah sebelumnya yaitu *sms banking* dan *internet banking*. Terdapat banyak kesamaan secara fungsional antara *internet banking* dan *mobile banking*. Jenis-jenis layanan perbankan syariah yang terdapat pada *mobile banking* relatif sama dengan *internet banking* yakni seperti transfer dana, informasi saldo, mutasi rekening, pembayaran, pembelian dan layanan lainnya. Dengan adanya layanan ini sebenarnya bisa menarik minat dari masyarakat

⁷Fadhilatul Hasanah, *Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Mahasiswa UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG pada BANK SYARIAH*, Jurnal Akutansi dan Bisnis, 2019. Hlm. 486.

yang sudah paham akan pengetahuan tentang riba sehingga bisa menabung di perbankan syariah. Layanan M-Banking secara realita masih belum bisa membuat masyarakat menabung di bank syariah. Peneliti juga mengambil beberapa sampel dari masyarakat GUSJIGANG yang menggunakan bank syariah dalam menabung dan bertransaksi mereka mengatakan bahwa dengan adanya layanan *m-banking* syariah mempermudah mereka dalam melakukan transaksi.⁸ Terdapat pula masyarakat yang sudah paham akan layanan *mobile banking* syariah namun mereka masih memilih menabung dan bertransaksi di perbankan konvensional.

Tingkat religiusitas menjadi bagian dari faktor yang ada dalam diri seseorang guna menggerakkan perilaku untuk memenuhi tujuan tertentu. Terdapat penelitian yang menyebutkan bahwa faktor utama nasabah mempertahankan hubungannya dengan bank syariah adalah ketaatan mereka terhadap prinsip syariah. Nasabah memutuskan untuk tetap mempertahankan bank syariah berkaitan dengan masalah keimanan dan keyakinan terhadap pengharaman riba bagi umat Islam. Masyarakat yang tergabung dalam Komunitas GUSJIGANG di Kota Kudus secara umum beragama Islam dan jika dilihat dari segi tingkat religiusitas yang cukup bagus yakni cukup taat dalam beribadah dan rajin melaksanakan kewajiban-kewajiban mereka sebagai seorang muslim. Setelah melakukan wawancara online maupun observasi terhadap beberapa masyarakat peneliti dapat menyimpulkan bahwa secara garis besar mereka sudah memahami tentang riba dan hukumnya. Tingkat religiusitas secara realita seharusnya bisa menimbulkan minat dan preferensi masyarakat untuk menabung dan bertransaksi di bank syariah karena pemahaman tentang riba dan hukumnya namun kenyataannya berbeda, masih banyak masyarakat lebih memilih bank konvensional karena di anggap lebih mudah.⁹ Penelitian yang dilakukan oleh M. Zaenal Arifin (2016), Febby Larasati (2017) mendapatkan hasil bahwa religiusitas berpengaruh signifikan positif terhadap preferensi menabung, namun penelitian yang dilakukan oleh Fadhilatul Hasanah (2019) menyimpulkan bahwa religiusitas tidak berpengaruh terhadap preferensi menabung.

Yang terakhir yakni faktor pengetahuan mengenai perbankan syariah berupa dasar-dasar perbankan syariah dan produk-produknya. Pengetahuan inilah yang dipahami oleh nasabah

⁸ Hasil wawancara online dengan beberapa Masyarakat di Kecamatan Kota Kudus, tanggal 13 Februari 2021 dan 14 Februari 2021.

⁹ Hasil wawancara online dan offline dengan beberapa Masyarakat di Kecamatan Kota Kudus, tanggal 12 Februari 2021 dan 14 Februari 2021.

sendiri yang bisa menjadi faktor yang mempengaruhi preferensi nasabah dalam memilih perbankan syariah. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengetahuan adalah sesuatu yang diketahui atau segala sesuatu tentang suatu hal. Pengetahuan nasabah dalam hal ini terkait semua informasi yang dimiliki nasabah mengenai berbagai macam produk dan jasa serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai nasabah, khususnya pengetahuan akan perbankan syariah. Secara umum, pengetahuan konsumen mengenai bank syariah mencakup pengetahuan produk, pelayanan, serta pengetahuan mengenai penerapan nilai-nilai syariah oleh perbankan syariah. Pemahaman dan pengetahuan mengenai bank syariah akan mempengaruhi keputusan yang akan dipilih oleh masyarakat. Jika pengetahuan mengenai bank syariah rendah maka dalam memandang dan keinginan untuk menjadi nasabah bank syariah pastinya rendah pula. Terdapat Gap penelitian mengenai variabel pengetahuan, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Febby Larasati (2017) mendapatkan hasil bahwa pengetahuan masyarakat tidak berpengaruh signifikan terhadap preferensi menabung di perbankan syariah, namun penelitian yang dilakukan oleh Fadhilatul Hasanah (2019) menyimpulkan bahwa pengetahuan mempengaruhi positif terhadap preferensi menabung.

Berdasarkan gap penelitian yang penulis temukan, menjadi dasar bagi penulis untuk melakukan penelitian lebih dalam terhadap pengaruh religiusitas, layanan M-Banking, dan pengetahuan terhadap preferensi menabung. Pilihan objek penelitian ini yakni pada Komunitas GUSJIGANG di Kab Kudus. Penelitian sumintarsih tentang ‘gusjigang etos kerja dan perilaku ekonomi pedagang Kudus’ menjelaskan bahwa kata ‘gusjigang’ mengandung arti ‘ bagus – mengaji – berdagang’ adalah filosofi dari Sunan Kudus. Filosofi ‘gusjigang’ merupakan personifikasi Sunan Kudus agar masyarakat Kudus mempunyai budipekerti yang baik (masalah moralitas, ahklak), pandai mengaji yang berarti menuntut ilmu, rajin beribadah, dan pandai berdagang. Ada yang mengartikan mengaji adalah rajin beribadah, dan ‘ji’ ada yang mengartikan *kaji*. Ajaran ‘gusjigang’ ini ada yang menyebutkan menonjol di wilayah Kudus Kulon atau *wong ngisor menoro*. Ada anggapan masyarakat di kawasan ini memiliki tingkat religiusitas dan etos kerja lebih tinggi dengan mereka yang jauh dari Menara Kudus (Kudus bagian timur).¹⁰ Intinya Komunitas GUSJIGANG

¹⁰ M. Ihsan, *GUSJIGANG; Karakter Kemandirian Masyarakat KUDUS Menghadapi Industrialisasi, IQTISHADIA: Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*, hlm. 163-164.

merupakan masyarakat yang mempunyai tingkat religiusitas yang tinggi dan pintar dalam bisnis atau dalam berdagang di wilayah Kab Kudus.

Secara umum pengetahuan masyarakat yang ada dalam komunitas GUSJIGANG Kudus masih tergolong rendah karena masih banyak masyarakat yang lebih memilih menabung dan bertransaksi di bank konvensional dari pada bank syariah. Ini terbukti dari observasi peneliti terhadap anggota masyarakat yang menerapkan prinsip GUSJIGANG di daerah Kudus maupun pada saat observasi di bank konvensional.¹¹ Alasannya belum meluasnya kantor-kantor cabang Bank Syariah merupakan problem bagi masyarakat karena sulit dijangkau.

Tabel 1.1 Persebaran Bank Syariah dan Bank Konvensional di Kab Kudus

Bank Syariah	Bank Konvensional
1. Bank Mandiri Syariah	1. Bank Sinarmas ATM
2. Bank BNI Syariah Kudus	2. Bank Sinarmas ATM KC Sudirman
3. Bank Jateng Syariah	3. Bank Jateng Cabang Kudus
4. Bank Muamalat	4. Bank Danamon Setor Tunai
5. Bank Mandiri Syariah PP UMK	5. PD BPR BANK
6. BPRS Saka Dana Mulia	6. Bank Jateng Plasa Kudus
	7. Bank BTN KCP Kudus
	8. Bank BTN Branch
	9. Bank BNI Kantor Cabang Pembantu Kudus
	10. Bank BRI
	11. BPTN Bank
	12. Permata Bank
	13. Bank Mega
	14. Bank Mandiri-Area Kudus
	15. BRI Unit Kudus Kota
	16. Shinhan Bank KC Kudus

Sumber: <https://jumlah.bank.syariah.di.kab.kudus>

Dari tabel diatas diketahui ada beberapa Lembaga keuangan Syariah yang terdapat di wilayah tersebut namun mengapa dari hasil wawancara beberapa masyarakat dari

¹¹ Hasil Observasi pada Masyarakat di Kecamatan Kota Kudus, tanggal 11 Februari 2021 dan 14 Februari 2021.

komunitas GUSJIGANG justru memilih di Bank konvensional dalam bertransaksi dan menabung.

Maka dari itu atas pemaparan-pemaparan yang telah diuraikan diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "**Pengaruh Layanan M-Banking Syariah, Religiusitas dan Pengetahuan Perbankan Syariah Terhadap Preferensi Menabung Masyarakat Pada Perbankan Syariah**" (Studi Kasus Pada Komunitas GUSJIGANG Di Kabupaten Kudus).

1.2 Perumusan Masalah

1. Apakah factor layanan *M-banking* Syariah secara individu berpengaruh terhadap *preferensi* menabung Masyarakat di bank syariah?
2. Apakah tingkat *religiusitas* secara individu berpengaruh terhadap *preferensi* menabung Masyarakat di bank syariah?
3. Apakah pengetahuan perbankan syariah secara individu berpengaruh terhadap *preferensi* menabung masyarakat bank Syariah?
4. Apakah factor layanan *M-banking* Syariah, tingkat *religiusitas*, dan pengetahuan perbankan syariah secara bersama-sama berpengaruh terhadap *preferensi* menabung masyarakat di bank Syariah?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk Mengetahui apakah layanan *M-banking* Syariah secara individu berpengaruh terhadap *preferensi* menabung Komunitas GUSJIGANG di bank Syariah.
2. Untuk mengetahui apakah tingkat *religiusitas* secara individu berpengaruh terhadap *preferensi* menabung Komunitas GUSJIGANG di bank Syariah.
3. Untuk mengetahui apakah pengetahuan perbankan syariah secara individu berpengaruh terhadap *preferensi* menabung Komunitas GUSJIGANG di bank Syariah.
4. Untuk mengetahui apakah factor layanan *M-banking* Syariah, tingkat *religiusitas*, *product knowledge* dan pengetahuan perbankan syariah secara simultan berpengaruh terhadap *preferensi* menabung Komunitas GUSJIGANG di bank Syariah.

1.3.2 Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Dengan adanya hasil dari penelitian ini dapat menjadi sebuah masukan bagi pengembangan ilmu khususnya mengenai pengaruh factor layanan M-banking Syariah, tingkat *religiusitas*, dan pengetahuan perbankan syariah terhadap *preferensi* menabung nasabah di bank syariah.

2. Secara Praktis

Dapat memberikan informasi dan masukan kepada nasabah pada saat ingin menabung di Perbankan Syariah, serta pengetahuan mahasiswa mengenai Lembaga Keuangan Syariah serta akad-akad yang ada di dalamnya. Diharapkan dengan hasil dari penelitian dapat memberikan gambaran untuk menyusun strategi yang lebih efektif dan bermanfaat bagi perusahaan dalam mengevaluasi kinerja guna memperluas pengetahuan masyarakat mengenai perbankan syariah, produk serta keunggulannya sehingga dapat dijadikan sebagai masukan untuk memahami dan memenuhi kebutuhan masyarakat.

1.4 Sistematika Penulisan

Untuk dapat memberikan gambaran mengenai penelitian ini dapat disusun sistematika pembahasan penulisan sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Sistematika Penelitian.

2. BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

Berisi tentang Teori, Penelitian Terdahulu, Kerangka Pemikiran, Hipotesis Penelitian.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Berisi tentang Rancangan Penelitian, variabel Penelitian dan Definisi Operasional, Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling, jenis dan Sumber Data, Metode Pengolahan dan Analisis Data.

4. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Berisi tentang Hasil Pengujian Instrumen (Validitas dan Reliabilitas), Hasil Pengujian Deskripsi, Hasil Pengujian Hipotesis, Pembahasan.

5. BAB V PENUTUP

Berisi tentang Kesimpulan dari seluruh uraian mulai bab terdahulu, Saran yang bisa menunjang peningkatan dari permasalahan yang dilakukan peneliti dan Penutup

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Teori Layanan *M-Banking* Syariah

2.1.1 Pengertian layanan *M-Banking* Syariah

Layanan *Mobile banking* atau *M-Banking* adalah suatu fasilitas atau layanan yang ada dalam perbankan yang bisa diakses dengan memanfaatkan alat komunikasi seperti *handphone android*, dengan penyediaan fasilitas untuk bertransaksi dengan perbankan melalui aplikasi pada *smartphone* yang bisa di unduh di *play store*¹².

Sedangkan layanan *mobile banking syariah* merupakan pengembangan dari dua bentuk inovasi bank syariah sebelumnya yaitu sms banking dan internet banking. Terdapat banyak kesamaan secara fungsional antara internet banking dan mobile banking. Jenis-jenis layanan perbankan syariah yang terdapat pada mobile banking relative sama dengan internet banking seperti transfer dana, informasi saldo, mutasi rekening, pembayaran, pembelian dan layanan lainnya.¹³

Layanan mobile banking digunakan dengan perangkat smart phone seperti *Blackberry*, *Apple*, dan Hp berbasis *android* serta *Window*. Nasabah bank syariah bisa memanfaatkan layanan *M-Banking* setelah mendownload di *playstore*. Nasabah menggunakan aplikasi layanan *M-Banking* tidak dipungut biaya pulsa melainkan kuota internet. Setelah transaksi keuangan nasabah bank syariah hendak digunakan, barulah bank syariah mengenakan *fee* atas penggunaan layanan mobile banking seperti biaya transfer ke rekening bank lain, *fee* pembayaran rekening air, telepon dan *fee* pembelian pulsa.¹⁴

2.1.2 Manfaat Layanan *M-Banking* Syariah

1. Layanan *mobile banking* berfungsi guna memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi perbankan (kecuali penarikan uang tunai), tanpa perlu

¹² Wiji Nurastuti, *Teknologi Perbankan* (Jakarta: Graha Ilmu, 2011), hlm. 18.

¹³ Muammar Arafat Yusmud, *Aspek Hukum Perbankan Syariah dari Teori ke Praktik*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), hlm. 80.

¹⁴ *Ibid.* hlm. 80.

datang ke bank maupun ATM, layanan *mobile banking* memberikan akses tanpa batas bagi nasabah dalam memenuhi kebutuhan.¹⁵

2. Nasabah dapat mengakses informasi dan melakukan transaksi yang diinginkan menggunakan *mobile banking* yang berkaitan dengan perbankan. Beberapa transaksi yang dapat dilakukan, seperti *transfer* dana, informasi saldo, mutasi rekening, informasi nilai tukar, pembayaran (kartu kredit, PLN, telepon, handphone, listrik, asuransi), pembelian (pulsa isi ulang, saham).
3. M-Banking menyediakan fitur yang memberikan kemudahan, kenyamanan dan aksebilitas serta *mobile banking* dianggap penting untuk menarik pelanggan.¹⁶

2.1.3 Fasilitas layanan *M-Banking*

Mobile banking mempunyai beberapa fasilitas transaksi yakni:

- a. Transfer dana atau pemindahan bukaan
 1. Dua atau lebih rekening di bank yang sama
 2. Rekening di bank yang berbeda, non syariah
 3. Dan lain-lain
- b. Informasi
 1. Saldo Rekening
 2. Mutasi Rekening
 3. Transaksi
 4. Dan lain-lain
- c. Pembayaran
 1. Pulsa berbagai operator
 2. Iuran TV Kabel
 3. Pembayaran Pendidikan
 4. Listrik
 5. Kartu Kredit

Mobile Banking adalah salah satu jenis pelayanan yang ada pada perbankan syariah berdasarkan media *elektronik* dan dapat langsung diakses oleh nasabah melalui aplikasi *M-Banking* yang ada di *play store*.¹⁷

¹⁵ Sumarwan, U, *Perilaku Konsumen*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011). Hlm. 32.

¹⁶ Firdausa Kumala Sari, Novita Safitri and Wahyu Anggraini, *TRUST ON SHARIA M-BANKING: EVIDANCE ON MILENIALS GENERATIONS*, Journal of Islamic Economic Scholar, 2019. Hlm. 4.

2.1.4 Faktor yang mempengaruhi layanan *M-Banking* pada konsumen

Adapun faktornya meliputi:

a. Keamanan sistem *m-banking*

Keamanan dalam sistem transaksi keuangan melalui system online merupakan faktor utama yang menjadi prioritas bagi nasabah untuk menggunakan jasa layanan *m-Banking*. Nasabah menuntut kepada pihak penyedia jasa layanan untuk dapat memberikan atau menjamin keamanan transaksi keuangan melalui media *m-banking*.

b. Kemudahan penggunaan layanan

Kemudahan untuk mengakses system layanan secara online melalui media *m-banking* merupakan salah satu faktor yang menentukan kesediaan nasabah untuk menggunakan jasa layanan *mbanking*. Semakin mudah konsumen dalam mengakses layanan perusahaan jasa perbankan secara *mobile* akan meningkatkan sikap konsumen pada jasa layanan perusahaan serta jasa perusahaan akan menunjang sikap konsumen.

c. Privasi pengguna

Dalam sistem layanan perbankan / transaksi keuangan secara *mobile*, nasabah menginginkan privasi yang tinggi. Nasabah tidak mau data dirinya diketahui atau disebarkan dengan sengaja oleh perusahaan. Oleh sebab itu, privasi pengguna merupakan salah satu faktor yang menentukan bagi nasabah untuk menggunakan jasa layanan *m-banking*.

d. Kehandalan layanan

Transaksi keuangan secara *mobile* memiliki keunggulan tanpa batas waktu. Perusahaan yang mampu memberikan layanan tanpa batas waktu (24 jam sehari) akan lebih diminati nasabah.

e. Kredibilitas perusahaan jasa layanan perbankan

Salah satu faktor menentukan nasabah untuk menggunakan jasa layanan perbankan *m-Banking* adalah kredibiitas perusahaan penyedia jasa layanan. Perusahaan dengan

¹⁷ Rido Dermansah, *NASABAH DALAM MENGGUNAKAN MOBILE BANKING (MBANKING) PADA BANK SYARIAH MANDIRI KK UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA YOGYAKARTA DAN STRATEGI PEMASARANNYA*, Laporan Magang, Universitas Islam Indonesia, 2019, hlm. 13.

tingkat kredibilitas yang tinggi lebih diminati nasabah untuk digunakan jasa layanan *m-banking* nya.

f. Kecepatan

Konsumen atau nasabah dewasa ini memiliki kebutuhan/ tuntutan yang lebih kompleks pada penyedia jasa layanan perbankan secara *mobile*. Salah satu aspek yang harus dipenuhi adalah kecepatan koneksi dalam sistem perbankan secara *mobile*. Meskipun kesalahan ini tidak terdapat pada sistem perbankannya melainkan pada *provider* yang dipakai oleh nasabah tersebut. *Provider* jaringan tergantung pada sinyal yang ada pada jaringan, kesalahan pada koneksi sering terjadi pada tempat yang jauh dari jangkauan sinyal.¹⁸

2.1.5 Dampak Penggunaan layanan M-Banking

Penggunaan *m-banking* menimbulkan dampak yang positif secara khusus terhadap bank itu sendiri dan nasabah.¹⁹

a. Bank

Mendapatkan keuntungan, karena nasabah akan semakin bertambah banyak dan bank mendapatkan kepercayaan dari nasabah.

b. Nasabah

Mendapatkan pelayanan yang lebih dari bank, karena dengan adanya *m-Banking* akan semakin mempermudah para nasabah dalam melakukan transaksi perbankan atau hanya sekedar melakukan pengecekan saldo dimanapun, kapanpun dengan dimensi ruang dan waktu yang tidak terbatas.

Fitur yang sederhana membuat *m-banking* melalui ponsel sangat mudah dimengerti. Bank juga merasa untung dengan layanan *m-banking*. Selain itu layanan *m-banking* dapat mempermudah konsumen melakukan transaksi. Bank juga merasa lebih dekat dan dapat menjangkau nasabah mereka dengan *m-banking*.

2.1.6 Kekurangan Layanan M-Banking

Namun demikian berkembangnya internet sebagai basis dalam pelayanan jasa keuangan menyimpan berbagai resiko yang dapat muncul dikemudian hari.

¹⁸ Maryanto Supriyono. *Buku Pintar Perbankan*. Yogyakarta: Andi, 2011, Hlm. 116.

¹⁹ Irfan Nurahmadi Harish, —Pengaruh Kepercayaan Nasabah dan Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2017), 17.

Bagi bank penyelenggara secara umum terdapat empat resiko spesifik yang terkait dengan penggunaan *m-banking*, yaitu:

- a. *Transaction/Operations Risk*, risiko yang timbul atau berasal dari *fraud*, kesalahan dalam proses, gangguan sistem atau kegiatan tidak terduga yang menimbulkan kerugian bagi bank maupun nasabah.
- b. *Reputation Risk*, yang berkaitan erat dengan *corporate image* dari bank itu sendiri apabila layanan *mobile banking*-nya tidak berjalan dengan baik.
- c. *Outsourcing Risk*, dimana bank kerap menggunakan jasa pihak ketiga sebagai *provider* sehingga terdapat kemungkinan layanan pada suatu waktu dapat mengalami gangguan.
- d. *Credit Risk*, risiko kredit dapat timbul apabila Bank memberikan kredit melalui media elektronik misalnya produk kartu kredit.²⁰

Dalam melaksanakan aktivitas layanan *m-banking*, bank akan menghadapi risiko spesifik seperti yang disebutkan di atas akibat penyediaan dan penggunaan teknologi informasi. Untuk itu bank harus melakukan mitigasi atas risiko yang mungkin terjadi dalam layanan *mbanking* dengan memperhatikan prinsip pengendalian pengamanan data nasabah dan transaksi *m-banking*

²⁰ Bank Indonesia, —Pedoman Penerapan Manajemen Risiko Dalam Penggunaan Teknologi Informasi Oleh Bank Umum, || Direktorat Penelitian dan Pengaturan Perbankan, Desember 2007, 78

Gambar 2.1 Layanan M-Banking Syariah



Muamalat Mobile
PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk.

4,0 ★
10 rb ulasan

4,9 MB

3+
Rating 3+ ⓘ

500 rb+
Downloa

Instal

Tentang aplikasi ini →

Muamalat Mobile Banking



Mandiri Syariah Mobile
PT Bank Syariah Mandiri

4,3 ★
20 rb ulasan

26 MB

3+
Rating 3+ ⓘ

1 jt+
Downloa

Instal

Tentang aplikasi ini →

Aplikasi BSM untuk akses rekening nasabah dengan 3G/4G/WIFI melalui smartphone

2.2 Religiusitas

2.2.1 Pengertian Religiusitas

Menurut ensiklopedia Indonesia, religiusitas berarti kehidmatan atau kekhusyukan dalam pemujaan. Sedangkan menurut KBBI, religiusitas memiliki arti bentuk pengabdian terhadap agama. Didalam konteks psikologi agama, religiusitas merupakan perwujudan dari psikologi dan agama yang tidak dapat dipisahkan serta diintegrasikan sebagai inti kualitas hidup manusia yang diartikan sebagai rasa rindu, rasa ingin bersatu dan rasa ingin bersama dengan sesuatu yang abstrak.²¹

Didalam konteks keagamaan, faktor religiusitas dibedakan menjadi dua pembahasan, yaitu: Religi (agama) dengan Religiusitas. Kata Religi atau dalam bahasa Inggris disebut “Religion” dan dalam bahasa Arab disebut “addin” secara bahasa berarti agama. Secara istilah, menurut Nasir dalam Ghozali mengatakan bahwa agama merupakan sebuah sistem yang sudah mengakar didalam jiwa dan mendasar serta secara tidak langsung agama menjadi norma yang mengikat dalam keseharian dan menjadi pedoman secara idealis.²²

2.2.2 Religiusitas dalam prespektif Islam

Didalam perspektif Islam mengenai religiusitas, dijelaskan bahwa setiap umat muslim harus beragama secara kaffah atau sempurna dan menyeluruh, baik dalam segi berpikir dan bertingkah laku. Tidak hanya dalam segi berpikir ataupun bertingkah laku, didalam melakukan aktivitas ekonomi, sosial, politik atau aktivitas lainnya, seorang muslim diwajibkan untuk melakukan segala macam kegiatannya dalam rangka beribadah kepada Allah (lillahita’ala). Sebagaimana dalam surat Al-Baqarah ayat 208, dijelaskan bahwa dimanapun atau dalam keadaan apapun, wajib bagi setiap muslim untuk tetap beragama:²³

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا ادْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَافَّةً وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

²¹ Jalaluddin, Psikologi Agama, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016, Hal 293.

²² Ari Kristin P, “Analisis Pengaruh Faktor Ekonomi Dan Religiusitas Terhadap Persepsi Supervisor Dan Manajer Mengenai Independensi Dewan Pengawas Syariah (Studi Kasus pada Bank Syari’ah di Indonesia)”, *Economica* Volume II / Edisi 2/ Nopember 2012, Hal 135.

²³ Djamaludin Ancok dan Fuat Nashori Suroso, *Psikologi Islami*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1994, Hal 78-79.

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, masuklah kamu ke dalam Islam keseluruhan, dan janganlah kamu turut langkah-langkah syaitan. Sesungguhnya syaitan itu musuh yang nyata bagimu.”

Dari istilah agama dan religi muncullah istilah keberagamaan dan religiusitas. Sebagaimana pengertian agama adalah hubungan umat manusia dengan Dzat yang Menciptakan alam semesta yaitu Allah SWT yang diintegrasikan dalam bentuk sikap batin yang dilihat dalam ibadah-ibadah yang dilakukan dan perilaku keseharian umat tersebut. Sedangkan pengertian religiusitas adalah seberapa jauh pengetahuan keagamaan, seberapa kuat keyakinan dan keimanannya, seberapa tekun pelaksanaan ibadah dan kaidah.²⁴

2.2.3 Aspek Religiusitas

Menurut Mangun Wijaya berpendapat Religiusitas adalah sebuah aspek yang telah dihayati oleh seorang individu di dalam hatinya, bentuk aktualisasi dari hati nurani pribadi dan juga sikap personal. Dalam teori Glock & Stark juga berpendapat mengenai religiusitas beliau mengatakan religiusitas merupakan sikap keberagamaan yang berarti bahwa unsur keagamaan telah merasuk ke dalam diri seseorang. Berikut 5 (lima) aspek religiusitas menurut kementerian dan lingkungan hidup RI 1987:²⁵

- a. Aspek iman yang mengacu kepada keyakinan dan hubungan manusia dengan Dzat penciptanya yaitu Allah SWT, para malaikat, para nabi dan lain sebagainya.
- b. Aspek Islam yang mengacu kepada tingkat frekuensi serta intensitas pelaksanaan ibadah yang diwajibkan bagi umat beragama yaitu sholat, puasa dan zakat.
- c. Aspek ihsan yang mengacu kepada pengalaman keagamaan serta perasaan tentang kehadiran Tuhan, takut melanggar larangan dan lain-lain.
- d. Aspek ilmu yang mengacu kepada pengetahuan seseorang tentang ajaran-ajaran agama.

²⁴ Fuad Nashori dan Rachmy Diana Mucharam, *Mengembangkan Kreativitas dalam Perspektif Psikologi Islami*, Jogjakarta: Menara Kudus Jogjakarta, 2002, Hal 71.

²⁵ Ahmad Thontowi, *Hakekat Religiusitas*, dari: sumsel.kemenag.go.id, diakses tanggal 6 Desember 2021, Hal 2-3.

- e. Aspek amal yang mengacu kepada tingkah laku dalam kehidupan bermasyarakat, misalnya menolong orang lain, membela orang lemah, bekerja dan sebagainya.

2.2.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Religiusitas

Robert H. Thoules mengemukakan empat faktor religiusitas yang dimasukkan dalam kelompok utama yaitu: pengaruh-pengaruh sosial, berbagai pengalaman, kebutuhan dan proses pemikiran.²⁶

1. Faktor sosial mencakup semua pengaruh sosial dalam perkembangan sikap keberagaman yaitu: pendidikan orang tua, tradisi-tradisi sosial dan tekanan-tekanan lingkungan sosial untuk menyesuaikan diri dengan berbagai pendapat dan sikap yang disepakati oleh lingkungan.
2. Faktor lain yaitu pengalaman pribadi atau kelompok pemeluk agama. Pengalaman konflik moral dan seperangkat pengalaman batin emosional yang terikat secara langsung dengan Tuhan atau dengan sejumlah wujud lain pada sikap keberagaman juga dapat membantu dalam perkembangan sikap keberagaman.
3. Faktor ketiga adalah kebutuhan-kebutuhan yang tidak dapat dipenuhi secara sempurna, sehingga mengakibatkan terasa adanya kebutuhan akan kepuasan agama. Kebutuhan-kebutuhan tersebut dapat dikelompokkan dalam empat bagian: kebutuhan akan keselamatan, kebutuhan akan cinta, kebutuhan untuk memperoleh harga diri dan kebutuhan yang timbul karena adanya kematian.
4. Faktor proses pemikiran, dimana faktor ini dimulai dari kebutuhan manusia atau rasa ingin tahu. Manusia akan mulai menggali ilmu yang lebih banyak ketika dia mulai merasakan dorongan dari dalam dirinya untuk menyempurnakan kewajiban-kewajiban dari agama yang dianutnya.

Dari pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa agama adalah sebuah sistem yang terintegrasi dari kepercayaan dan praktik-praktik keagamaan yang relatif condong kepada hal-hal yang sakral. Sementara religiusitas merupakan pandangan sejauh mana keyakinan seseorang dalam nilai-nilai agama tertentu dan idealisme

²⁶Ahmad Isham Nadzir, Nawang Warsi Wulandari, "Hubungan Religiusitas Dengan Penyesuaian Diri Siswa Pondok Pesantren", Jurnal Psikologi Tabularasa Volume 8, No.2, Agustus 2013, Hal 703-704.

yang dimiliki dan dipraktikan oleh individu. Maka dari itu, secara garis besar religiusitas sendiri sangat mengacu kepada aspek keagamaan yang telah dianut dan didalami oleh seseorang didalam hatinya. Hal ini jika digabungkan dengan teori riba dalam Islam maka dapat disimpulkan bahwa keyakinan keagamaan seseorang yang percaya bahwa bunga bank adalah haram hukumnya akan menjadikan nasabah bank memberikan alternatif pilihannya pada bank syariah.²⁷

2.3 Pengetahuan

2.3.1 Pengertian Pengetahuan

Pengetahuan berasal dari kata dasar “tahu”, mendapatkan awalan dan akhiran *pe* dan *an*. Imbuhan *pe-an* berarti menunjukkan adanya proses. Jadi menurut susunan katanya, pengetahuan merupakan suatu proses ingin mengetahui dan ingin menghasilkan sesuatu yang disebut pengetahuan.²⁸ Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengetahuan yakni sesuatu hal yang diketahui oleh nasabah, konsumen, mahasiswa, masyarakat yang berhubungan dengan produk atau suatu hal. Pengetahuan atau kognitif merupakan domain yang sangat penting untuk terbentuknya tindakan seseorang (*over behaviour*).²⁹

Pengetahuan yaitu informasi yang telah diproses dan diorganisasikan untuk memperoleh pemahaman, pembelajaran dan pengalaman yang terakumulasi sehingga bisa diaplikasikan ke dalam masalah/proses bisnis tertentu. Pengetahuan dapat juga diartikan sebagai gejala yang ditemui dan diperoleh manusia melalui pengamatan akal. Pada saat seseorang memakai akal budinya untuk mengenali suatu kejadian tertentu yang belum pernah dirasakan sebelumnya itu dapat memunculkan sebuah Pengetahuan.³⁰

Pengetahuan atau informasi menabung pada perbankan bisa didapat dari orang lain, seperti dari karyawan bank, teman, saudara, keluarga, media cetak, media elektronik, dan lain-lain. Pengetahuan dapat juga berupa kelemahan maupun

²⁷ Nurhayati & Fatmasaris Sukesti, “Peningkatan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Melalui Peningkatan Kualitas Layanan Dan Kepuasan Nasabah Dengan Variabel Religiusitas Sebagai Variabel Moderating (Studi pada Bank Syariah di Kota Semarang)”, *Economica* Volume VII/Edisi 2/Oktober 2016, Hal 144.

²⁸ Maskur Rosyid & Halimatu Saidiah, *Pengetahuan Perbankan Syariah dan Pengaruhnya terhadap Minat Menabung Santri Dan Guru*, *Jurnal Al-Qasd Islamic Economic Alternative*, 2019. Hlm. 40.

²⁹ Kbbi.we.id diakses pada tanggal 11 Januari 2021, pukul 09.00 wib

³⁰ Damianti, dkk, *Perilaku Konsumen*, Depok: PT. Raja Grafindo Persada, 2017, Hal 80.

kelebihan produk, pelayanan, fasilitas, dan sebagainya yang dapat menjelaskan tentang perbankan.³¹

2.3.2 Pengukuran Pengetahuan

Pengukuran pengetahuan dapat dilakukan dengan wawancara atau angket yang menanyakan tentang isi materi yang ingin diukur dari subyek penelitian atau responden. Adapun pengetahuan di bedakan menjadi 3 yaitu:³²

- a. Pengetahuan Faktual Pengetahuan faktual berisi konvensi (kesepakatan) dari elemen-elemen dasar berupa istilah atau symbol (notasi) dalam rangka memperlancar pembicaraan dalam suatu bidang disiplin ilmu atau mata pelajaran. Pengetahuan faktual meliputi aspek-aspek pengetahuan istilah, pengetahuan khusus dan elemen-elemennya berkenaan dengan pengetahuan tentang peristiwa, lokasi, orang, tanggal, sumber informasi, dan sebagainya.
- b. Pengetahuan Konseptual Pengetahuan konseptual memuat ide (gagasan) dalam suatu disiplin ilmu yang memungkinkan orang untuk mengklasifikasikan sesuatu objek itu contoh atau bukan contoh, juga mengelompokkan (mengkategorikan) berbagai objek. Pengetahuan konseptual meliputi prinsip (kaidah), hukum, teorema, atau rumus yang saling berkaitan dan terstruktur dengan baik. Pengetahuan konseptual meliputi pengetahuan klasifikasi dan kategori, pengetahuan dasar dan umum, pengetahuan teori, model, dan truktur.
- c. Pengetahuan Prosedural Pengetahuan prosedural adalah pengetahuan tentang bagaimana urutan langkah-langkah dalam melakukan sesuatu. Pengetahuan prosedural meliputi pengetahuan dari umum ke khusus dan algoritma, pengetahuan metode dan teknik khusus dan pengetahuan kriteria untuk menentukan penggunaan prosedur yang tepat.

2.3.3 Indikator Pengetahuan

³¹ Lestari, *Pengaruh Religiusitas, Produk Bank, Kepercayaan, Pengetahuan, dan Pelayanan terhadap Preferensi Menabung pada Perbankan Syariah Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB* Vol 3 (No 1), 2015, hlm. 4.

³² Soekidjo Notoatmodjo, *Pendidikan dan Perilaku*. Jakarta: Rineka Cipta.2003, hlm. 34.

Menurut Philip Khotler (2000:401) Pola perilaku yang dimiliki konsumen dipengaruhi oleh pengetahuan mereka. Dengan tingkat pengetahuan yang dimilikinya konsumen dapat memproses informasi yang baru, membuat pertimbangan dan mengambil keputusan. Dalam menghadapi penawaran produk/jasa, informasi yang dimiliki masyarakat mengenai produk/jasa akan mempengaruhi perilaku dalam pembelian produk/jasa yang membagi pengetahuan menjadi 4 jenis pengetahuan produk yaitu :³³

- a. Pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk; Seorang konsumen/nasabah akan melihat suatu produk berdasarkan kepada karakteristik atau ciri atau atribut produk tersebut. Bagi seorang nasabah bila ia ingin menginvestasikan uangnya baik dalam bentuk deposito maupun tabungan maka nasabah harus mengetahui jenis investasi, lama investasi, nisbah, bonus dan sebagainya.
- b. Pengetahuan tentang manfaat produk Jenis pengetahuan produk yang kedua adalah tentang manfaat produk. Nasabah menabung atau menginvestasikan dananya di bank syariah, karena ia telah mengetahui manfaatnya seperti terhindar dari riba dan terhindar dari perbuatan dzalim.
- c. Pengetahuan tentang kepuasan Suatu produk akan memberikan kepuasan kepada konsumen jika produk tersebut telah digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen. Agar produk tersebut bisa memberikan kepuasan yang maksimal dan kepuasan yang tinggi kepada konsumen, maka konsumen harus bisa menggunakan atau mengkonsumsi produk tersebut dengan benar.
- d. Pengetahuan tentang konsep dasar bank syariah. *Sekumpulan gagasan atau ide yang sempurna dan bermakna berupa abstrak, entitas mental yang universal dimana mereka bisa diterapkan secara merata untuk setiap ekstensinya sehingga konsep membawa suatu arti yang mewakili sejumlah objek yang mempunyai ciri yang sama dan membentuk suatu kesatuan pengertian tentang suatu hal atau persoalan yang dirumuskan*".³⁴ Intinya

³³ Philip Kottler, *manajemen Pemasaran*, Jakarta:Prenhalindo, 2000. Cet. 2, hlm. 36

³⁴ Amir Mahmud, *Bank Syariah (Teori, Kebijakan dan Studi Empiris di Indonesia)*. Jakarta: Erlangga, 2010. Hlm. 50.

pengetahuan yang mencakup pemahaman tentang dasar-dasar perbankan syariah seperti pembiayaan dan penghimpunan.

2.3.4 Faktor Yang Mempengaruhi Pengetahuan

Pengetahuan seseorang dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya adalah sebagai berikut :³⁵

a) *Pendidikan*

Pendidikan adalah suatu usaha untuk mengembangkan kepribadian dan kemampuan di dalam dan di luar sekolah dan berlangsung seumur hidup. Pendidikan mempengaruhi proses belajar, makin tinggi pendidikan seseorang makin mudah orang tersebut untuk menerima informasi. Dengan pendidikan tinggi maka seseorang akan cenderung untuk mendapatkan informasi, baik dari orang lain maupun dari media massa. Semakin banyak informasi yang masuk semakin banyak pula pengetahuan yang didapat.

b) *Media atau Informasi*

Informasi yang diperoleh baik dari pendidikan formal maupun non formal dapat memberikan pengaruh jangka pendek (*immediate impact*) sehingga menghasilkan perubahan atau peningkatan pengetahuan. Majunya teknologi akan tersedia bermacam-macam media massa yang dapat mempengaruhi pengetahuan masyarakat tentang inovasi baru. Sebagai sarana komunikasi, berbagai bentuk media massa seperti televisi, radio, surat kabar, majalah, dan lain-lain mempunyai pengaruh besar terhadap pembentukan opini dan kepercayaan orang.

c) *Lingkungan*

Lingkungan adalah segala sesuatu yang ada di sekitar individu, baik lingkungan fisik, biologis, maupun sosial. Lingkungan berpengaruh terhadap proses masuknya pengetahuan ke dalam individu yang berada dalam lingkungan tersebut. Hal ini terjadi karena adanya interaksi timbal balik ataupun tidak yang akan direspon sebagai pengetahuan oleh setiap individu.

d) *Pengalaman*

³⁵ Maskur Rosyid & Halimatu Saidiah, *Pengetahuan Perbankan Syariah dan Pengaruhnya terhadap Minat Menabung Santri Dan Guru*, Jurnal Al-Qasd Islamic Economic Alternative, 2019. Hlm. 44

Pengalaman sebagai sumber pengetahuan adalah suatu cara untuk memperoleh kebenaran pengetahuan dengan cara mengulang kembali pengetahuan yang diperoleh dalam memecahkan masalah yang dihadapi masa lalu.

e) *Usia*

Usia mempengaruhi terhadap daya tangkap dan pola pikir seseorang. Semakin bertambah usia akan semakin berkembang pula daya tangkap dan pola pikirnya, sehingga pengetahuan yang diperolehnya semakin membaik. Pada usia madya, individu akan lebih berperan aktif dalam masyarakat dan kehidupan sosial serta lebih banyak melakukan persiapan demi suksesnya upaya menyesuaikan diri menuju usia tua, selain itu orang usia madya akan lebih banyak menggunakan banyak waktu untuk membaca. Kemampuan intelektual, pemecahan masalah, dan kemampuan verbal dilaporkan hampir tidak ada penurunan pada usia ini.

2.4 Perbankan Syariah

2.4.1 Pengertian Perbankan Syariah

Konteks perbankan syariah didalam Al Qur'an berarti perintah mengenai tata cara bertransaksi yang baik dan sesuai dengan aturan agama, yaitu seperti larangan riba, tidak dzalim, mengedepankan keuntungan kedua belah pihak (penjual dan pembeli) dan meghindari transaksi yang bathil atau cacat. Hal ini dilakukan agar perbankan syariah dapat menciptakan kemashalatan dan mengantar manusia ke tingkatan falah yang tertinggi dalam melakukan transaksi. Sehingga manusia akan terhindar dari perbuatan haram dan dzalim yang dapat merusak jiwa manusia.

Secara bahasa perbankan sendiri berasal dari kata banque dalam bahasa Prancis dan banco dalam bahasa Italia yang berarti peti, lemari atau bangku. Kata peti atau lemari disini memiliki artian bahwasanya bank adalah tempat untuk menyimpan barang-barang berharga seperti peti emas, peti perak, peti berlian, peti uang dan lain sebagainya.

Sedangkan menurut KBBI, pengertian bank adalah lembaga keuangan yang memberikan jasa pelayanan kredit, jasa dan juga peredaran uang. Hal ini tercantum pada Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan. Kemudian dilanjutkan dengan Undang-Undang RI Nomor 7 Tahun 1992 Pasal 1 Butir 2 yang berbunyi:”badan usaha yang menghimpun dana masyarakat dalam

bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan dalam bentuk lainnya dalam rangka untuk meningkatkan taraf hidup rakyat.”

Dari berbagai pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa bank adalah lembaga keuangan yang bertugas untuk menghimpun dan menyalurkan dana baik secara debit maupun kredit.

Sedangkan yang dimaksud dengan label syariah disini adalah pemahaman untuk menetapkan hukum Syar’i atau hukum agama Islam kedalam setiap perilaku manusia dengan tujuan mencapai kemaslahatan yang didasarkan pada Al-Qur’an, hadist dan ijma’.

Maka dapat disimpulkan bahwa Bank Syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga bank. Bank islam atau biasa disebut dengan bank tanpa bunga, adalah lembaga keuangan perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berdasarkan pada Al-Qur’an dan Hadits Nabi SAW. Atau dengan kata lain, Bank islam adalah lembaga keuangan perbankan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip-prinsip syari’ah Islam.³⁶

2.4.2 Prinsip Bank Syariah

Dalam operasinya, bank Syariah mengikuti aturan-aturan dan norma-norma Islam, seperti yang disebutkan dalam pengertian di atas, yaitu :³⁷

- a. Bebas dari bunga (riba)
- b. Bebas dari kegiatan spekulatif yang non produktif seperti perjudian (maysir)
- c. Bebas dari hal-hal yang tidak jelas dan meragukan (gharar)
- d. Bebas dari hal-hal yang rusak atau tidak sah (bathil)
- e. Hanya membiayai kegiatan usaha yang halal
- f. Pembagian yang seimbang

³⁶ Basaria Nainggolan, *Perbankan Syariah Di Indonesia*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016. Hlm. 86-87.

³⁷Ascarya Diana Yumanita. *Seri Kebanksentralan No. 14 Bank Syariah: Gambaran Umum*. (Jakarta : PUSAT PENDIDIKAN DAN STUDI KEBANKSENTRALAN (PPSK) BANK INDONESIA). Hal. 4.

Prinsip utama dari Bank Syariah sendiri adalah pengharaman atau larangan atas riba pada setiap transaksi, yaitu pada pelaksanaan aktivitas bisnis atas dasar kesetaraan, keadilan dan keterbukaan, pembentukan team work beserta mitra kerja haruslah yang saling menguntungkan dan tidak saling menjatuhkan satu sama lain, serta pemilahan sumber penghasilan yang halal. Sistem operasional anti riba dalam bank syariah akan membantu para nasabah untuk terhindar dari kemudharatan dan mempermudah para nasabah untuk mencapai falah. Dikarenakan apabila terdapat esensi riba dalam sebuah transaksi, maka hasil yang didapat dari transaksi tersebut tentu akan mengandung mudharat dan jauh dari ridha-Nya. Sebagaimana dalam surat Al-Baqarah ayat 275-276 yang menjelaskan tentang keharaman riba dan juga bahaya riba bagi kehidupan manusia.³⁸

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ (٢٧٥) يَمْحَقُ اللَّهُ الرِّبَا وَيُزِيلِ الصَّدَقَاتِ وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ كُلَّ كَفَّارٍ أَثِيمٍ (٢٧٢)

Artinya: “Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena (tekanan) penyakit gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barang siapa mendapatkan peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya, dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barang siapa yang mengulangi (mengambil riba), maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya. (275) Allah memusnahkan riba dan menyuburkan sedekah. Allah tidak menyukai setiap orang yang tetap dalam kekafiran dan bergelimang dosa. (276)

Jika dalam perbankan konvensional kita mengenal sistem bunga sedangkan didalam aspek Islam kita mengenal sistem bagi hasil tentu saja berbeda dengan bunga. Pada sistem bunga, nasabah akan mendapatkan hasil yang sudah pasti berupa presentase tertentu dari saldo yang disimpannya di bank tersebut. Sedangkan pada sistem bagi hasil, tidak seperti itu. Bagi hasil dihitung dari hasil usaha pihak bank dalam mengelola uang nasabah. Bank dan nasabah membuat perjanjian bagi

³⁸ Nainggolan, *Perbankan...*, Hal 37-40.

hasil berupa presentase tertentu untuk nasabah dan untuk bank, perbandingan ini disebut nisbah.³⁹

Table 2.1 perbedaan antara riba (bunga) dan bagi hasil

System Bunga	Sistem Bagi Hasil
Tidak terdapat risk and return sharing. Besarnya bunga ditentukan pada saat akad. Jadi, terdapat asumsi pemakaian dana pasti mendatangkan keuntungan.	Berdasarkan risk and return sharing. Besarnya nisbah bagi hasil disepakati pada saat akad dibuat dengan berpedoman pada kemungkinan adanya resiko untung-rugi.
Besarnya bunga berdasarkan persentase atas modal (pokok pinjaman). Besaran bunga biasanya lebih ditentukan berdasarkan tingkat bunga pasar (market interest rate).	Besaran nisbah bagi hasil berdasarkan persentase atas keuntungan yang diperoleh. Besaran nisbah bagi hasil disepakati lebih didasarkan atas kontribusi masing-masing pihak, prospek perolehan keuntungan, dan tingkat resiko yang mungkin terjadi.
Pembayaran bunga tetap sebagai mana dalam perjanjian, tidak terpengaruh pada hasil riil dari pemanfaatan dana.	Jumlah nominal bagi hasil akan berfluktuasi sesuai dengan keuntungan riil dari pemanfaatan dana. Jumlah nominal bagi hasil akan berfluktuasi sesuai dengan keuntungan riil dari pemanfaatan dana
Jumlah pembayaran bunga tidak akan meningkat meskipun jumlah keuntungan mengalami peningkatan secara drastis.	Jumlah pembagian laba bagi hasil akan meningkat ketika jumlah keuntungan mengalami peningkatan secara drastis.
Eksistensi bunga diragukan oleh hampir semua agama samawi, para pemikir besar, bahkan ekonomi.	Eksistensinya berdasarkan nilai-nilai keadilan yang bersumber dari syariah Islam.

³⁹ Muhammad Syafii Antonio, *Bank Syariah: Dari teori ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani Press, 2001, hlm. 60-61.

2.4.3 Produk Perbankan Syariah

Produk dapat diartikan sebagai sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah. Artinya, produk disini dapat memberikan manfaat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari konsumen dan juga dapat dimiliki oleh konsumen sesuai dengan keinginannya. Tujuan mengkonsumsi produk sendiri adalah untuk memenuhi kebutuhan rohani maupun jasmani konsumen. Terdapat 3 jenis produk yang ditawarkan oleh Bank Syariah, yaitu :⁴⁰

a. Produk Penyaluran dana (landing)

Didalam penyaluran dana Bank Syariah, terdapat empat kategori pembiayaan syariah yang dibedakan berdasarkan kepada tujuan penggunaannya, yaitu:

- Pembiayaan dengan prinsip jual beli (Ba'i)

Pembiayaan dengan prinsip jual beli / ba'i adalah pembiayaan yang memiliki unsur perpindahan kepemilikan barang atau benda antara si penjual dan si pembeli. Berdasarkan bentuk pembayarannya dan waktu penyerahan barangnya, pembiayaan dengan prinsip jual beli 3, yaitu:

Pembiayaan Murabahah

Murabahah merupakan transaksi jual beli bank syariah dimana bank berperan sebagai penjual dan nasabah sebagai pembeli. Dimana nantinya harga jual barang akan dihitung dari harga beli barang ditambah dengan dengan margin yang telah disepakati diawal kesepakatan. Di dalam pembiayaan murabahah penyerahan barang dilakukan setelah berlangsungnya akad beserta pembayaran uang muka dan pembayaran selanjutnya dapat dilakukan secara berangsur.

Pembiayaan Salam

Salam merupakan transaksi jual beli dengan objek transaksi yang belum ada atau tersedia. Didalam pembiayaan salam pembayaran dilakukan secara tunai diawal transaksi dan penyerahan barang dilakukan setelahnya. Peran bank didalam pembiayaan ini bertindak sebagai pembeli dan nasabah sebagai penjual.

Pembiayaan Istishna'

⁴⁰Adiwarman A Karim, *Bank Islam; Analisis fiqih dan Keuangan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2017, Hal 97-112.

Istisna' merupakan transaksi jual beli yang alur transaksinya hampir mirip dengan salam, akan tetapi yang membedakan antara istishna' dengan salam adalah proses pembayarannya dapat dilakukan secara berangsur.

- Pembiayaan dengan prinsip sewa (Ijarah)

Pembiayaan ijarah adalah pembiayaan yang berdasarkan pada perpindahan manfaat. Pada hakikatnya prinsip sewa sama dengan prinsip jual beli dan perbedaannya terletak pada objek transaksinya yaitu apabila transaksi jual beli menggunakan objek barang maka transaksi sewa menggunakan objek jasa.

Pada akhir akad objek yang disewakan dapat dijual kepada nasabah. Prinsip syariah yang digunakan merupakan sewa yang diikuti pemindahan kepemilikan atau biasa disebut dengan IMBT (Ijarah Muntahiyah Bit Tamlik)

- Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil

Produk pembiayaan syariah dengan prinsip bagi hasil terbagi menjadi dua, yaitu:

Pembiayaan Musyarakah

Pembiayaan musyarakah merupakan pembiayaan dengan asas kerja sama dimana baik bank dan nasabah sama-sama memberikan kontribusi atau modal dengan keuntungan dan kerugian yang ditanggung bersama sesuai kesepakatan.

Pembiayaan Mudharabah

Pembiayaan mudharabah merupakan pembiayaan dengan asas kerja sama antar dua belah pihak dimana salah satu pihak sebagai pemilik modal (shahibul mal) dan yang satunya lagi sebagai pengelola modal (mudharib) dengan keuntungan dan kerugian yang ditanggung bersama sesuai kesepakatan.

- Pembiayaan dengan akad pelengkap

Prinsip dari akad pelengkap tidak ditujukan untuk mencari keuntungan, akan tetapi dengan tujuan untuk mempermudah pelaksanaan pembiayaan. Akad pelengkap ini adalah akad-akad tabarru'. Yang termasuk dalam akad pelengkap disini adalah:

Hiwalah (Peralihan Hutang)

Hiwalah merupakan akad peralihan hutang dengan tujuan untuk membantu nasabah mendapatkan modal tunai dengan cepat dan mudah untuk kelancaran

bisnisnya. Dimana bank berperan sebagai penanggung hutang nasabah dan nantinya bank akan mendapat ganti biaya atas jasa peralihan hutang tersebut.

Rahn (Gadai)

Rahn merupakan akad pencairan modal nasabah dengan cara memberikan jaminan pembayaran kembali kepada pihak bank. Dimana nasabah harus melunasi peminjaman modal yang ada untuk menebus jaminan yang diberikannya kepada bank.

Qardh (Pinjaman Uang)

Qardh merupakan akad pinjam-meminjam uang yang terbagi kedalam empat aplikasi peminjaman, yaitu: pinjaman talangan haji, pinjaman tunai dengan produk kartu kredit, pinjaman kepada pengusaha kecil dan pinjaman kepada pengurus bank.

Wakalah (Perwakilan)

Wakalah merupakan aplikasi perbankan yang disediakan kepada nasabah apabila nasabah meminta kepada bank untuk mewakili dirinya atas pekerjaan atau jasa tertentu. Seperti pembukuan L/C, inkaso dan transfer uang.

Kafalah (Garansi Bank)

Kafalah atau garansi bank merupakan aplikasi perbankan yang diberikan kepada nasabah untuk menjamin pembayaran suatu kewajiban pembayaran yang dimiliki oleh nasabah.

b. Produk penghimpunan dana (funding)

Produk penghimpunan dana Bank Syariah dapat berbentuk giro, tabungan dan deposito. Prinsip operasional syariah yang diterapkan adalah prinsip wadiah dan mudharabah.

Prinsip Wadiah

Prinsip wadiah yang diterapkan oleh bank syariah adalah wadiah yad-dhamanah yang terdapat dalam produk rekening giro. Berbeda dengan wadiah yad-amanah yang mempunyai prinsip harta titipan tidak boleh dimanfaatkan oleh yang dititipkan. Pada wadiah yad-dhamanah pihak-pihak yang dititipi (bank) bertanggung jawab atas keutuhan harta titipan sehingga boleh memanfaatkan harta titipan tersebut.

Prinsip Mudharabah

Prinsip mudharabah disini bank berperan sebagai mudharib (pengelola dana) dan deposan atau nasabah sebagai sahibul mal (pemilik modal). Mudharabah dibagi menjadi dua yakni mudharabah mutlaqah atau URIA (Unrestricted Investment Account) dan mudharabah muqayyadah atau RIA (Restricted Investment Account). Mudharabah mutlaqah adalah deposan atau nasabah memberikan hak sepenuhnya pada bank untuk memutar atau menginvestasikan dananya. Sedangkan mudharabah muqayyadah adalah deposan atau nasabah memberi batasan pada bank untuk menginvestasikan dananya sebagai contoh batasan pada tempat, jenis usaha dan lainnya.

c. Jasa (service)

Selain berfungsi sebagai intermediaries (penghubung) antara pihak yang membutuhkan dana dengan pihak yang kelebihan dana, bank syariah dapat pula melakukan berbagai pelayanan jasa perbankan pada nasabah dengan imbalan sewa atau keuntungan yang dijanjikan. Jasa pelayanan perbankan tersebut adalah:

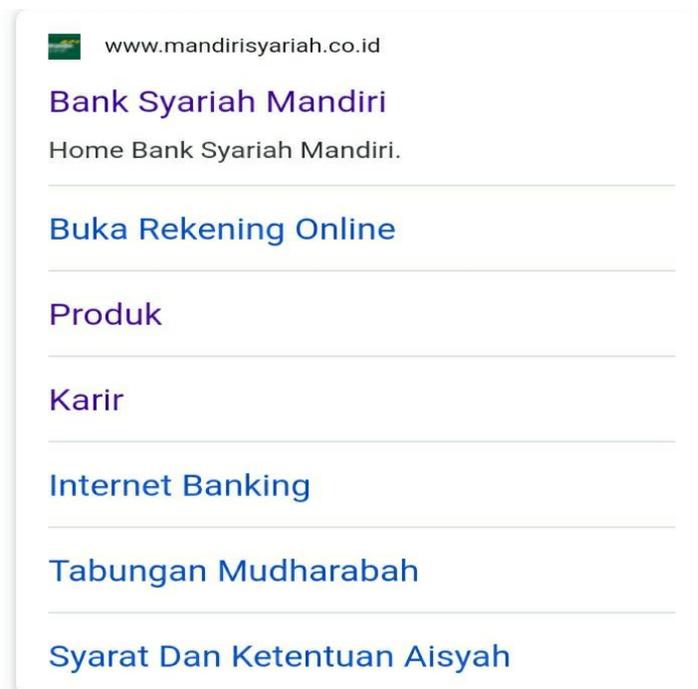
Sharf (Jual Beli Valuta Asing)

Sharf merupakan transaksi jual beli mata uang yang tidak sejenis dalam waktu yang sama dan bank mengambil keuntungan dalam harga jual mata uang tersebut.

Ijarah (Sewa)

Ijarah merupakan jenis kegiatan bank dengan menyediakan penyewaan kotak penyimpanan (save deposit box) dan jasa tata laksana administrasi dokumen (custodian). Dan bank akan mendapat imbalan dari kegiatan jasa tersebut.

Gambar 2.3 Produk Bank Mandiri Syariah



2.5 Preferensi Menabung

2.5.1 Pengertian Preferensi Menabung

Preferensi adalah langkah pertama untuk menjelaskan alasan seseorang lebih suka suatu produk dari jenis produk lainnya.⁴¹ Preferensi mempunyai makna pilihan atau memilih, istilah untuk mengganti kata *preference* dengan arti yang sama dengan minat terhadap sesuatu. Preferensi merupakan suatu sifat atau keinginan untuk memilih. Menurut Indiarto preferensi konsumen didefinisikan sebagai selera subjektif. Konsumen dipersilahkan melakukan rangking terhadap barang yang produsen tawarkan.⁴²

Preferensi konsumen jelas berhubungan erat dengan permasalahan penetapan pilihan sikap dasar yang digunakan untuk menerangkan pilihan menentukan tingkah laku individu dalam masalah penetapan pilihan. Preferensi bisa timbul bukan hanya karena rangsangan yang diberikan oleh bank untuk menarik minat menabung masyarakat. Namun nasabah saat ini lebih berhati-hati sebelum memutuskan bank manakah yang akan dipilihnya sebagai tempat menginvestasikan

⁴¹ Phillip Khotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, edisi ke 13,(Jakarta: Erlangga, 2009), hlm: 200.

⁴² Imam Mu'aziz, Ikhwan Hamdani, Ahmad Mulyadi, analisis faktor yang mempengaruhi preferensi menabung nasabah di BPRS Amanah ummah, *Jurnal ekonomi islam, p-ISSN: 2087-2178, Vol 8 no 2, Desember 2017*. Diakses pada 12 Januari 2021.

dananya. Penilaian masyarakat terhadap bank tidak hanya terpaku pada masalah kuantitas seperti bagi hasil yang diberikan bank, tetapi sudah berkembang pada persoalan kualitas, baik mengenai produk bank maupun layanannya.⁴³

Menabung merupakan suatu aktivitas guna memenuhi suatu kebutuhan yaitu jaminan akan materi, menabung merupakan kegiatan aktivitas yang memerlukan adanya keinginan dalam diri seseorang untuk menyalurkan dan menyimpan uangnya di bank. Menabung memerlukan minat agar perilakunya terarah pada aktivitas tersebut (menabung). Sedangkan pengertian tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati. Dari pengertian tersebut tersirat bahwa orang yang menabung mempunyai hak untuk memperoleh kembali tabungannya dengan syarat tertentu. Dengan demikian tabungan juga memberikan manfaat fungsional, praktis serta emosional untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah.

2.5.2 Pembentuk Preferensi

Menurut Simamora ada beberapa langkah yang harus dilalui sampai konsumen membentuk preferensi yaitu:⁴⁴

- a. Pertama, diasumsikan bahwa konsumen melihat produk sebagai sekumpulan atribut. Konsumen yang berbeda memiliki persepsi yang berbeda tentang atribut apa yang relevan.
- b. Kedua, tingkat kepentingan atribut berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masing-masing. Konsumen memiliki penekanan yang berbeda-beda dalam atribut apa yang paling penting.
- c. Ketiga, konsumen mengembangkan sejumlah kepercayaan tentang letak produk pada setiap atribut.
- d. Keempat, tingkat kepuasan konsumen terhadap produk akan beragam sesuai dengan perbedaan atribut.
- e. Kelima, konsumen akan sampai pada sikap terhadap merek yang berbeda melalui prosedur evaluasi.

2.5.3 Faktor Yang Mempengaruhi Timbulnya Preferensi

⁴³ Zainab, *Pengaruh Citra merek, Periklanan, dan Persepsi terhadap minat menabung nasabah*, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2011), hlm: 31-32

⁴⁴ Bilson Simamora, *panduan riset dan perilaku konsumen*. (Jakarta: LP3ES, 2004), hlm: 87

Menurut Crow and Crow yang dikutip dalam bukunya Abdul Rahman Saleh berpendapat ada tiga faktor yang mempengaruhi timbulnya minat atau preferensi, yaitu:⁴⁵

a. Faktor dorongan dari dalam

Artinya mengarah pada kebutuhan-kebutuhan yang muncul dari dalam individu, merupakan faktor yang berhubungan dengan dorongan fisik, motif, mempertahankan diri dari rasa lapar, rasa takut, rasa sakit, juga dorongan ingin tahu membangkitkan minat untuk mengadakan penelitian dan sebagainya.

b. Faktor motif sosial

Artinya mengarah pada penyesuaian diri dengan lingkungan agar dapat diterima dan diakui oleh lingkungannya atau aktivitas untuk memenuhi kebutuhan sosial, seperti bekerja, mendapatkan status, mendapatkan perhatian dan penghargaan.

c. Faktor emosional atau perasaan

Artinya minat yang erat hubungannya dengan perasaan atau emosi, keberhasilan dalam beraktivitas yang didorong oleh minat akan membawa rasa senang dan memperkuat minat yang sudah ada, sebaliknya kegagalan akan mengurangi minat individu tersebut.

Sedangkan menurut pendapat lain yakni faktor penentu yang mempengaruhi variasi dalam perilaku konsumen atau preferensi dan faktor-faktor penentu tersebut dapat dibagi menjadi dua faktor utama:⁴⁶

- 1) Faktor Lingkungan. Perilaku konsumen di dalam lingkungan yang kompleks akan dipengaruhi oleh faktor-faktor lingkungan seperti:
 - a. Budaya,
 - b. Kelas sosial,
 - c. Pengaruh pribadi.
- 2) Faktor Psikologis. Faktor ini adalah proses pengolahan informasi, pembelajaran dan perubahan sikap atau perilaku yang terdiri dari
 - a. Motivasi dan keterlibatan

⁴⁵ Sukron, *Faktor yang mempengaruhi nasabah non muslim menjadi nasabah di bank BNI syariah*, (Skripsi: IAIN Walisongo, 2012), hlm: 15

⁴⁶ Fahd Noor, *Preferensi Masyarakat Pesantren Terhadap Bank Syariah (Studi Kasus DKI Jakarta)*, *Tazkia Islamic Finance and Business Review* 6, 2014. Hlm. 67.

- b. Persepsi
- c. Proses belajar / pengetahuan
- d. Kepercayaan, demografi dan sikap

2.5.4 Alternatif Preferensi dalam Ekonomi Islam

Alternatif pilihan atau preferensi menabung nasabah dalam memilih untuk menabung dibank syariah berkaitan dengan karakteristik perilaku konsumen dalam ilmu ekonomi Islam. Jika didalam penjelasan pilihan konsumen pada ekonomi konvensional, konsumen akan selalu cenderung memilih untuk memperoleh kepuasan (*utility*) dalam kegiatan konsumsinya tanpa memikirkan keseimbangan aspek-aspek lainnya. Sedangkan berbeda dengan ekonomi Islam, dimana yang menjadi tujuan dari kegiatan konsumsinya adalah kecenderungan untuk mendapatkan kemaslahatan atau manfaat serta berkah didunia dan akhirat. Dimana definisi dari manfaat yaitu:⁴⁷

a. Manfaat material

Merupakan segala sesuatu berupa diperolehnya tambahan harta atau kekayaan bagi konsumen sebagai akibat pembelian suatu barang dan jasa. Manfaat material juga berperan dalam terpenuhinya kebutuhan fisik atau psikis manusia.

b. Manfaat intelektual

Merupakan terpenuhinya kebutuhan akal manusia ketika ia mengkonsumsi suatu barang atau jasa. Dimana konsumen akan mendapatkan beragam informasi mengenai barang atau jasa tersebut.

c. Manfaat terhadap lingkungan

Merupakan manfaat positif yang didapatkan ketika konsumen mengonsumsi suatu barang atau jasa dan manfaatnya dapat dirasakan oleh sekitarnya.

Sedangkan berkah akan hadir dalam kehidupan konsumen apabila konsumen mencantumkan beberapa aspek dibawah ini kedalam aktivitas konsumsinya, seperti:

- a. Memastikan kehalalan barang atau jasa yang dikonsumsi sehingga bukan merupakan barang haram.

⁴⁷M. Zaenal Arifin, “Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas dan Product Knowledge Terhadap Preferensi Menabung di Perbankan Syariah”, Skripsi, Salatiga: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga, 2016, Hal 26-27.

- b. Tidak melakukan konsumsi yang berlebihan di luar kemampuan dan kebutuhan dirinya.
- c. Aktivitas konsumsi yang dilakukan diniatkan untuk mendapatkan ridha Allah SWT (lillahita'ala).

2.6 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Peneitian Terdahulu

No	Peneliti	Persamaan	Perbedaan
1	M. Zaenal Arifin “Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas dan Product Knowladge Terhadap Preferensi Menabung di Perbankan Syariah Skripsi, 2016	a. Variabel Religiusitas b. Variabel Preferensi Menabung	a. Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh positif terhadap Preferensi menabung Mahasiswa. Sementara dalam penelitian ini menunjukkan bahwa religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap preferensi menabung di bank syariah pada komunitas Gusjigang
2	Herlina Dwi Cahyati “ Pengaruh <i>Product Knowledge</i> dan Presepsi Terhadap Preferensi Menabung di Bank Syariah dengan <i>Disposable Income</i> Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Mahasiswa IAIN Salatiga)	a. Variabel Preferensi Menabung	a. Pada penelitian terdahulu menggunakan variable persepsi sedangkan di penelitian ini tidak menggunakan variable persepsi. Hasil dari penelitian terdahulu menunjukkan bahwa variabel <i>product knowledge</i> tidak berpengaruh terhadap preferensi menabung di

	Skripsi, 2017		bank syariah dan persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi menabung di bank syariah. Sementara di penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan perbankan syariah berpengaruh positif terhadap preferensi menabung di bank syariah pada komunitas Gusjigang
3	<p>Firdausa Kumala Sari Novita Safitri and Wahyu Anggraini</p> <p>“Trust On Sharia M-BANKING: Evidance On Milenials Generations”</p> <p><i>Journal of Islamic Economic Scholar</i> Vol. 1, No.1 (2019)</p>	a. Variabel M-Banking Syariah	a. Hasil Penelitian ini menguji kepercayaan generasi milenial pada produk mobile banking syariah dalam mempermudah menyelesaikan masalah keuangan mereka. Untuk mengetahui kepercayaan generasi milenial, peneliti menggunakan konstruk Technology Acceptance Model (TAM) untuk mengetahui tingkat kepercayaan mereka pada produk mobile banking syariah. TAM menjelaskan bahwa kepercayaan pengguna pada produk mobile banking syariah

			dipengaruhi oleh PEOU, PU, attitude (ATP), dan minat (ITU) mereka. Persepsi pengguna mengenai kemudahan (PEoU), kegunaan (PU), perasaan positif (attitude), dan minat menggunakan pada produk mobile banking syariah tercermin dari kepercayaan yang mereka rasakan.
4	<p>Febby Larasati</p> <p>“PENGARUH RELIGIUSITAS, PRODUK BANK, KEPERCAYAAN, PENGETAHUAN, DAN PELAYANAN TERHADAP PREFERENSI MENABUNG PADA PERBANKAN SYARIAH</p> <p>(Studi Pada Mahasiswa Akuntansi STIE Perbanas Surabaya)</p> <p>Artikel Ilmiah, 2017</p>	<p>a. Variable Religiusitas</p> <p>b. Variable Pengetahuan</p> <p>c. Variable Layanan</p> <p>d. Variable Preferensi Menabung</p>	<p>a. Berdasarkan penelitian terdahulu mengenai preferensi menabung pada perbankan syariah dapat disimpulkan bahwa variabel Religiusitas dan variabel pelayanan yang berpengaruh signifikan sedangkan variabel produk bank, kepercayaan dan pengetahuan tidak berpengaruh signifikan. Sementara di penelitian ini menunjukkan bahwa variabel religiusitas tidak berpengaruh signifikan, variabel layanan berpengaruh positif, variabel pengetahuan berpengaruh positif</p>

			terhadap preferensi menabung di bank syariah
5	Ari Kristin P “Analisis Pengaruh Faktor Ekonomi Dan Religiusitas Terhadap Persepsi Supervisor Dan Manajer Mengenai Independensi Dewan Pengawas Syariah (Studi Kasus pada Bank Syari’ah di Indonesia)”, <i>Economica</i> Volume II / Edisi 2/ Nopember 2012,	a. Variabel Religiusitas	a. Hasilnya religiusitas dan factor ekonomi berpegaruh positif terhadap Persepsi Supervisor Dan Manajer Mengenai Independensi Dewan Pengawas Syariah. Sementara di penelitian ini religiusitas tidak berpengaruh terhadap preferensi menabung di bank syariah.
6	Fadhilatul Hasanah, <i>Pengeruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Mahasiswa UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG pada BANK SYARIAH</i> , Jurnal Akutansi dan Bisnis, 2019	a. Variable Religiusitas b. Variable Pengetahuan c. Variable Preferensi Menabung	a. Adanya pengaruh <i>religiusitas</i> terhadap preferensi menabung mahasiswa UMP pada bank syariah dengan berpengaruh dan signifikan. Artinya preferensi menabung mahasiswa UMP memang didasari rasa tanggung jawab pada agamanya (<i>religiusitas</i>) dan itu mempengaruhi untuk mahasiswa UMP untuk menabung pada bank syariah. b. Tidak adanya pengaruh pengetahuan terhadap preferensi menabung mahasiswa UMP pada bank syariah tidak

			berpengaruh dan signifikan. Artinya preferensi mahasiswa UMP untuk menabung tidak dipengaruhi oleh pengetahuan tentang bank syariah. Sementara di penelitian ini menunjukkan bahwa variable religiusitas tidak memiliki pengaruh signifikan dan variable pengetahuan memiliki pengaruh positif terhadap preferensi menabung di bank syariah.
--	--	--	--

Dari penelitian terdahulu diatas peneliti mengacu pada beberapa variabel yakni Variabel X yaitu Layanan *M-Banking* Syariah (X1), Religiusitas (X2), Pengetahuan Perbankan Syariah (X3) dan Variabel Y yaitu Preferensi Menabung.

Indikator Variabel:

X1 Layanan *M-Banking* Syariah

1. Kemudahan layanan *M-Banking*
2. Kecepatan akses informasi layanan *M-Banking*
3. Fitur layanan *M-Banking*
4. Keandalan layanan *M-Banking*
5. Keamanan system layanan *M-Banking*

X2 Religiusitas

1. Kepercayaan akan kebenaran ajaran Islam
2. Mengerjakan ritual-ritual agama Islam (ibadah)
3. Pengalaman religius dalam kehidupan sehari-hari
4. Pengetahuan tentang ajaran pokok Islam yang sesuai dengan Al-Qur'an
5. Konsekuensi dalam menjalani ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari

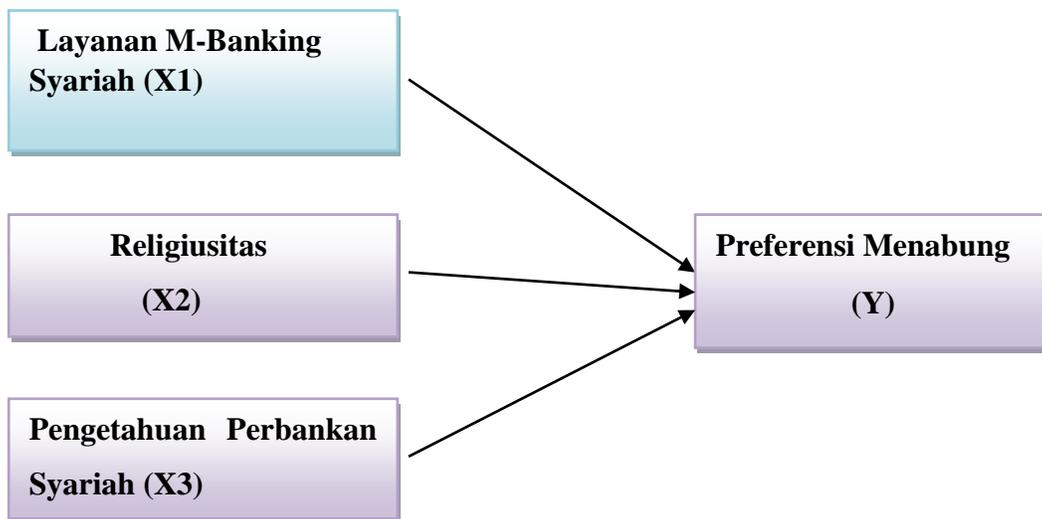
X3 Pengetahuan Perbankan Syariah

1. Pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk
2. Pengetahuan mengenai manfaat produk
3. Pengetahuan mengenai risiko produk
4. Pengetahuan mengenai kepuasan produk
5. Pengetahuan tentang konsep dasar bank syariah

Y Preferensi Menabung

1. Factor dorongan dari dalam diri sendiri
2. Motif social
3. Factor psikologis
4. Factor lingkungan
5. Factor emosional

2.7 Kerangka Berpikir



2.8 Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban yang sifatnya sementara terhadap rumusan masalah penelitian, rumusan penelitian dapat dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Bisa dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan berdasarkan teori yang valid atau relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang didapat melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga bisa dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian. Belum jawaban yang empiris.⁴⁸

Dalam penelitian ini diajukan empat hipotesis penelitian yakni:

⁴⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif R&D*, Bandung: Alfabeta, 2012, hlm. 64

1. Ho = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara layanan M-Banking syariah, religiusitas dan pengetahuan perbankan syariah terhadap preferensi menabung Komunitas GUSJIGANG di perbankan syariah.
Ha = Terdapat pengaruh yang signifikan antara layanan M-Banking syariah, religiusitas dan pengetahuan perbankan syariah terhadap preferensi menabung Komunitas GUSJIGANG di perbankan syariah.
2. Ho = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara layanan M-Banking syariah terhadap preferensi menabung Komunitas GUSJIGANG di perbankan syariah.
Ha = Terdapat pengaruh yang signifikan antara layanan M-Banking syariah terhadap preferensi menabung Komunitas GUSJIGANG di perbankan syariah.
3. Ho = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara religiusitas terhadap preferensi menabung Komunitas GUSJIGANG di perbankan syariah.
Ha = Terdapat pengaruh yang signifikan antara religiusitas terhadap preferensi menabung Komunitas GUSJIGANG di perbankan syariah.
4. Ho = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara layanan pengetahuan perbankan syariah terhadap preferensi menabung Komunitas GUSJIGANG di perbankan syariah.
Ha = Terdapat pengaruh yang signifikan antara pengetahuan perbankan syariah terhadap preferensi menabung Komunitas GUSJIGANG di perbankan syariah.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian dan Sumber Data

3.1.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan untuk penelitian ini adalah penelitian di lapangan yang menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif. Metode penelitian ini yaitu jenis penelitian yang menggambarkan serta menguraikan tentang suatu keadaan atau kejadian sejelas mungkin dengan cara menggunakan kuesioner sebagai alat untuk mengumpulkan keterangan dan informasi yang diolah dengan menggunakan statistik, yaitu analisis regresi linier berganda untuk mengetahui hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).⁴⁹

Pengertian metode kuantitatif secara spesifik adalah metode penelitian yang berlandaskan kepada filsafat positivisme atau memandang sebuah kejadian itu dapat dibuktikan kebenarannya yaitu dengan menggunakan data yang berwujud angka-angka dan cara pembahasannya dengan uji statistik, teknik perhitungan secara kuantitatif matematik dapat dilakukan sehingga dapat menghasilkan suatu kesimpulan atau hipotesis.⁵⁰

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menguji teori, menciptakan fakta, memberikan penjelasan tentang statistik, menunjukkan hubungan dan pengaruh antara layanan M-Banking syariah, religiusitas dan pengetahuan perbankan syariah terhadap preferensi menabung Komunitas GUSJIGANG Kab Kudus di perbankan syariah.

3.1.2 Sumber Data

Data merupakan bahan keterangan tentang suatu objek penelitian yang diperoleh dari penelitian yang sudah peneliti lakukan di lokasi penelitian. Sumber data dari penelitian ini menggunakan dua data yakni data primer dan sekunder.

⁴⁹ Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, PT Remaja Rosdikarya: Mei 2013, h.37

⁵⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*, Bandung: Penerbit Alfabeta, 2013, Hal 13.

a. Data Primer

Yakni sumber data penelitian yang diambil secara langsung dari sumber aslinya atau tidak melalui media perantara. Data primer bisa berupa opini subyek (orang), secara individual (kelompok), hasil dari observasi terhadap suatu benda (fisik) dan kejadian, kegiatan dan hasil pengujian-pengujian.⁵¹ Dalam penelitian ini peneliti mengambil data secara langsung maupun secara daring dari Komunitas GUSJIGANG Kab Kudus dengan memanfaatkan kuisisioner sebagai perantara untuk mengambil data tentang layanan M-Banking syariah, religiusitas dan pengetahuan apakah ada pengaruh terhadap preferensi menabung di perbankan syariah.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder. Data sekunder juga dikumpulkan berdasarkan sumber-sumber yang telah ada. Dalam penelitian ini, berupa penelitian terdahulu, jurnal, artikel, dan lain-lain.⁵² Yang termasuk sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah studi literatur yang diperoleh dari buku, jurnal, dan internet yang dapat dijadikan penunjang dalam data sekunder lainnya.

3.2 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilaksanakan oleh peneliti ada dua macam teknik pengumpulan yakni:⁵³

3.2.1 Kuisisioner (angket)

Kuisisioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Adanya kuisisioner ini dimaksudkan agar peneliti memperoleh data lapangan atau empiris untuk memecahkan masalah penelitian dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Responden di sini adalah Komunitas GUSJIGANG Kab Kudus yang memiliki rekening tabungan bank syariah dan pernah melakukan transaksi di perbankan syariah.

⁵¹ Muchammad Fauzi, *Metode Penelitian Kualitatif*, Cetakan Pertama, Semarang: Walisongo Press, 2009, h.165

⁵² Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Kencana, 2013, Hal 16.

⁵³ Siregar, *Metode...*, Hal 18-22.

Kuesioner yang dipakai dalam penelitian ini adalah dengan model tertutup karena jawaban telah tertera dalam angket dan pengukurannya menggunakan skala likert, yaitu skala yang berisi lima tingkat preferensi jawaban, sebagai berikut:

Table 3.1

Skala Penilaian Likert

Simbol	Alternatif Jawaban	Nilai
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
CS	Cukup Setuju	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Setelah skor diperoleh lalu dicari rata-rata skor per responden. Data responden secara individu didistribusikan berdasarkan kriteria tertentu, sehingga dapat dideskripsikan distribusi jawabannya.

3.2.2 Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari dan mengumpulkan data mengenai hal-hal yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, notulen, rapot, agenda dan sebagainya. Dokumentasi dalam penelitian ini yaitu dengan mencatat data, foto, dan mengumpulkan data-data yang berkaitan dengan Komunitas GUSJIGANG Kab Kudus.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi merupakan keseluruhan objek yang menjadi sasaran penelitian. Pengertian dari populasi adalah sekumpulan objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.⁵⁴ Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang tergabung dalam Komunitas GUSJIGANG Kabupaten Kudus. Dan untuk sampelnya yakni komunitas masyarakat yang menerpakan prinsip dari GUSJIGANG terutama dalam memanfaatkan perbankan syariah dalam menabung maupun bertransaksi.

⁵⁴ Lijan Poltak Sinambela, *Metodologi Penelitian Kuantitatif; Untuk Bidang Ilmu Administrasi, Kebijakan Publik, Ekonomi, Sosiologi, Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014, Hal 94.

3.3.2 Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Sampel merupakan sebagian kecil dari populasi yang peneliti gunakan sebagai objek riset kita⁵⁵. Sampel ini bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dapat diambil kesimpulan jika populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena adanya keterbatasan dari dana, tenaga dan waktu oleh karena itu peneliti bisa menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Oleh karena itu sampel yang diambil dari populasi itu harus betul-betul *representatif* (mewakili). Didalam penentuan sampel dibutuhkan adanya teknik sampling yang tepat.

Pengertian dari teknik sampling adalah cara untuk menentukan sampel yang jumlahnya sesuai dengan ukuran yang akan dijadikan sumber data sebenarnya, dengan memperhatikan karakteristik dari populasi agar diperoleh sampel yang representatif atau benar-benar mewakili populasi. Pada penelitian ini teknik yang digunakan adalah teknik non-probability sampling karena peneliti tidak mempunyai data masyarakat yang pernah menabung dan bertransaksi di perbankan syariah. Yang dimaksud dengan non-probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang atau kesempatan tidak sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Dalam non-probability sampling ini menggunakan *convenience Sampling*. *Convenience Sampling* adalah peneliti akan memilih sampel yang memenuhi syarat untuk dijadikan sebagai sampel penelitian atau dimana calon responden yang dipilih adalah mereka yang kebetulan berada di lokasi yang sama dengan peneliti.⁵⁶

Adapun jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini, berdasarkan dari pendapat Roscoe yakni ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah 30 sampai dengan 500 atau dengan cara jumlah sampel minimal 10 kali dari jumlah variable (independen + dependen) yang diteliti.⁵⁷ Berdasarkan pendapat Roscoe, instrument yang digunakan dalam penelitian ini adalah $10 \times 4 = 40$, ini adalah

⁵⁵Jonathan Sarwono, *Metode riset skripsi pendekatan kuantitatif*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo, h.18

⁵⁶ Ibid, Sugiyono, h.117

⁵⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*, Bandung: Penerbit Alfabeta, 2015, Hal 43.

jumlah anggota sampel minimal. Sehingga, penggunaan sampel dalam peneliti ini yaitu 40 sampel kuosioner dari standar minimum.

3.4 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

3.4.1 Variabel Penelitian

Variabel di dalam penelitian merupakan suatu atribut dari sekelompok objek yang diteliti yang mempunyai variasi antara satu dengan yang lainnya dalam kelompok tersebut.⁵⁸ Dalam penelitian ini variabel yang diteliti dibagi menjadi dua kelompok yaitu variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat (*dependent*).

- Variabel Bebas (*Independent Variable*)

variabel yang menjadi penyebab atau mempunyai pengaruh terhadap variabel lain (*variable dependent*). Variabel ini juga sering disebut dengan variabel bebas, prediktor, stimulus, eksogen atau antecedent.⁵⁹

- Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat yaitu variabel yang menjadi akibat atau pengaruh karena adanya variabel lain (variabel bebas). Variabel terikat ini juga sering disebut dengan variabel terikat, variabel respons atau endogen⁶⁰.

3.4.2 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah penjabaran masing-masing variabel terhadap indikator-indikator yang membentuknya. Untuk menghindari terjadinya perbedaan persepsi dalam menginterpretasikan pengetahuan masing-masing menurut konteks penelitian ini, maka definisi operasional dari variabel-variabel penelitian ini dibatasi sebagai berikut:⁶¹

⁵⁸ Sarwono, *Metode riset*.hlm. 81

⁵⁹ Shofian Siregar, *Statistika Deskriptif untuk Penelitian; Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2010, h.110

⁶⁰*Ibid*, h.11

⁶¹ Siti Kholila, “Pengaruh Motivasi Menghindari Riba Dan Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Muamalat KC Surabaya – Mas Mansyur”, Skripsi, Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2018, Hal 48.

Table 3.2
Definisi Operasional Penelitian

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala Ukur
Layanan <i>M-Banking</i> Syariah (X1)	<p>Menurut peneliti Layanan <i>M-Banking</i> Syariah yakni layanan yang ada dalam perbankan yang bisa diakses dengan memanfaatkan alat komunikasi seperti <i>handphone android</i>, dengan penyediaan fasilitas untuk bertransaksi dengan perbankan melalui aplikasi pada <i>smartphone</i>. layanan <i>mobile banking syariah</i> merupakan pengembangan dari dua bentuk inovasi bank syariah sebelumnya yaitu sms banking dan internet banking. Jenis-jenis layanan perbankan syariah yang terdapat pada mobile banking relative sama dengan internet banking seperti transfer dana, informasi saldo, mutasi rekening, pembayaran, pembelian dan layanan lainnya.</p> <p>Factor layanan <i>m-banking</i> syariah yang dapat menarik minat mahasiswa yakni kemudahan layanan <i>M-Banking</i>, kecepatan akses informasi layanan <i>M-Banking</i>, fitur layanan <i>M-Banking</i>, kehandalan layanan <i>M-Banking</i>, keamanan system layanan</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemudahan layanan <i>M-Banking</i> 2. Kecepatan akses informasi layanan <i>M-Banking</i> 3. Fitur layanan <i>M-Banking</i> 4. Kehandalan layanan <i>M-Banking</i> 5. Keamanan system layanan <i>M-Banking</i> 	Skala Likert

	<i>M-Banking</i>		
Religiusitas (X2)	Menurut peneliti, religiusitas jika dalam pemahaman mahasiswa adalah keyakinan dan pemahaman mahasiswa mengenai nilai-nilai ajaran agama Islam serta pengaplikasikannya dalam kehidupan sehari-hari sehingga mencerminkan ketaatan dan kepatuhan dalam beragama. Untuk melihat tingkat religiusitas ini dapat dilihat melalui lima dimensi religiusitas yaitu: Dimensi keyakinan atau akidah Islam, Dimensi praktik agama (peribadahan), Dimensi pengalaman, Dimensi pengetahuan agama dan Dimensi pengamalan atau akhlak.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kepercayaan akan kebenaran ajaran Islam 2. Mengerjakan ritual-ritual agama Islam (ibadah) 3. Pengalaman religius dalam kehidupan sehari-hari 4. Pengetahuan tentang ajaran pokok Islam yang sesuai dengan Al-Qur'an 5. Konsekuensi dalam menjalani ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari 	Skala Likert
Pengetahuan Perbankan Syariah (X3)	Menurut peneliti pengetahuan adalah informasi yang telah diproses dan diorganisasikan untuk memperoleh pemahaman, pembelajaran dan pengalaman yang terakumulasi sehingga bisa diaplikasikan ke dalam masalah/proses bisnis tertentu. Pemahaman	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk 2. Pengetahuan mengenai manfaat produk 3. Pengetahuan 	Skala Likert

	mahasiswa tentang pengetahuan perbankan syariah didasari pada pemahaman dan jenis pengetahuan yang terdiri dari Pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk, pengetahuan mengenai manfaat produk, pengetahuan mengenai risiko produk, pengetahuan mengenai kepuasan produk, pengetahuan tentang konsep dasar bank syariah.	mengenai risiko produk 4. Pengetahuan mengenai kepuasan produk 5. Pengetahuan tentang konsep dasar bank syariah	
Preferensi Menabung (Y)	Menurut peneliti preferensi menabung yakni kesukaan atau kecenderungan seseorang untuk memilih sesuatu produk. Secara pemahaman mahasiswa preferensi bisa didapat dari beberapa factor yakni Factor dorongan dari dalam diri sendiri, otif social, factor psikologis, factor lingkungan dan factor emosional.	1. Factor dorongan dari dalam diri sendiri 2. Motif social 3. Factor psikologis 4. Factor lingkungan 5. Factor emosional	Skala Likert

3.5 Teknik Analisis Data

Cara menganalisis data yaitu dengan cara teknik analisis, seperti alat-alat statistik yang relevan untuk digunakan dalam penelitian. Dalam penelitian kuantitatif ini, teknik analisis data yang digunakan sudah jelas yaitu diarahkan guna menjawab rumusan masalah atau pengujian hipotesis.⁶² Metode yang digunakan adalah Analisis regresi linier Berganda. Penerapan metode ini akan menghasilkan tingkat hubungan antara variabel-variabel yang diteliti. Dengan demikian dapat ditunjukkan seberapa besar kontribusi

⁶² Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2013, h.206

variabel-variabel bebas (independen) terhadap variabel terikatnya (dependen) serta arah hubungan yang terjadi (hubungan negatif atau positif).⁶³

3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas yaitu suatu alat ukur uji dalam kuisioner. Validitas amemiliki arti sejauh mana uji tersebut dapat mengukur dengan tepat dan dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya. Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan membandingkan antara r-hitung (product moment) dengan r-tabel.⁶⁴ Suatu instrumen penelitian dikatakan valid, bila:

- Apabila $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ (pada taraf $\alpha = 5\%$), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut valid.
- Apabila $r \text{ hitung} \leq r \text{ tabel}$ (pada taraf $\alpha = 5\%$), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut tidak valid.

Rumus yang bisa digunakan untuk uji validitas menggunakan teknik korelasi product moment adalah:

$$r = \frac{(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(N \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2)(N \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan:

- R : Koefisien korelasi product moment
- N : Banyaknya sampel
- X : Jumlah skor dalam distribusi X
- Y : Jumlah skor dalam sidtribusi Y
- $\sum XY$: Jumlah perkalian X dan Y
- $\sum X^2$: Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X
- $\sum Y^2$: Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. Reliabilitas dalam penelitian ini diukur dengan teknik Alpha Cronbach.⁶⁵

⁶³ Kholila, *Pengaruh...*, Hal 58.

⁶⁴ Zahreza Fajar Setiara Putra, Mohammad Sholeh dan Naniek Widyastuti, "Analisis Kualitas Layanan Website BTKP-DIY Menggunakan Metode Webqual 4.0", Jurnal JARKOM Vol. 1 No. 2 Januari 2014, Hal 177.

⁶⁵ Putra, et, *Analisis...*, Hal 178.

$$r = \left[\frac{NN-1}{\Sigma ab^2} \right] \left[1 - \frac{\Sigma ab^2 at^2}{\Sigma ab^2} \right]$$

Keterangan:

r = koefisien reabilitas instrument (*Cronbach's Alpha*)

N = banyaknya pertanyaan

Σab^2 = total varians pertanyaan

t = total varians

Teknik Alpha Cronbach dapat digunakan untuk menentukan apakah suatu instrumen penelitian reliabel atau tidak, bila jawaban yang diberikan responden berbentuk skala seperti 1-4 dan 1-5 atau jawaban responden yang menginterpretasikan penilaian sikap.

Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel dengan menggunakan teknik Alpha Cronbach. Nilai cronbach alpha > 0,7 menunjukkan bahwa kuesioner untuk mengukur suatu variabel tersebut adalah reliabel. Sebaliknya, dibawah nilai cronbach alpha < 0,6 menunjukkan bahwa kuesioner untuk mengukur variabel tidak reliabel. Uji reliabilitas dari instrumen penelitian dengan tingkat signifikan (α) = 5%.

3.5.3 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data penelitian yang diperoleh berdistribusi normal atau mendekati normal, karena data yang baik yaitu data yang berdistribusi normal. Didalam penelitian ini menggunakan statistik Kolmogorov-Smirnov Test. Pedoman pengambilan keputusan dengan mengambil taraf signifikansi 5% adalah sebagai berikut:

- Nilai signifikansi (sig) < 0,05, distribusi tidak normal.
- Nilai signifikansi (sig) > 0,05, distribusi normal.

3.5.4 Uji Multikolinieritas

Uji mutikolinieritas ini merupakan bentuk pengujian untuk asumsi dalam analisis regresi berganda. Asumsi multikolinieritas menyatakan bahwa variabel independen harus terbebas dari gejala multikolinieritas. Gejala multikolinieritas adalah gejala korelasi antar variabel independen. Uji ini bertujuan untuk menguji apakah model dalam menggunakan regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Untuk

menguji ada tidaknya multikolinearitas dalam suatu model regresi salah satunya adalah dengan melihat nilai tolerancedanVariance Inflation Factor (VIF).

Dasar pengambilan keputusan adalah apabila nilai tolerance >0,1 atau sama dengan nilai VIF <10 berarti tidak ada multikolinearitas antar variabel dalam model regresi.⁶⁶

3.5.5 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ini terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Tetapi jika varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka disebut homoskedastisitas. Model regresi yang baik yaitu homoskedastisitas yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Ada cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan cara melihat grafik plot antar prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola titik pada grafik scatterplot antara SPRESID dan ZPRED, dimana sumbu Y itu yang telah diprediksi dan sumbu X itu residul yang telah di standardized.⁶⁷ Analisisnya mempunyai dasar sebagai berikut:

- Ketika ada pola seperti titik-titik yang membentuk suatu pola yang teratur bergelombang melebur kemudian menyempitmaka terjadi heteroskedastisitas.
- Ketika tidak ada pola yang jelas seperti titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Ymaka hal ini mengindikasikan tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.5.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2)⁶⁸

Uji R^2 atau uji koefisien determinasi merupakan suatu ukuran yang penting dalam regresi, karena dapat menginformasikan baik atau tidaknya model regresi yang terestimasi, atau dengan kata lain angka tersebut dapat mengukur seberapa dekatkah garis regresi yang terestimasi dengan data sesungguhnya. Suatu persamaan regresi yang baik ditentukan oleh R^2 -nya yang mempunyai nilai antara nol dan satu.

⁶⁶ Yayasan Cendekia Solution Yogyakarta, “Modul Pelatihan Pengolahan Data Statistik Dengan SPSS”, (Walisongo Press), Hal 67.

⁶⁷Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IMB SPSS 19*, Semarang: UNDIP, 2011, h.139.

⁶⁸ Solution Yogyakarta, *Modul Pelatihan.....*Hlm. 70.

3.5.7 Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh beberapa variabel X terhadap satu variabel dependen Y, yang dinyatakan dengan persamaan.

Rumus Regresi Linier Berganda:⁶⁹

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Preferensi menabung mahasiswa di perbankan syariah

a = Nilai konstanta

X₁ = Layanan M-Banking syariah

X₂ = Religiusitas

X₃ = Pengetahuan perbankan syariah

b₁, b₂, b₃ = Koefisien regresi

e = Standar error

3.5.8 Uji Hipotesis⁷⁰

3.5.8.1 Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah secara bersama-sama (simultan) koefisien variabel independen mempunyai pengaruh nyata atau tidak terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui makna nilai F-test tersebut akan dilakukan dengan membandingkan tingkat signifikan (sig.F) dengan tingkat signifikan ($\alpha=5\%$). Apabila sig.F < 0.05 atau apabila Fhitung > Ftabel, maka hipotesis nol ditolak artinya variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis yang akan diuji menggunakan uji F adalah:

- Ho = Layanan M-Banking syariah, religiusitas dan pengetahuan perbankan syariah secara simultan tidak berpengaruh terhadap preferensi menabung Komunitas GUSJIGANG Kudus di perbankan syariah
- Ha = Layanan M-Banking syariah, religiusitas dan pengetahuan perbankan syariah secara simultan berpengaruh terhadap preferensi menabung Komunitas GUSJIGANG Kab Kudus di perbankan syariah

⁶⁹ M. Mariada Rijasa, M. Sukrawa dan Mayun Nadiasa, "Analisis Penilaian Bangunan Rumah Tinggal Di Kota Denpasar", Jurnal Spektran Vol. 2, No. 2, Juli 2014, Hal 33.

⁷⁰ Dwi Purwanti dan Peni Sawitri, "Dampak Rasio Keuangan Terhadap Kebijakan Deviden", Jurnal Bisma Volume 3 No 2 2018, Hal 6

3.5.8.2 Uji T (Parsial)

Uji T digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Dengan penjabaran seperti, apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, artinya variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen.

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima, artinya variabel independen secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Hipotesis yang akan diuji menggunakan uji T adalah:

- H_0 = Layanan M-Banking syariah, religiusitas dan pengetahuan perbankan syariah secara parsial tidak berpengaruh terhadap preferensi menabung Komunitas GUSJIGANG Kab Kudus di perbankan syariah
- H_a = Layanan M-Banking syariah, religiusitas dan pengetahuan perbankan syariah secara parsial berpengaruh terhadap preferensi menabung Komunitas GUSJIGANG Kab Kudus di perbankan syariah

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Sejarah Komunitas GUSJIGANG Kabupaten Kudus

Penelitian Sumintarsih tentang ‘gusjigang etos kerja dan perilaku ekonomi pedagang Kudus’ menjelaskan bahwa kata ‘gusjigang’ mengandung arti ‘ bagus – mengaji – berdagang’ adalah filosofi dari Sunan Kudus. Filosofi ‘gusjigang’ merupakan personifikasi Sunan Kudus agar masyarakat Kudus mempunyai budipekerti yang baik (masalah moralitas, ahklak), pandai mengaji yang berarti menuntut ilmu, rajin beribadah, dan pandai berdagang. Ada yang mengartikan mengaji adalah rajin beribadah, dan ‘ji’ ada yang mengartikan *kaji*.

Ajaran ‘gusjigang’ ini ada yang menyebutkan menonjol di wilayah Kudus Kulon atau *wong ngisor menoro*. Ada anggapan masyarakat di kawasan ini memiliki tingkat religiusitas dan etos kerja lebih tinggi dengan mereka yang jauh dari Menara Kudus (Kudus bagian timur) Tradisi Gusjigang ditanamkan oleh Sunan Kudus sejak perjumpaannya dengan The Ling Sing, tokoh China mantan nakhoda panglima Cheng Hoo, yang menyepakati lahirnya kota Kudus yang merdeka, tidak terikat dengan kerajaan tertentu dan tidak dimonopoli oleh suku atau agama tertentu.

Sementara Sayyid Ja’far Shadiq yang berlatar belakang militer dan ahli agama mencoba merangkul masyarakat untuk bersatu, ber-*tepaselira* dan menghargai perbedaan suku, agama dan ras. Semua pihak mesti merevolusi perilaku, meningkatkan spiritualitas dan menata basis ekonominya. Semangat ini secara *tutur tinular* dikenal masyarakat dengan istilah GUSJIGANG (Bagus, Kaji, Dagang). Filosofi ‘gusjigang’ memiliki arti penting dalam kehidupan masyarakat Kudus. Bagaimana ajaran ‘gusjigang’ ini dipahami dan merasuk dalam perilaku pedagang Kudus, *sangat* dipengaruhi oleh pemaknaan orang Kudus terhadap filosofi ‘gusjigang’ itu sendiri. Dalam konteks ini makna mengacu pada pola-pola interpretasi dan perspektif yang dimiliki bersama yang terekspresi dalam simbol-simbol.

Dalam telaah makna ‘gusjigang’ dalam kehidupan orang Kudus, dengan memperhatikan pandangan ‘dari dalam’, yaitu dari sudut pandang peneliti (orang Kudus pedagang) yaitu *world view* orang Kudus atas etos dalam ‘gusjigang’. Dalam kerangka

ini pemaknaan ‘gus- ji -gang’ pada pedagang Kudus mengandung tiga unsur nilai yang berbeda. Pengungkapan makna ‘gus’ (bagus ahklaknya) akan berbeda analisisnya dengan pengungkapan makna ‘ji’ (belajar, menuntut ilmu), dengan pemaknaan ‘gang’ (pandai berdagang). Namun ketiga unsur ini adalah satu kesatuan. Artinya, seseorang (pedagang) yang menjalankan ‘ji’ dan ‘gang’ sebagai pedagang yang menjalankan praktik berdagang dengan baik, maka dalam konteks ini seseorang pedagang tersebut dapat disebut memiliki ‘gus’ Mengacu pernyataan Tjokroaminoto bahwa etos kerja berbeda antar berbagai segmen masyarakat, maka perilaku ekonomi pedagang dalam bingkai ‘gusjigang’ ini juga akan difokuskan pada pedagang yang berdagang cukup menonjol di Kudus seperti usaha konveksi, usaha kain bordir, usaha jenang kudus.

Pedagang tersebut dengan klasifikasi pengusaha pemilik usaha (konveksi, bordir, jenang), pedagang penjual eceran maupun borongan (konveksi, bordir, jenang), pedagang pengusaha maupun eceran etnik Cina, Arab, dan Jawa. Untuk bisa disebut sebagai wong Kudus, seseorang harus memiliki perilaku ‘gus’, bagus rupa dan bagus laku. Begitu seseorang buruk lakunya, tentu akan berakibat panjang, paling tidak akan mengurangi kepercayaan orang lain terhadap dirinya, dan pada gilirannya akan merugikan usaha dagangannya. Orang yang bagus perilakunya disebut saleh.

Kesalehan seseorang disimbolisasikan dengan kaji. Mengapa kaji? Karena kaji (haji) adalah simbol spiritualitas seseorang yang sudah melewati berbagai tahapan sebelumnya, seperti syahadat, shalat, puasa dan zakat. Dan tentu saja secara ekonomi seorang kaji sudah masuk kategori mampu, karena ongkos naik haji terbilang tidak murah, sehingga status kaji identik dengan identitas pengusaha. Sementara dagang merupakan karakter khas yang hendak dibangun oleh Sayyid Ja’far Shadiq.

Bisnis perdagangan yang hendak ditradisikan oleh Sayyid Ja’far Shadiq adalah perdagangan yang jujur: jika berbicara tidak bohong, jika berjanji tidak mengingkari, jika dipercaya tidak berkhianat, jika membeli tidak mencela, jika menjual tidak memuji, jika berhutang tidak lalai, dan jika punya piutang tidak mempersulit. Jadi, perilaku gusjigang secara umum dicirikan oleh unsur-unsur kewirausahaan. Umumnya mereka memiliki kejelian membaca peluang, kreatif, dan senantiasa menundukkan rasa takut sehingga mampu bertahan dalam oposisi sosial.

Gus Ji Gang adalah pola keberagaman sebagai suatu bentuk tipologi himpunan unsure – unsure praktik pelaksanaan ajaran islam dalam kehidupan keseharian. Faktor lain sebagai pendorong kultur masyarakat Kudus dalam membangun system nilai ini adalah karakter Sunan Kudus yang juga sebagai seorang saudagar. Dalam posisi ini, *gus ji gang* adalah etos kerja yang bersumber dari ajaran islam dalam posisinya sebagai salah satu dari varian keberagaman. Sebagai etos kerja, *gus ji gang* berperan sebagai perangkat untuk memahami, menilai dan mengambil keputusan berbagai situasi dan kondisi bisnis yang dihadapi. Tahap berikutnya sikap dan perilaku di dalam kegiatan bisnis baik bentuk pelayanan jual beli, pengambilan keputusan bisnis atau perilaku yang terkait. Keseluruhan aktualisasi etos kerja ini, melahirkan fenomena cultural yang dikenal formulasi *gus ji gang*.⁷¹

Secara umum Komunitas GUSJIGANG yakni merupakan masyarakat di daerah Kudus yang menerapkan filosofi dari *gus-ji-gang* yang artinya masyarakat yang mempunyai kapasitas keberagaman (religiusitas) yang tinggi baik dari sisi kognisi, afeksi maupun perilaku. Demikian halnya mereka juga memiliki kapasitas interpreneurship handal baik secara teoritis konseptual maupun aplikasi sebagai pelaku bisnis.

4.1.2 Sekilas Tentang Kabupaten Kudus

Kabupaten Kudus adalah sebuah kabupaten di Provinsi Jawa Tengah. Ibu kota kabupaten ini adalah Kota Kudus, terletak di jalur pantai timur laut Jawa Tengah antara Kota Semarang dan Kota Surabaya. Kota ini berjarak 51 kilometer dari timur Kota Semarang. Kudus dikenal sebagai kota penghasil rokok (kretek) terbesar di Jawa Tengah dan juga dikenal sebagai kota santri. Kota ini adalah pusat perkembangan agama Islam pada abad pertengahan. Hal ini dapat dilihat dari adanya tiga makam wali/sunan, yaitu Sunan Kudus, Sunan Muria, dan Sunan Kedu.

Sebagian besar wilayah Kabupaten Kudus adalah dataran rendah. Di sebagian wilayah utara terdapat pegunungan (yaitu Gunung Muria), dengan puncak Puncak Saptorenggo (1.602 m dpl), Puncak Rahtawu (1.522 m dpl), dan Puncak Argojembangan (1.410 m dpl). Sungai terbesar adalah Sungai Serang yang mengalir di sebelah barat,

⁷¹ Mahda Reza Kurniawan, Disertasi: “*Hukum Islam Dan Kebudayaan*” (Semarang: UIN Walisongo, 2018)

membatasi Kabupaten Kudus dengan Kabupaten Demak. Kudus dibelah oleh Sungai Gelis di bagian tengah sehingga terdapat istilah Kudus Barat dan Kudus Timur.

Kabupaten Kudus memiliki beberapa julukan, yaitu:

Kota Semarak

Kudus memiliki semboyan "Semarak", kependekan dari "Sehat, Elok, Maju, Aman, Rapi, Asri, dan Konstitusional", sebagai slogan pemeliharaan keindahan kota

Kota Santri

Karena banyak yang menjadi santri di Kabupaten Kudus. Kabupaten ini juga menjadi pusat perkembangan agama Islam pada abad pertengahan dengan landmark Masjid Menara. Hal itu dapat dilihat dari terdapatnya lima makam yaitu Kyai Telingsing, Sunan Kudus, Sunan Muria, Sunan Kedu, Syeh Syadzili.

Kota Kretek

Karena Kudus terdapat banyak pabrik rokok di antaranya: Djarum, Sukun, Jambu Bol, dll.

Kota Jambu Bol

Kota ini sangat terkenal dengan hasil pertanian jambunya terutama Jambu bol, bahkan jambu bol menjadi flora identitas resmi Kabupaten Kudus.

Jerusalem van Java

Masjid Menara Kudus terdapat batu dari daerah Yerusalem (*Israel*) yang batu tersebut dibawa oleh Sunan Kudus, oleh karena itu masjid yang dibangun Sunan Kudus diberi nama Masjid Al-Aqsa seperti Masjid yang berada di Yerusalem.⁷²

Persebaran lembaga keuangan syariah terutama Perbankan Syariah di Kab Kudus sudah meningkat dari tahun ke tahun. Dalam Kabupaten Kudus terutama di Kec Kudus, Kec Jekulo, Kec Jati dan Kec Kaliwungu terdapat beberapa bank syariah yakni Bank Mandiri Syariah, Bank BNI Syariah Kudus, Bank Jateng Syariah, Bank Muamalat, Bank Mandiri Syariah PP UMK, BPRS Saka Dana Mulia. Dengan perkembangan bank syariah

⁷² https://id.wikipedia.org/wiki/Kabupaten_Kudus, di akses pada tanggal 6 Maret 2021 pukul 10.24 Wib.

di Kab Kudus diharapkan bisa membuat masyarakat lebih mengenal tentang perbankan syariah dan bisa menjadi nasabah kedepannya.

4.2 Gambaran Responden Penelitian

Dalam gambaran ini peneliti akan menyampaikan paparan tentang profil responden terutama jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan dan lama menjadi nasabah. Penyebaran kuesioner/angket dalam penelitian ini diberikan kepada 40 responden dari komunitas masyarakat GUSJIGANG di Kab Kudus yang menabung dan bertransaksi di bank syariah. Adapun karakteristik data responden:

a. Jenis Kelamin

Tabel 4.1 Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persen (%)
Laki-Laki	9	24 %
Perempuan	31	76 %

Sumber : Data Quisioner Responden

Berdasarkan tabel diatas bahwa jumlah responden terdiri dari 40 yang didominasi oleh perempuan dengan 31 orang atau sebanyak 76 % dan untuk laki-laki sebanyak 9 orang atau setara dengan 9 orang.

b. Usia

Tabel 4.2 Jenis Umur

Usia	Jumlah
15 – 20 tahun	3 orang
21 -25 tahun	20 orang
26-30 tahun	6 orang
30-50 tahun	11 orang

Sumber : Data Quisioner Responden

Dari tabel diatas diketahui bahwa yang paing banyak menabung di bank syariah yakni umur 21-25 tahun sebanyak 20 orang, untuk selajutnya dilanjutkan umur 30-50 tahun sebanyak 11 orang, dilanjutkan dengan umur 26 -30 tahun dengan 6 orang dan yang terakhir umur 15-20 tahun dengan 3 orang.

c. Pendidikan

Tabel 4.3 Jenis Pendidikan

Pendidikan	Jumlah	Persen (%)
SD-SMP	3 orang	9 %
SMA	27 orang	66 %
S1	10 orang	25 %
S2	-	-

Sumber : Data Quisioner Responden

Berdasarkan data diatas bahwa pendidikan yang paing berpebgaruh dalam menabung di bank syariah yakni pada pendidikan SMA/Sederajad dengan 27 orang atau setara dengan 66 persen, dilanjutkan dengan pendidikan S1 dengan 10 orang atau setara 25 persen dan yang terakhir dari pendidikan SD-SMP berjumlah 3 orang atau setara dengan 9 persen.

d. Pekerjaan

Tabel 4.4 Jenis Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persen
Pelajar/Mahasiswa	3 orang	9 %
Wiraswasta	27 orang	66 %
Guru	10 orang	25 %
Dosen	-	-

Sumber : Data Quisioner Responden

Berdasarkan data diatas pekerjaan yang berpengaruh dalam preferensi menabung di bank syariah yakni yang pertama wiraswasta/pengusaha/pedagang dengan 27 orang atau setara 66 persen, selanjutnya yakni guru dengan 10 oarang atau setara 25 persen dan yang terakhir yakni mahasiswa/pelajar dengan 3 orang atau setara 9 persen.

e. Lama Menjadi Bank Syariah

Tabel 4.5 Lama Menjadi Nasabah Bank Syariah

Lama Menjadi Nasabah Bank Syariah	Jumlah Responden	Persentase
1-2 tahun	27	66 %
2-3tahun	3	9 %

3-4 tahun	4	12 %
4-5 tahun	5	13 %
>5 tahun	-	-
Total	40	100 %

Sumber : Data Quisioner Responden

Berdasarkan di atas diketahui bahwa jumlah responden berdasarkan lama menjadi nasabah bank syariah yang pertama yakni selama 1 – 2 tahun sebanyak 27 orang dengan persentase 66 %, yang kedua responden berdasarkan lama menjadi nasabah bank syariah selama 2 – 3 tahun sebanyak 3 orang dengan persentase 9 %, ketiga responden berdasarkan lama menjadi nasabah bank syariah selama 3 – 4 tahun sebanyak 4 orang dengan persentase 12 %, dan yang terakhir responden berdasarkan lama menjadi nasabah bank syariah selama 4 – 5 tahun sebanyak 5 orang dengan persentase 13 %.

4.3 Hasil Penelitian

4.3.1 Uji Validitas

Uji validitas yaitu suatu alat ukur uji dalam kuisisioner. Validitas memiliki arti sejauh mana uji tersebut dapat mengukur dengan tepat dan dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya. Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan membandingkan antara r-hitung (product moment) dengan r-tabel.⁷³ Suatu instrumen penelitian dikatakan valid, bila:

- Apabila $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ (pada taraf $\alpha = 5 \%$), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut valid.
- Apabila $r \text{ hitung} \leq r \text{ tabel}$ (pada taraf $\alpha = 5 \%$), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut tidak valid.

⁷³ Zahreza Fajar Setiara Putra, Mohammad Sholeh dan Naniek Widyastuti, "Analisis Kualitas Layanan Website BTKP-DIY Menggunakan Metode Webqual 4.0", Jurnal JARKOM Vol. 1 No. 2 Januari 2014, Hal 177.

Tabel 4.6

Hasil Uji Validitas Variabel Layanan M-Banking Syariah (X1)

Item Soal	r hitung	Tingkat Signifikansi	Keterangan
Layanan M-Banking 1	0,749 > 0,3120	0,05	Valid
Layanan M-Banking 2	0,842 > 0,3120	0,05	Valid
Layanan M-Banking 3	0,827 > 0,3120	0,05	Valid
Layanan M-Banking 4	0,829 > 0,3120	0,05	Valid
Layanan M-Banking 5	0,834 > 0,3120	0,05	Valid
Layanan M-Banking 6	0,876 > 0,3120	0,05	Valid
Layana M-Banking 7	0,805 > 0,3120	0,05	Valid
Layana M-Banking 8	0,858 > 0,3120	0,05	Valid

Sumber: Data Primer Diolah (2021)

Berdasarkan tabel 4.6 hasil uji validitas variabel layanan M-Banking syariah (X1) dapat diketahui bahwa r tabel dengan df (Alpha, n-2) atau (40-2) = 38 dan tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 arah adalah 0,3120. Maka masing-masing item pertanyaan dinyatakan valid karena nilai r hitung > r tabel.

Tabel 4.7

Hasil Uji Validitas Variabel Religiusitas (X2)

Item Soal	r hitung	Tingkat Signifikansi	Keterangan
Religiusitas 1	0,710 > 0,3120	0,05	Valid
Religiusitas 2	0,710 > 0,3120	0,05	Valid
Religiusitas 3	0,789 > 0,3120	0,05	Valid
Religiusitas 4	0,880 > 0,3120	0,05	Valid

Religiusitas 5	0,874 > 0,3120	0,05	Valid
Religiusitas 6	0,874 > 0,3120	0,05	Valid
Religiusitas 7	0,811 > 0,3120	0,05	Valid
Religiusitas 8	0,737 > 0,3120	0,05	Valid

Sumber: Data Primer Diolah (2021)

Berdasarkan tabel 4.7 hasil uji validitas variabel Religiusitas (X_2) dapat diketahui bahwa r tabel dengan df (Alpha, n-2) atau $(40-2) = 38$ dan tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 arah adalah 0,3120. Maka masing-masing item pertanyaan dinyatakan valid karena nilai r hitung > r tabel.

Tabel 4.8

Hasil Uji Validitas Variabel Pengetahuan Perbankan Syariah (X_3)

Item Soal	r hitung	Tingkat Signifikansi	Keterangan
Pengetahuan Perbankan Syariah 1	0,716 > 0,3120	0,05	Valid
Pengetahuan Perbankan Syariah 2	0,774 > 0,3120	0,05	Valid
Pengetahuan Perbankan Syariah 3	0,802 > 0,3120	0,05	Valid
Pengetahuan Perbankan Syariah 4	0,797 > 0,3120	0,05	Valid
Pengetahuan Perbankan Syariah 5	0,824 > 0,3120	0,05	Valid
Pengetahuan Perbankan Syariah 6	0,823 > 0,3120	0,05	Valid
Pengetahuan Perbankan Syariah 7	0,842 > 0,3120	0,05	Valid
Pengetahuan Perbankan Syariah 8	0,838 > 0,3120	0,05	Valid

Sumber: Data Primer Diolah (2021)

Berdasarkan tabel 4.8 hasil uji validitas variabel Pengetahuan Perbankan Syariah (X_3) dapat diketahui bahwa r tabel dengan df (Alpha, n-2) atau (40-2) = 38 dan tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 arah adalah 0,3120. Maka masing-masing item pertanyaan dinyatakan valid karena nilai r hitung > r tabel.

Tabel 4.9

Hasil Uji Validitas Variabel Preferensi Menabung di Bank Syariah (Y)

Item Soal	r hitung	Tingkat Signifikansi	Keterangan
Preferensi Menabung 1	0,858 > 0,3120	0,05	Valid
Preferensi Menabung 2	0,893 > 0,3120	0,05	Valid
Preferensi Menabung 3	0,696 > 0,3120	0,05	Valid
Preferensi Menabung 4	0,862 > 0,3120	0,05	Valid
Preferensi Menabung 5	0,745 > 0,3120	0,05	Valid
Preferensi Menabung 6	0,815 > 0,3120	0,05	Valid
Preferensi Menabung 7	0,925 > 0,3120	0,05	Valid
Preferensi Menabung 8	0,935 > 0,3120	0,05	Valid

Sumber: Data Primer Diolah (2021)

Berdasarkan tabel 4.8 hasil uji validitas variabel Preferensi Menabung di Bank Syariah (X_3) dapat diketahui bahwa r tabel dengan df (Alpha, n-2) atau (40-2) = 38 dan tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 arah adalah 0,3120. Maka masing-masing item pertanyaan dinyatakan valid karena nilai r hitung > r tabel.

4.3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama

dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. Reliabilitas dalam penelitian ini diukur dengan teknik Alpha Cronbach.⁷⁴

Teknik Alpha Cronbach dapat digunakan untuk menentukan apakah suatu instrumen penelitian reliabel atau tidak, bila jawaban yang diberikan responden berbentuk skala seperti 1-4 dan 1-5 atau jawaban responden yang menginterpretasikan penilaian sikap.

Cronbach's Alpha	N of Items
.932	8

Cronbach's Alpha	N of Items
.942	8

Cronbach's Alpha	N of Items
.844	16

Cronbach's Alpha	N of Items
.921	8

Tabel 4.10

Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1, X2, X3 dan Y

No	Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Keterangan
1	Layanan M-Banking Syariah (X1)	0,932	Reliabel
2	Religiusitas (X2)	0,844	Reliabel
3	Pengetahuan Perbankan Syariah (X3)	0,921	Reliabel
4	Preferensi Menabung (Y)	0,942	Reliabel

Berdasarkan tabel 4.10 hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa setiap kuesioner dikatakan reliabel karena nilai Cronbach Alpha lebih dari 0,6. Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel dengan menggunakan teknik Alpha Cronbach. Nilai

⁷⁴ Putra, et, *Analisis...*, Hal 178.

cronbach alpha > 0,7 menunjukkan bahwa kuesioner untuk mengukur suatu variabel tersebut adalah reliabel. Sebaliknya, dibawah nilai cronbach alpha < 0,6 menunjukkan bahwa kuesioner untuk mengukur variabel tidak reliabel. Uji reliabilitas dari instrumen penelitian dengan tingkat signifikan (α) = 5%.

4.3.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah pengujian yang digunakan akan menghasilkan permasalahan yang baik apabila memenuhi pengecekan sebagai berikut :

4.3.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data penelitian yang diperoleh berdistribusi normal atau mendekati normal, karena data yang baik yaitu data yang berdistribusi normal. Didalam penelitian ini menggunakan statistik Kolmogorov-Smirnov Test. Pedoman pengambilan keputusan dengan mengambil taraf signifikansi 5% adalah sebagai berikut:

- Nilai signifikansi (sig) < 0,05, distribusi tidak normal.
- Nilai signifikansi (sig) > 0,05, distribusi normal.

Tabel 4.11 Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.03799570
Most Extreme Differences	Absolute	.117
	Positive	.117
	Negative	-.073
Test Statistic		.117
Asymp. Sig. (2-tailed)		.178 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

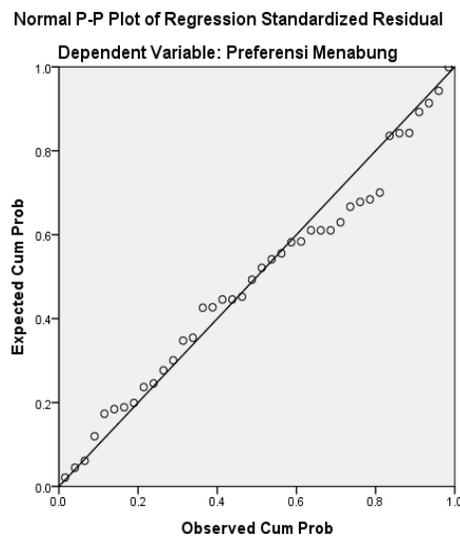
Sumber : Data Primer Diolah (2021)

Tabel 4.11 hasil uji normalitas Kolmogorov-Smirnov dapat diketahui berdistribusi normal. Hal ini dapat dibuktikan dari nilai (Asymp.Sig.2-tailed) pada variabel M-

Banking syariah, Religiusitas, Pengetahuan Perbankan Syariah dan Preferensi menabung masyarakat dibank syariah lebih besar dari 0,05 yaitu $0,178 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Uji normalitas yang kedua menggunakan uji grafik P-Plot untuk mengetahui apakah data yang diuji berdistribusi normal atau tidak. Data dikatakan berdistribusi normal jika data atau titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal.

Gambar 4.1
Grafik P-Plot



Sumber : Data Primer Diolah (2021)

Berdasarkan gambar 4.1 grafik P-Plot di atas dapat diketahui bahwa titik-titik tersebut menyebar disekitar atau mengikuti arah garis diagonal yang menunjukkan pola distribusi normal.

4.3.3.2 Uji Multikolinieritas

Uji mutikolinieritas ini merupakan bentuk pengujian untuk asumsi dalam analisis regresi berganda. Asumsi multikolinieritas menyatakan bahwa variabel independen harus terbebas dari gejala multikolinieritas. Gejala multikolinieritas adalah gejala korelasi antar variabel independen. Uji ini bertujuan untuk menguji apakah model dalam menggunakan regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Untuk menguji ada tidaknya multikolinearitas dalam suatu model regresi salah satunya adalah dengan melihat nilai tolerancedanVariance Inflation Factor (VIF). Dasar pengambilan keputusan adalah apabila

nilai tolerance > 0,1 atau sama dengan nilai VIF < 10 berarti tidak ada multikolinearitas antar variabel dalam model regresi.⁷⁵

Tabel 4.12

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Tolerance	VIF
Model		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	-9.388	6.476		-1.450	.156		
	M-Banking Syariah	.547	.148	.500	3.706	.001	.305	3.275
	Religiusitas	.195	.156	.094	1.245	.221	.980	1.020
	Pengetahuan Perbankan Syariah	.524	.161	.438	3.259	.002	.309	3.241

a. Dependent Variable: Preferensi Menabung
Sumber: Data Primer Diolah (2021)

Berdasarkan tabel 4.12 hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa

1. VIF untuk variabel X₁ (M-Banking syariah) memperoleh nilai 3,275, untuk variabel X₂ (Religiusitas) memperoleh nilai VIF 1,020 dan untuk variable X₃ (Pengetahuan Perbankan Syariah) memperoleh nilai VIF 3,241. Hasil nilai VIF ketiga variabel tersebut lebih kecil dari 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian ini bebas dari adanya multikolinearitas.
2. *Tolerance* untuk variable X₁ (M-Banking syariah) memperoleh nilai 0,305, untuk variable X₂ (Religiusitas) memperoleh nilai 0,980, dan variable X₃ (Pengetahuan perbankan syariah) memperoleh nilai 0,309. Dari ketiga variable tersebut menunjukkan bahwa nilai *tolerance* > 0,1 berarti model regresi dari penelitian ini tidak terjadi gejala multikolinieritas.

4.3.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedasitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian residual dari satu pengamatan dengan pengamatan lainnya. Pengujian ini dapat dilakukan dengan menggunakan uji glejser. Uji glejser dilakukan dengan meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independen, dengan rumus sebagai berikut:

⁷⁵ Yayasan Cendekia Solution Yogyakarta, “Modul Pelatihan Pengolahan Data Statistik Dengan SPSS”, (Walisongo Press), Hal 67.

Kriteria terjadinya masalah heteroskedastisitas dalam suatu model regresi adalah jika nilai signifikansinya $< 0,05$, hal ini berarti bahwa apabila signifikansinya $> 0,05$ penelitian dapat dilanjutkan.⁷⁶

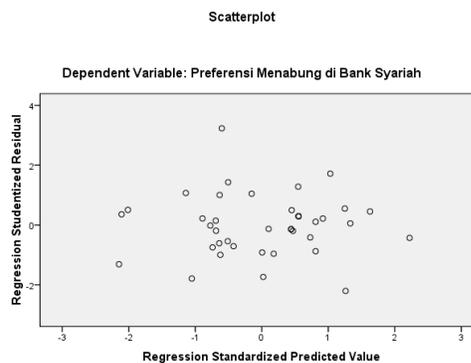
Tabel 4.13
Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.942	4.110		-.472	.640
	M-Banking Syariah	-.100	.094	-.305	-1.069	.292
	Religiusitas	.143	.099	.230	1.443	.158
	Pengetahuan Perbankan Syariah	.057	.102	.160	.562	.577

a. Dependent Variable: abs_res
Sumber: Data Primer Diolah (2021)

Berdasarkan tabel 4.13 hasil uji heteroskedastisitas tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi X1 (M-Banking syariah) sebesar 0,292, X2 (Religiusitas) sebesar 0,158 dan X3 (Pengetahuan Perbankan Syariah) sebesar 0,577 yang memiliki nilai lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas.

Gambar 4.2
Grafik Scatterplot



Sumber : Data Primer Diolah (2021)

Berdasarkan hasil uji di atas menjelaskan bahwa titik titik menyebar dan menjauh dari perpotongan sumbu X maupun sumbu Y (titik 0) berarti hasil pengujian tersebut

⁷⁶ Husein Umar, Metode Penelitian, h.96

menunjukkan bahwa data yang digunakan dalam pengujian ini tidak terkena heteroskedastisitas.

4.3.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji R^2 atau uji koefisien determinasi merupakan suatu ukuran yang penting dalam regresi, karena dapat menginformasikan baik atau tidaknya model regresi yang terestimasi, atau dengan kata lain angka tersebut dapat mengukur seberapa dekat garis regresi yang terestimasi dengan data sesungguhnya. Suatu persamaan regresi yang baik ditentukan oleh R^2 -nya yang mempunyai nilai antara nol dan satu.

Tabel 4.14

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.894 ^a	.800	.783	3.162

a. Predictors: (Constant), Pengetahuan Perbankan Syariah, Religiusitas, M-Banking Syariah

Sumber : Data Primer Diolah (2021)

Berdasarkan tabel 4.14 hasil uji koefisien determinasi tersebut dapat diketahui bahwa *R Square* (R^2) sebesar 0,800 atau 80 % yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara variable M-Banking syariah, Religiusitas dan Pengetahuan Perbankan Syariah Terhadap Masyarakat GUSJIGANG menabung di bank syariah. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

4.3.5 Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh beberapa variabel X terhadap satu variabel dependen Y, yang dinyatakan dengan persamaan

Tabel 4.15
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	T	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	-9.388	6.476		-1.450	.156
	M-Banking Syariah	.547	.148	.500	3.706	.001
	Religiusitas	.195	.156	.094	1.245	.221
	Pengetahuan Perbankan Syariah	.524	.161	.438	3.259	.002

a. Dependent Variable: Preferensi Menabung
Sumber: Data Primer Diolah (2021)

Analisis regresi berganda digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen yaitu terdapat pengaruh antara variable M-Banking syariah, Religiusitas dan Pengetahuan Perbankan Syariah terhadap preferensi menabung di bank syariah. Berdasarkan perhitungan pada tabel 4.15 diatas, dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda yaitu sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y : Preferensi Menabung Di Bank Syariah

a : Konstanta

b₁ : Koefisien Regresi X₁

X₁ : Layanan M-Banking

b₂ : Koefisien Regresi X₂

X₂ : Religiusitas

b₃ : Koefisien Regresi X₃

X₃ : Pengetahuan Perbankan Syariah

e : eror

$$Y = -9,388 + 0,547 X_1 + 0,195 X_2 + 0,524 X_3 + e$$

Adapun interpretasi dari persamaan regresi linear berganda tersebut adalah:

Dari hasil pengujian regresi linier berganda terdapat persamaan yang menunjukkan koefisien regresi dari keempat variabel bebas, yang bertanda positif (+) hal ini berarti bahwa bila variabel M-Banking syariah, Religiusitas dan Pengetahuan Perbankan Syariah terpenuhi yang

mengakibatkan minat menabung akan semakin meningkat, dan sebaliknya jika bertanda negative (-) hal ini berarti bahwa bila variabel M-Banking syariah, Religiusitas dan Pengetahuan Perbankan Syariah tidak terpenuhi yang mengakibatkan menurunnya minat. Dari persamaan tersebut dijelaskan bahwa:

a. Konstanta (a)

Dapat dijabarkan bahwa ketika semua variabel independen atau variabel bebas memiliki nilai (0), maka nilai variabel dependen atau variabel terikatnya sebesar (-9,388). Artinya ketika layanan m – banking syariah, religiusitas dan pengetahuan perbankan syariah mempunyai nilai (0), maka nilai preferensi menabung di bank syariah sebesar (-9,388), berarti skor menabung di bank syariah semakin negatif sebesar -9,388 atau berlawanan arah.

b. Jika layanan M-Banking syariah (X1) ditingkatkan dalam hal ini faktor kemudahan layanan, kecepatan akses informasi layanan, fitur layanan, manfaat layanan dan keamanan sistem dalam layanan ditingkatkan maka minat preferensi menabung masyarakat dari komunitas GUSJIGANG akan meningkat sebesar 0,547 atau 54,7% dengan asumsi variabel independen yang lain ceteris paribus (konstant). Atau artinya semakin baik layanan M-Banking syariah maka semakin besar minat masyarakat komunitas GUSJIGANG untuk menabung di bank syariah.

c. Jika variabel Religiusitas (X2) ditingkatkan dalam hal ini faktor kepercayaan akan kebenaran ajaran Islam ditingkatkan, lebih intensif dalam mengerjakan ritual-ritual agama Islam (Ibadah), mencari pengalaman lebih mengenai religius dalam kehidupan sehari-hari, pengetahuan tentang ajaran pokok Islam yang sesuai dengan Al-Qur'an ditingkatkan dan lebih memperhatikan konsekuensi dalam menjalani ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari, maka minat preferensi menabung masyarakat dari komunitas GUSJIGANG akan meningkat 0,195 atau 19,5%. Dengan asumsi variabel independen yang lain ceteris paribus (konstant). Atau artinya semakin baik tingkat religiusitas maka semakin besar minat masyarakat komunitas GUSJIGANG untuk menabung di bank syariah.

d. Jika variabel Pengetahuan Perbankan Syariah (X3) ditingkatkan dalam hal ini mengenai pemahaman tentang karakteristik dan atribut produk ditingkatkan, manfaat akan produk ditambah, pemahaman tentang resiko produk diperluas, kepuasan

penggunaan produk ditambah dan pengetahuan tentang konsep dasar bank syariah ditingkatkan, maka minat preferensi menabung masyarakat dari komunitas GUSJIGANG akan meningkat 0,524 atau 52,4%. Dengan asumsi variabel independen yang lain ceteris paribus (konstant). Atau artinya semakin baik pengetahuan perbankan syariah maka semakin besar minat masyarakat komunitas GUSJIGANG untuk menabung di bank syariah.

4.3.6 Uji Hipotesis

4.3.6.1 Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah secara bersama-sama (simultan) koefisien variabel independen mempunyai pengaruh nyata atau tidak terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui makna nilai F-test tersebut akan dilakukan dengan membandingkan tingkat signifikan (sig.F) dengan tingkat signifikan ($\alpha=5\%$). Apabila sig.F < 0.05 atau apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka hipotesis nol ditolak artinya variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis yang akan diuji menggunakan uji F adalah:

Ho = Layanan M-Banking syariah, religiusitas dan pengetahuan perbankan syariah secara simultan tidak berpengaruh terhadap preferensi menabung Komunitas GUSJIGANG Kudus di perbankan syariah

Ha = Layanan M-Banking syariah, religiusitas dan pengetahuan perbankan syariah secara simultan berpengaruh terhadap preferensi menabung Komunitas GUSJIGANG Kab Kudus di perbankan syariah

Tabel 4.16

Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1437.553	3	479.184	47.925	.000 ^b
	Residual	359.947	36	9.999		
	Total	1797.500	39			

a. Dependent Variable: Preferensi Menabung

b. Predictors: (Constant), Pengetahuan Perbankan Syariah, Religiusitas, M-Banking Syariah

Sumber : Data primer diolah (2021)

$$\text{Rumus } F \text{ tabel} = F(k ; n-k) = F(3 ; 40-3) = F(3 ; 37) = 2.859$$

Keterangan:

$$k = \text{Jumlah Variabel Bebas}$$

n = Jumlah Responden

Dari tabel 4.16 hasil uji F diatas, dapat diketahui bahwa nilai Fhitung > Ftabel dengan nilai 47.925 > 2.859 dan nilai probabilitas value atau taraf signifikan adalah 0,000 < 0,05. Sehingga hasil uji hipotesisnya yaitu Ha diterima dan Ho ditolak. Hal ini dapat diartikan bahwa variabel M-Banking syariah (X1), Religiusitas (X2) dan Pengetahuan Perbankan Syariah (X3) secara simultan berpengaruh terhadap preferensi menabung masyarakat dibank syariah (Y).

4.4.4.1 Uji T (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Dengan penjabaran seperti, apabila t hitung > t tabel maka Ho ditolak, artinya variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen.

Jika t hitung < t tabel maka Ho diterima, artinya variabel independen secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Hipotesis yang akan diuji menggunakan uji t adalah:

Ho = Layanan M-Banking syariah, religiusitas dan pengetahuan perbankan syariah secara parsial tidak berpengaruh terhadap preferensi menabung Komunitas GUSJIGANG Kab Kudus di perbankan syariah

Ha = Layanan M-Banking syariah, religiusitas dan pengetahuan perbankan syariah secara parsial berpengaruh terhadap preferensi menabung Komunitas GUSJIGANG Kab Kudus di perbankan syariah.

Tabel 4.17
Hasil Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	T	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	-9.388	6.476		-1.450	.156
	M-Banking Syariah	.547	.148	.500	3.706	.001
	Religiusitas	.195	.156	.094	1.245	.221
	Pengetahuan Perbankan Syariah	.524	.161	.438	3.259	.002

a. Dependent Variable: Preferensi Menabung
Sumber : Data Primer Diolah (2021)

$$\text{Tabel} = t(\alpha/2 ; n-k-1) = (0,05 : 2 ; 40-3-1) = t \text{ tabel } 0,025 ; 36 = 2.02809$$

Keterangan:

α = Tingkat Signifikansi

k = Jumlah Variabel Bebas

n = Jumlah Responden

Simpulan pertama berdasarkan tabel 4.17 variabel M-Banking Syariah (X1), memperoleh nilai t hitung sebesar 3.706 sedangkan nilai t tabel 2.02809, dapat disimpulkan bahwa nilai t hitung $3.706 > 2.02809$ dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ maka H_0 ditolak. Nilai t hitung positif menunjukkan bahwa variabel X1 mempunyai hubungan yang searah dengan Y. Jadi, dapat disimpulkan bahwa variabel M-Banking Syariah berpengaruh positif signifikan terhadap Preferensi Menabung masyarakat dibank syariah.

Simpulan kedua berdasarkan tabel 4.17 variabel Religiusitas (X2), memperoleh nilai t hitung sebesar 1.245 sedangkan nilai t tabel 2.02809, dapat disimpulkan bahwa nilai t hitung $1.245 < 2.02809$ dan nilai signifikansi $0,221 > 0,05$ maka H_a ditolak. Jadi, dapat disimpulkan bahwa variabel Religiusitas tidak berpengaruh terhadap Preferensi Menabung masyarakat dibank syariah.

Simpulan terakhir berdasarkan tabel 4.17 variabel Pengetahuan Perbankan Syariah (X3), memperoleh nilai t hitung sebesar 3.259 sedangkan nilai t tabel 2.02809, dapat disimpulkan bahwa nilai t hitung $3.259 > 2.02809$ dan nilai signifikansi $0,002 < 0,05$ maka H_0 ditolak. Nilai t hitung positif menunjukkan bahwa variabel X3 mempunyai hubungan yang searah dengan Y. Jadi, dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan Perbankan Syariah berpengaruh positif signifikan terhadap Preferensi Menabung masyarakat dibank syariah.

4.5 Pembahasan Hasil Analisis Data Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh layanan M-Banking Syariah, Religiusitas dan Pengetahuan Perbankan Syariah terhadap Preferensi Menabung Masyarakat dari Komunitas GUSJIGANG di Perbankan Syariah. Hasil pembahasan hipotesis adalah sebagai berikut :

4.4.1 Pengaruh Layanan M-Banking Syariah Terhadap Preferensi Menabung Masyarakat di Bank Syariah

Hasil hipotesis pertama dari penelitian ini yang dilakukan peneliti bahwa hasil yang didapat dari data yang sudah diolah menggunakan program SPSS menunjukkan bahwa berdasarkan pengujian *t-test*, nilai koefisien *t* hitung sebesar 3.706 sedangkan nilai *t* table 2.02809, dapat disimpulkan bahwa nilai *t* hitung $3.706 > 2.02809$ dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ maka H_0 ditolak. Nilai *t* hitung positif menunjukkan bahwa variabel X1 mempunyai hubungan yang searah dengan Y. Jadi, dapat disimpulkan bahwa variabel M-Banking Syariah berpengaruh positif signifikan terhadap Preferensi Menabung masyarakat di bank syariah.

Hipotesis pertama menjelaskan bahwa faktor layanan M-Banking Syariah memiliki pengaruh terhadap Preferensi Menabung masyarakat di bank syariah. Hasil tersebut sesuai dengan penelitian dari Firdausa Kumala Sari Novita Safitri and Wahyu Anggraini (2019) tentang ini menguji kepercayaan generasi milenial pada produk mobile banking syariah dalam mempermudah menyelesaikan masalah keuangan mereka. Alasannya persepsi pengguna mengenai kemudahan (PEoU), kegunaan (PU), perasaan positif (*attitude*), dan minat menggunakan pada produk mobile banking syariah tercermin dari kepercayaan yang mereka rasakan.

Hal itu juga tercermin dalam penelitian ini, faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam memilih menabung di bank syariah yakni kepercayaan, kemudahan dan manfaat. Layanan M-Banking Syariah memberikan kemudahan dalam bertransaksi di sektor perbankan, karena ketika masyarakat yang susah atau males keluar mereka lebih memilih memanfaatkan teknologi canggih dari perbankan syariah yakni layanan M-Banking Syariah yang dapat memudahkan penggunaanya dalam bertransaksi secara online.

4.4.2 Pengaruh Religiusitas Terhadap Preferensi Menabung Masyarakat di Bank Syariah

Hasil hipotesis kedua dalam penelitian ini yang dilakukan peneliti bahwa hasil yang didapat dari data yang sudah diolah menggunakan program SPSS menunjukkan bahwa berdasarkan pengujian *t-test*, nilai koefisien *t* hitung didapat sebesar 1.245 sedangkan nilai *t* table 2.02809, dapat disimpulkan bahwa nilai *t* hitung $1.245 < 2.02809$

dan nilai signifikansi $0,221 > 0,05$ maka H_a ditolak. Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel religiusitas memiliki pengaruh positif tidak signifikan terhadap preferensi menabung di bank syariah. Hal ini menunjukkan bahwa variabel religiusitas memiliki pengaruh yang searah terhadap preferensi menabung yang artinya bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang, maka akan tinggi pula pemahaman masyarakat terhadap transaksi yang dilarang oleh agama seperti riba, maysir, dan gharar akan meningkatkan preferensi masyarakat menjadi nasabah di Bank Syariah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa religiusitas tidak signifikan, karena masyarakat menggunakan bank syariah berdasarkan faktor kebutuhan bukan karena faktor agama, meskipun mayoritas masyarakat Kudus beragama Islam namun tidak semua memiliki tingkat religiusitas yang sama dan pemahaman masyarakat tentang hukum riba, gharar dan maysir. Penelitian ini menunjukkan bahwa tingginya religiusitas yang dimiliki masyarakat akan mempengaruhi minat. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori dari Schiffman dan Kanuk yang menyebutkan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi minat yaitu tingkat religiusitas. Menurut Djalaludin keberagamaan atau religiusitas adalah suatu yang amat penting bagi kehidupan manusia. Dorongan beragama merupakan salah satu dorongan yang bekerja dalam diri manusia sebagaimana seperti dorongan-dorongan yang lain seperti makan, minum, intelek dan sebagainya. Maka dorongan beragama pun menuntut untuk dipenuhi, sehingga pribadi manusia mencapai kepuasan dan ketenangan. Untuk menguatkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, peneliti melakukan pengamatan dan observasi melalui kuisioner pada 40 responden yang diambil dari masyarakat Gusjigang di Kudus. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat setuju bahwa religiusitas yang dimiliki seseorang akan mempengaruhi minat masyarakat untuk menjadi nasabah di Bank Syariah. Penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sayyidatul Maghfiroh yang meneliti pengaruh religiusitas, pendapatan, dan lingkungan sosial terhadap minat menabung di bank syariah. Hal ini dapat diartikan faktor Religiusitas (agama) dengan tujuan menjalankan apa yang diperintahkan Allah SWT dan menjauhi apa yang dilarang-Nya. Bentuk upaya dalam transaksi perbankan untuk menghindarnya dari riba, gharar, dan maysir merupakan faktor pendorong untuk pengambilan keputusan menabung di bank syariah. Tingkat kesadaran yang tinggi dalam menjalankan perintah agama merupakan salah satu bentuk amalan dalam menjalankan

syariat Islam dengan cara menabung di bank syariah. Tingkat religiusitas sangatlah penting dalam mengambil sebuah keputusan, karena semakin tinggi tingkat religiusitas semakin baik dalam memahami dan mengimplemenntasikan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari.

4.4.3 Pengaruh Pengetahuan Perbankan Syariah Terhadap Preferensi Menabung Masyarakat di Bank Syariah

Hasil hipotesis ketiga dalam penelitian ini yang dilakukan peneliti bahwa hasil yang didapat dari data yang sudah diolah menggunakan program SPSS menunjukkan bahwa berdasarkan pengujian *t-test*, memperoleh nilai koefisien *t* hitung sebesar 3.259 sedangkan nilai *t* table 2.02809, dapat disimpulkan bahwa nilai *t* hitung $3.259 > 2.02809$ dan nilai signifikansi $0,002 < 0,05$ maka H_0 ditolak. Nilai *t* hitung positif menunjukkan bahwa variabel X_3 mempunyai hubungan yang searah dengan *Y*. Jadi, dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan Perbankan Syariah berpengaruh positif signifikan terhadap Preferensi Menabung masyarakat dibank syariah.

Hasilnya berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Fadhilatul Hasanah (2019), hasilnya tidak adanya pengaruh pengetahuan terhadap preferensi menabung mahasiswa UMP pada bank syariah tidak berpengaruh dan signifikan. Artinya preferensi mahasiswa UMP untuk menabung tidak dipengaruhi oleh pengetahuan tentang bank syariah.

Dalam penelitian ini arti dari pengetahuan perbankan syariah yakni pengetahuan akan perbankan syariah. Seseorang yang mempunyai informasi berupa pengetahuan mengenai bank syariah berarti mengetahui secara langsung maupun tidak langsung. Seseorang yang mengetahui perbankan syariah kemungkinan besar akan menabung di bank syariah.

Dengan demikian, hasil analisis diatas bahwa variabel pengetahuan Perbankan Syariah berpengaruh positif signifikan terhadap Preferensi Menabung masyarakat dibank syariah. Kemungkinan disebabkan masyarakat yang semakin mengetahui keberadaan bank syariah sebagai bank bebas bunga. Semakin tinggi pengetahuan masyarakat tentang perbankan syariah semakin tinggi pula preferensi menabung di bank syariah.

4.4.4 Pengaruh M-Banking syariah, Religiusitas dan Pengetahuan Perbankan Syariah terhadap preferensi menabung masyarakat dibank syariah

Hasil hipotesis yang terakhir dalam penelitian ini yang dilakukan peneliti bahwa hasil yang didapat dari data yang sudah diolah menggunakan program SPSS menunjukkan bahwa berdasarkan uji F diatas, dapat diketahui bahwa nilai F hitung > F tabel dengan nilai $47.925 > 2.859$ dan nilai probabilitas value atau taraf signifikan adalah $0,000 < 0,05$. Sehingga hasil uji hipotesisnya yaitu H_a diterima dan H_o ditolak. Hal ini dapat diartikan bahwa variabel M-Banking syariah (X_1), Religiusitas (X_2) dan Pengetahuan Perbankan Syariah (X_3) secara simultan berpengaruh terhadap preferensi menabung masyarakat dibank syariah (Y).

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengumpulkan bukti – bukti empiris terkait Pengaruh M-Banking syariah, Religiusitas dan Pengetahuan Perbankan Syariah terhadap preferensi menabung masyarakat di bank syariah. Berdasarkan analisis penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel layanan M-Banking Syariah memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Preferensi Menabung masyarakat di bank syariah dengan nilai koefisien t hitung sebesar 3.706 sedangkan nilai t tabel 2.0261, dapat disimpulkan bahwa nilai t hitung $3.706 > 2.0261$ dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ maka H_0 ditolak. Nilai t hitung positif menunjukkan bahwa variabel X1 mempunyai hubungan yang searah dengan Y. Jadi, dapat disimpulkan bahwa variabel M-Banking Syariah berpengaruh positif signifikan terhadap Preferensi Menabung masyarakat di bank syariah.
2. Variabel Religiusitas tidak berpengaruh terhadap Preferensi Menabung masyarakat di bank syariah karena nilai koefisien t hitung didapat sebesar 1.245 sedangkan nilai t tabel 2.0261, dapat disimpulkan bahwa nilai t hitung $1.245 < 2.0261$ dan nilai signifikansi $0,221 > 0,05$ maka H_a ditolak. Jadi, dapat disimpulkan bahwa variabel Religiusitas tidak berpengaruh terhadap Preferensi Menabung masyarakat di bank syariah.
3. Variabel Pengetahuan Perbankan Syariah berpengaruh positif signifikan terhadap Preferensi Menabung masyarakat di bank syariah dengan nilai koefisien t hitung sebesar 3.259 sedangkan nilai t tabel 2.0261, dapat disimpulkan bahwa nilai t hitung $3.259 > 2.0261$ dan nilai signifikansi $0,002 < 0,05$ maka H_0 ditolak. Nilai t hitung positif menunjukkan bahwa variabel X3 mempunyai hubungan yang searah dengan Y. Jadi, dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan Perbankan Syariah berpengaruh positif signifikan terhadap Preferensi Menabung masyarakat di bank syariah.
4. Dan yang terakhir secara keseluruhan antara pengaruh layanan M-Banking syariah, Religiusitas dan Pengetahuan Perbankan Syariah terhadap preferensi menabung masyarakat di bank syariah dapat disimpulkan bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan nilai $47.925 > 2.85$ dan nilai probabilitas value atau taraf signifikan adalah $0,000 <$

0,05. Sehingga hasil uji hipotesisnya yaitu H_a diterima dan H_o ditolak. Hal ini dapat diartikan bahwa variabel layanan M-Banking syariah (X_1), Religiusitas (X_2) dan Pengetahuan Perbankan Syariah (X_3) secara simultan berpengaruh terhadap preferensi menabung masyarakat dibank syariah (Y).

5.2 Saran

Walaupun mengerjakan secara maksimal, penelitian ini masih banyak terdapat kesalahan, kekurangan maupun sempurna. Untuk itu, peneliti memberikan saran agar mendapat sebuah gambaran dan pertimbangan untuk menyempurnakan dalam penelitian selanjutnya dengan tema yang serupa. Maka dari itu penulis memberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi Perbankan

- a. Membuat sebuah event atau acara tentang perbankan syariah di setiap Kecamatan atau Desa yang perkembangan bank syariah belum ada atau yang masih proses, sehingga pengetahuan masyarakat tentang bank syariah bisa meningkat dan akan bisa membuat hasil yang lebih baik lagi.
- b. Pelayanan perbankan syariah harus bisa lebih ditingkatkan terutama pelayanan secara offline maupun online sehingga bisa meningkatkan kepercayaan.
- c. Mencari tempat lokasi yang strategis, mudah di jangkau, mudah transportasi dan aman sehingga akan membentuk citra yang baik yang akan bisa menarik masyarakat untuk menabung.
- d. Lebih mensosialisasikan produk-produk perbankan syariah terutama di media elektronik seperti buku, majalah, koran yang sering dibaca masyarakat.
- e. Memberikan edukasi dan sosialisasi tentang bank syariah yang lebih dini kepada masyarakat, terutama di saat mereka masih anak-anak, remaja mulai dari tingkat SD, SMP, SMA. Dengan harapan akan dapat merubah pola pikir mereka terhadap bank syariah, sehingga mereka akan menjadi nasabah yang loyal di masa yang akan datang.

2. Bagi Akademisi

- a. Penelitian ini di harapkan dapat menambah referensi tentang preferensi menabung masyarakat dibank syariah serta faktor-faktor yang mempengaruhinya.
- b. Bagi peneliti selanjutnya, hendaknya untuk memperluas penelitian sehingga diperoleh informasi yang lebih lengkap mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menabung dibank syariah.

- c. Penelitian ini hanya membahas 3 variabel bebas dan 1 variabel terikat yakni variabel M-Banking syariah (X1) , Religiusitas (X2) dan Pengetahuan Perbankan Syariah (X3) dan variabel preferensi menabung masyarakat dibank syariah (Y). Penambahan variabel atau indikator baru perlu dilakukan dalam penelitian yang akan datang agar dapat menghasilkan gambaran yang lebih luas tentang masalah penelitian yang sedang diteliti
- d. Semoga pada penelitian selanjutnya atau yang akan datang jumlah sampel yang digunakan bisa lebih banyak. Dengan sampel yang lebih banyak, maka hasil analisis dari penelitian yang didapatkan akan lebih akurat

5.3 Penutup

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang melimpahkan taufiq dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. skripsi yang telah disusun oleh peneliti ini diharapkan mampu memberikan sumbangsih ilmu pengetahuan khususnya di bidang zakat, infak, dan sedekah. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangannya, oleh karena itu penulis mengharap saran dan kritik yang membangun guna perbaikan skripsi ini.

Kepada semua pihak yang telah membantu peneliti dalam penyelesaian skripsi ini penulis mengucapkan banyak terima kasih dan semoga semua amal baiknya mendapatkan pahala dari Allah SWT. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan bagi pembaca, serta dapat menjadi sumbangan bagi khazanah ilmu pengetahuan. Demikian semoga Allah SWT selalu menunjukkan kita termasuk orang-orang yang berilmu dan dapat mengamalkannya. *Amin ya Rabbal Alamin.*

DAFTAR PUSTAKA

- A, Machmud dan Rukmana, *Bank Syariah: Teori, Kebijakan, dan Studi Empiris di Indonesia*, Yogyakarta: Erlangga, 2010.
- Ancok, Djamaludin dan Fuat Nashori Suroso, *Psikologi Islami*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1994.
- Antonio, Muhammad Syafii, *Bank Syariah: Dari teori ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani Press, 2001.
- Arifin, M. Zaenal, “*Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas dan Product Knowledge Terhadap Preferensi Menabung di Perbankan Syariah*”, Skripsi, Salatiga: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga, 2016.
- Bank Indonesia, —Pedoman Penerapan Manajemen Risiko Dalam Penggunaan Teknologi Informasi Oleh Bank Umum, || *Direktorat Penelitian dan Pengaturan Perbankan*, Desember 2007.
- Damiati, dkk, *Perilaku Konsumen*, Depok: PT. Raja Grafindo Persada, 2017.
- Dermansah, Rido, *NASABAH DALAM MENGGUNAKAN MOBILE BANKING (MBANKING) PADA BANK SYARIAH MANDIRI KK UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA YOGYAKARTA DAN STRATEGI PEMASARANNYA*, Laporan Magang, Universitas Islam Indonesia, 2019.
- Darmawan, Deni, *Metode Penelitian Kuantitatif*, PT Remaja Rosdikarya: Mei 2013.
- Evi,et.all.,”*Pengaruh Tingkat Bagi Hasil Deposito Bank Syariah dan Suku Bunga Deposito Bank Umum Terhadap Jumlah Simpanan Deposito Mudhorobah*”, *Jurnal Administrasi Bisnis*” Vol 9, 2015.
- Fauzi, Muchammad, *Metode Penelitian Kualitatif*, Cetakan Pertama, Semarang: Walisongo Press, 2009.
- Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IMB SPSS 19*, Semarang: UNDIP, 2011.
- Harish, Irfan Nurahmadi, —Pengaruh Kepercayaan Nasabah dan Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2017
- Hasanah, Fadhilatul, *Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Mahasiswa UNIVERSITAS*

- MUHAMMADIYAH PALEMBANG pada BANK SYARIAH*, Jurnal Akutansi dan Bisnis, 2019.
- Hasib, Fatin Fadhilah, *Islamic Banking Selection Criteria: Case in Indonesia Using Analytic Network Process*, *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*-Volume 10, Nomor 1, 2019.
- Hasil Observasi pada Masyarakat di Kecamatan Kota Kudus, tanggal 11 Februari 2021 dan 14 Februari 2021.
- Hasil wawancara online dan offline dengan beberapa beberapa Masyarakat di Kecamatan Kota Kudus, tanggal 12 Februari 2021 dan 14 Februari 2021.
- Hasil wawancara online dengan beberapa Masyarakat di Kecamatan Kota Kudus, tanggal 13 Februari 2021 dan 14 Februari 2021.
- Ihsan M, *GUSJIGANG; Karakter Kemandirian Masyarakat KUDUS Menghadapi Industrialisasi, IQTISHADIA: Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2017.
- Jalaluddin, *Psikologi Agama*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016.
- Karim, Adiwarmanto A, *Bank Islam; Analisis fiqih dan Keuangan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2017.
- Kbbi.we.id diakses pada tanggal 11 Januari 2021, pukul 09.00 wib
- Kholila, Siti, *“Pengaruh Motivasi Menghindari Riba Dan Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Muamalat KC Surabaya – Mas Mansyur”*, Skripsi, Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2018.
- Khotler, Phillip dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, edisi ke 13, (Jakarta: Erlangga, 2009).
- Kotler, Philip, *manajemen Pemasaran*, Jakarta: Prenhalindo, 2000. Cet. 2.
- Kurniawan, Mahda Reza . Disertasi: *“Hukum Islam Dan Kebudayaan”* (Semarang: UIN Walisongo, 2018)
- Larasati, Febby, *Pengaruh Religiusitas, Produk Bank, Kepercayaan, Pengetahuan, dan Pelayanan terhadap Preferensi Menabung pada Perbankan Syariah*, Artikel Ilmiah, 2017.
- Lestari, *Pengaruh Religiusitas, Produk Bank, Kepercayaan, Pengetahuan, dan Pelayanan terhadap Preferensi Menabung pada Perbankan Syariah Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang*). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB* Vol 3 (No 1), 2015.
- Mahmud, Amir, *Bank Syariah (Teori, Kebijakan dan Studi Empiris di Indonesia)*. Jakarta: Erlangga, 2010.

- Mu'aziz, Imam, Ikhwan Hamdani, Ahmad Mulyadi, analisis faktor yang mempengaruhi preferensi menabung nasabah di BPRS Amanah ummah, *Jurnal ekonomi islam*, p-ISSN: 2087-2178, Vol 8 no 2, Desember 2017. Diakses pada 12 Januari 2021.
- Nadzir, Ahmad Isham, Nawang Warsi Wulandari, “*Hubungan Religiusitas Dengan Penyesuaian Diri Siswa Pondok Pesantren*”, *Jurnal Psikologi Tabularasa* Volume 8, No.2, Agustus 2013.
- Nainggolan, Basaria, *Perbankan Syariah Di Indonesia*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016.
- Nashori, Fuad dan Rachmy Diana Mucharam, *Mengembangkan Kreativitas dalam Perspektif Psikologi Islami*, Jogjakarta: Menara Kudus Jogjakarta, 2002.
- Noor, Fahd, *Preferensi Masyarakat Pesantren Terhadap Bank Syariah (Studi Kasus DKI Jakarta)*, *Tazkia Islamic Finance and Business Review* 6, 2014. Hlm. 67.
- Notoatmodjo, Soekidjo, *Pendidikan dan Perilaku*. Jakarta: Rineka Cipta. 2003.
- Nurastuti, Wiji, *Teknologi Perbankan*, Jakarta: Graha Ilmu, 2011.
- Nurhayati & Fatmasaris Sukesti, “*Peningkatan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Melalui Peningkatan Kualitas Layanan Dan Kepuasan Nasabah Dengan Variabel Religiusitas Sebagai Variabel Moderating (Studi pada Bank Syariah di Kota Semarang)*”, *Economica* Volume VII/Edisi 2/Oktober 2016.
- P, Ari Kristin, “*Analisis Pengaruh Faktor Ekonomi Dan Religiusitas Terhadap Persepsi Supervisor Dan Manajer Mengenai Independensi Dewan Pengawas Syariah (Studi Kasus pada Bank Syari'ah di Indonesia)*”, *Economica* Volume II / Edisi 2/ Nopember 2012.
- Purwanti, Dwi dan Peni Sawitri, “*Dampak Rasio Keuangan Terhadap Kebijakan Deviden*”, *Jurnal Bisma* Volume 3 No 2 2018.
- Putra, Zahreza Fajar Setiara, Mohammad Sholeh dan Naniek Widyastuti, “*Analisis Kualitas Layanan Website BTKP-DIY Menggunakan Metode Webqual 4.0*”, *Jurnal JARKOM* Vol. 1 No. 2 Januari 2014.
- Rijasa, M. Mariada, M. Sukrawa dan Mayun Nadiasa, “*Analisis Penilaian Bangunan Rumah Tinggal Di Kota Denpasar*”, *Jurnal Spektran* Vol. 2, No. 2, Juli 2014.
- Rosyid, Maskur & Halimatu Saidiah, *Pengetahuan Perbankan Syariah dan Pengaruhnya terhadap Minat Menabung Santri Dan Guru*, *Jurnal Al-Qasd Islamic Economic Alternative*, 2019.

- Sari, Firdausa Kumala, Novita Safitri and Wahyu Anggraini, *TRUST ON SHARIA M-BANKING: EVIDANCE ON MILENIALS GENERATIONS*, Journal of Islamic Economic Scholar, 2019.
- Sarwono, Jonathan, *Metode riset skripsi pendekatan kuantitatif*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2018.
- Simamora, Bilson, *panduan riset dan perilaku konsumen*. Jakarta: LP3ES, 2004.
- Sinambela, Lijan Poltak, *Metodologi Penelitian Kuantitatif; Untuk Bidang Ilmu Administrasi, Kebijakan Publik, Ekonomi, Sosiologi, Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014.
- Siregar, Syofian, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Kencana, 2013.
- Siregar, Shofian, *Statistika Deskriptif untuk Penelitian; Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2010.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*, Bandung: Penerbit Alfabeta, 2015.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif R&D*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*, Bandung: Penerbit Alfabeta, 2013.
- Sukron, *Faktor yang mempengaruhi nasabah non muslim menjadi nasabah di bank BNI syariah*, Skripsi: IAIN Walisongo, 2012. .
- Supriyono, Maryanto, *Buku Pintar Perbankan*. Yogyakarta: Andi, 2011.
- Thontowi, Ahmad, *Hakekat Religiusitas*, dari: sumsel.kemenag.go.id, diakses tanggal 6 Desember 2021.
- U, Sumarwan, *Perilaku Konsumen*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.
- Yayasan Cendekia Solution Yogyakarta, “*Modul Pelatihan Pengolahan Data Statistik Dengan SPSS*”, Walisongo Press, 2017.
- Yumanita, Ascarya Diana. *Seri Kebanksentralan No. 14 Bank Syariah: Gambaran Umum*. (Jakarta : PUSAT PENDIDIKAN DAN STUDI KEBANKSENTRALAN (PPSK) BANK INDONESIA).
- Yudiana, Fetria Eka, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, Stain Salatiga Press Salatiga, 2014.
- Yusmud, Muammar Arafat, *Aspek Hukum Perbankan Syariah dari Teori ke Praktik*, Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018.

Wibowo, Edi & Untung Hedy Widodo. *Mengapa Memilih Bank Syariah*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2005.

Zainab, *Pengaruh Citra merek, Periklanan, dan Persepsi terhadap minat menabung nasabah*, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2011).

https://id.wikipedia.org/wiki/Kabupaten_Kudus, di akses pada tanggal 6 Maret 2021 pukul 10.24

Wib

LAMPIRAN

Lampiran 1

KUISIONER PENELITIAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

JL. Prof. Dr. H. Hamka Kampus 3 Ngaliyan Semarang 50185, Telp./Fax. : (024) 7608454
Website : www.febi.walisongo.ac.id, Email : febi@walisongo.ac.id

Kepada:

Yth. Masyarakat yang tergabung dalam Komunitas GUSJIGANG Kab Kudus

Asalamualikum Wr wb

Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir (skripsi) yang berjudul “Pengaruh Layanan M-Banking Syariah, Religiusitas dan Pengetahuan Perbankan Syariah Terhadap Preferensi Menabung Masyarakat Di Perbankan Syariah” (Studi Kasus Pada Komunitas GUSJIGANG Di Kabupaten Kudus)”.

Dalam rangka mengumpulkan data. Saya memohon kesedian Bapak/Ibu/Saudara/i meluangkan waktu untuk menjawab kuesioner ini. Data ini sangat tergantung jawaban anda yang sejujurnya dan sesuai diri anda. Bantuan anda sangat berharga bagi penelitian yang sedang di lakukan.

Adapun data peneliti adalah sebagai berikut:

Nama : Widda Laila Qotrunnada

NIM : 1705036110

Jurusan : Perbankan Syariah

Atas segala bantuan dan kerja sama yang anda berikan, saya ucapkan terima kasih.

Wassalmualikum Wr Wb

Hormat Saya

Widda Laila Qotrunnada

Bagian 1

Data Responden

1. Nama :
 2. Alamat :
 3. Jenis Kelamin : laki-laki perempuan
 4. Agama :
 5. Umur : Tahun
 6. Pendidikan terakhir : SD/Sederajat SMP/Sederajat
 SMA/Sederajat Diploma
 S1 S2 S3
 7. Pekerjaan : PNS Mahasiswa/Pelajar
 Wiraswasta Pegawai Swasta
 Lainnya (mohon disebutkan).....
 8. Apakah Anda menjadi nasabah bank syariah dan memiliki rekening di bank syariah
Ya Tidak
- Jika pertanyaan anda 'ya' lanjutkan ke pertanyaan no 9
- Jika pertanyaan anda 'tidak' lanjutkan ke pertanyaan bagian 2
9. Saya memiliki rekening bank syariah di.....(sebutkan nama bank)
 10. Lama menjadi nasabah : < 1 tahun 1-3 tahun
 3-5 tahun > 5 tahun

Bagian 2

PETUNJUK PENGISIAN ANGKET

Berikut ini terdapat sejumlah pertanyaan. Silahkan baca dan pahami dengan baik setiap pertanyaan tersebut. Anda diminta untuk mengemukakan apakah pertanyaan-pertanyaan tersebut sesuai diri anda, dengan cara member tanda centang (√) dalam kotak di depan salah satu pilihan jawaban yang tersedia, yaitu :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

CS : Cukup Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

1. Variabel Layanan M-Banking Syariah (X1)

X1	Pernyataan	Pertimbangan				
		S	SS	CS	TS	STS
A	Saya sering menggunakan layanan <i>M-Banking</i> Syariah					
B	Saya sering memanfaatkan layanan <i>M-Banking</i> syariah dalam bertransaksi karena mudah					
C	Saya sering memanfaatkan layanan <i>M-Banking</i> syariah karena Kecepatan akses informasi					
D	Layanan akses informasi <i>M-Banking</i> syariah sangat bagus dan cepat					
E	Saya puas akan layanan M-Banking Syariah					
F	Menurut saya Fitur layanan <i>M-Banking</i> syariah sangat bagus dan mudah dipahami					
G	Layanan <i>M-Banking</i> syariah sangat bermanfaat bagi penggunanya					
H	Layanan <i>M-Banking</i> syariah mempermudah dalam bertransaksi di perbankan					
I	Menurut saya Keamanan system pengguna layanan <i>M-Banking</i> syariah sangat terpercaya					
J	Keamanan system pengguna di layanan M-Banking syariah sangat di proritaskan					

2. Variabel Religiusitas (X2)

X2	Pernyataan	Pertimbangan				
		S	SS	CS	TS	STS
A	Saya yakin dan percaya bahwa tiada Tuhan selain Allah dan Nabi Muhammad adalah utusan Allah					
B	Saya menyakini bahwa Allah SWT mengutus Rosul dan Nabi untuk membimbing manusia untuk menyembah kepada Allah					
C	Saya menjalankan ibadah wajib (shalat, puasa, zakat) dan ibadah sunnah lainnya dengan ikhlas dan sungguh-sungguh					
D	Saya sering membaca al-qur'an, jika sedang tidak berhalangan					
E	Saya sering merasa gelisah saat meninggalkan shalat					
F	Saya percaya Allah selalu melihat tingkah laku saya, sehingga saya takut untuk berbuat dosa					
G	Saya ikut menghadiri majelis pengajian, membaca buku-buku Islam, mendengarkan kajian Islam di radio atau tv untuk menambah pengetahuan tentang agama					
H	Saya mengetahui hukum-hukum Islam (hukum Riba)					
I	Saya berusaha mematuhi dan menjalankan norma-norma Islam dalam berbudaya, bermasyarakat, berpolitik dan berekonomi (bertransaksi halal non riba)					
J	Saya orang yang berusaha jujur, menjaga amanat dan menjaga lingkungan, tidak menipu, berjuang untuk kesuksesan dan hidup sesuai ajaran Islam					

3. Variabel Pengetahuan Perbankan Syariah (X3)

X3	Pernyataan	Pertimbangan				
		S	SS	CS	TS	STS
A	Saya mengetahui produk-produk simpanan di Bank Syariah dari pendidikan yang saya tempuh					
B	Saya mengetahui produk-produk simpanan di Bank Syariah dari Media Sosial, Internet, Media Elektronik, teman, Saudara Kandung dan Media Massa					
C	Saya menabung di bank syariah karena saya memiliki pengetahuan tentang kewajiban menabung di bank syariah yang sudah berlabel halal dan bebas riba					
D	Menurut saya produk tabungan bank syariah dapat memberikan saya keuntungan-keuntungan dalam jangka panjang					
E	Saya mencari informasi sebanyak mungkin sebelum menabung di bank syariah					
F	Menurut saya produk tabungan bank syariah merupakan produk berkualitas, bermutu dan terpercaya					
G	Menurut Saya menabung di Bank Syariah untuk memenuhi kebutuhan di masa depan					
H	Menurut saya produk tabungan bank syariah memiliki fitur aplikasi lengkap dan mudah					
I	Bank syariah merupakan bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah					
J	Informasi-informasi mengenai bank syariah mudah didapatkan dan mudah dimengerti					

4. Variabel Preferensi Menabung di Bank Syariah (Y)

Y	Pernyataan	Pertimbangan				
		S	SS	CS	TS	STS
A	Saya memilih menabung di bank syariah karena keinginan saya sendiri					
B	Saya menyadari adanya kebutuhan untuk menggunakan produk tabungan bank syariah					
C	Saya memilih menabung di bank syariah karena tertarik dengan saudara/tetangga saya					
D	Saya memilih menabung di bank syariah karena bebas riba					
E	Saya memilih menabung di bank syariah karena saya memiliki pengetahuan tentang kewajiban menabung di bank syariah yang sudah berlabel halal dan bebas riba					
F	Saya memilih menabung di bank syariah karena ingin mendapatkan berkah dan pahala serta keselamatan dunia dan akhirat					
G	Saya memilih menabung di bank syariah karena faktor lingkungan					
H	Saya memilih menabung di bank syariah karena sesuai dengan ajaran Agama Islam					
I	Saya tertarik untuk menjadi nasabah bank syariah karena produk bank syariah memiliki kriteria produk perbankan yang saya inginkan					
J	Saya mendapatkan layanan tambahan seperti kenyamanan dalam bertransaksi baik dari suasana bank dan pelayanan dari pegawai bank syariah setelah menabung di bank syariah					

Lampiran II

DATA RESPONDEN

	A	D	G	L	E	F	G	H	I	J
	Nama	Alamat	Jenis Kelamin	Agama	Umur	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Menjadi nasabah bank syariah	Rekening Bank Syariah	Lama Menjadi Nasabah
1										
2	Amaliya Nur Hidayah	Hadipolo, Jekulo, Kudus	Perempuan	Islam	21 tahun	SMA / SEDERAJAT	Wiraswasta	YA	Bank Mandiri Syariah	1-2 tahun
3	Tri Jumiat	Pasuruhan Lor, Kudus	Perempuan	Islam	50 tahun	SMA / SEDERAJAT	Wiraswasta	YA	Bank Mandiri Syariah	4-5 tahun
4	Widda Amalia Fahira	Janggalan, Kota, Kudus	Perempuan	Islam	21 tahun	SMA / SEDERAJAT	Mahasiswa	YA	Bank BNI Syariah Kudus	1-2 tahun
5	Inas Warda Yusriya	Janggalan, Kota, Kudus	Perempuan	Islam	22 tahun	SMA / SEDERAJAT	Wiraswasta	YA	Bank BNI Syariah Kudus	1-2 tahun
6	Ani	Getasrabai, Gebug Kudus	Perempuan	Islam	22 tahun	SMA / SEDERAJAT	Wiraswasta	YA	Bank Muamalat	1-2 tahun
7	Raudhotul Mustafah	Medini, Undaan, Kudus	Perempuan	Islam	27 tahun	S1	Guru	YA	Bank Mandiri Syariah	1-2 tahun
8	Afida Ifa	Singo Candi, Kota Kudus	Perempuan	Islam	24 tahun	S1	Guru	YA	Bank BNI Syariah Kudus	1-2 tahun
9	Muhlisah Khofariyani	Dk. Gerung Kaliwungu, Kudus	Perempuan	Islam	27 tahun	S1	Guru	YA	Bank Mandiri Syariah	4-5 tahun
10	M. Yusnul Niam A	Bakalan Krapyak, Kec. Kaliwungu Kudus	Laki-laki	Islam	32 tahun	S1	Guru	YA	Bank Jateng Syariah	4-5 tahun
11	Naufal Haider Muhammad	Janggalan, Kota, Kudus	Laki-laki	Islam	26 tahun	S1	Guru	YA	Bank Mandiri Syariah	3-4 tahun
12	Widda Rasyida	Janggalan, Kota, Kudus	Perempuan	Islam	26 tahun	S1	Guru	YA	Bank BNI Syariah Kudus	1-2 tahun
13	Sulia	Prambotan Lor, Kudus	Perempuan	Islam	43 tahun	SD / SEDERAJAT	Wiraswasta	YA	Bank Jateng Syariah	4-5 tahun
14	Inayatul Muamaroh	Purwodadi	Perempuan	Islam	23 tahun	SMP / SEDERAJAT	Wiraswasta	YA	Bank Mandiri Syariah	1-2 tahun
15	Erni Fitri Handayani	Jetak, kedungdowo, kaliwungu kudus	Perempuan	Islam	27 tahun	S1	Guru	YA	Bank BNI Syariah Kudus	3-4 tahun
16	Maya Indra Sari	Gondoharum	Perempuan	Islam	21 tahun	SMA / SEDERAJAT	Wiraswasta	YA	BPRS Saka Dana Mulia	1-2 tahun
17	Hasyrul Mirza	Kajeksan, kudus	Laki-laki	Islam	24 tahun	S1	Guru	YA	Bank Mandiri Syariah	3-4 tahun
18	Siti Nadida Afifah	Kajar, Krandon, Kudus	Perempuan	Islam	21 tahun	SMA / SEDERAJAT	Wiraswasta	YA	Bank BNI Syariah Kudus	1-2 tahun
19	Nurul Afifah	Klisat, Demangan	Perempuan	Islam	32 tahun	SMA / SEDERAJAT	Wiraswasta	YA	Bank Jateng Syariah	3-4 tahun
20	Elma	Prambotan Lor, Kudus	Perempuan	Islam	22 tahun	SMA / SEDERAJAT	Wiraswasta	YA	Bank BNI Syariah Kudus	1-2 tahun
21	Vita	Karang Ampel, Kudus	Perempuan	Islam	22 tahun	SMP / SEDERAJAT	Wiraswasta	YA	Bank BNI Syariah Kudus	1-2 tahun
22	Muthia Shafwa Kamila	Janggalan, Kota, Kudus	Perempuan	Islam	22 tahun	SMA / SEDERAJAT	Wiraswasta	YA	Bank Jateng Syariah	1-2 tahun
23	Ida Setiarsih	Mlannorowito	Perempuan	Islam	40 tahun	SMA / SEDERAJAT	Wiraswasta	YA	Bank Jateng Syariah	4-5 tahun
24	Yusyfa Shofariyah	Kudus	Perempuan	Islam	28 tahun	S1	Guru	YA	BPRS Saka Dana Mulia	3-4 tahun
25	Febi Sariyanti Ramadhani	Janggalan, Kota, Kudus	Perempuan	Islam	24 tahun	SMA / SEDERAJAT	Wiraswasta	YA	Bank BNI Syariah Kudus	1-2 tahun
26	Iya Kamila	Janggalan, Kota, Kudus	Perempuan	Islam	17 tahun	SMA / SEDERAJAT	Wiraswasta	YA	Bank BNI Syariah Kudus	1-2 tahun
27	Devi Arinda Zulfa	Kerjasan, kudus	Perempuan	Islam	17 tahun	SMA / SEDERAJAT	Wiraswasta	YA	Bank BNI Syariah Kudus	1-2 tahun
28	Natasya Aha	Payaman, Mejubo, Kudus	Perempuan	Islam	17 tahun	SMA / SEDERAJAT	Wiraswasta	YA	Bank BNI Syariah Kudus	1-2 tahun
29	Farah Nabila Kusuma	Golontepus, Mejobo, Kudus	Perempuan	Islam	34 tahun	SMA / SEDERAJAT	Wiraswasta	YA	Bank Mandiri Syariah	1-2 tahun
30	Munawwaroh	jereng, Prambatan Lor, Kaliwungu, Kudus	Perempuan	Islam	35 tahun	SMA / SEDERAJAT	Wiraswasta	YA	BPRS Saka Dana Mulia	1-2 tahun
31	Adhikina Ilfia Saputri	Bebekan, Kerjasan, Kudus	Perempuan	Islam	33 tahun	SMA / SEDERAJAT	Wiraswasta	YA	BPRS Saka Dana Mulia	1-2 tahun
32	Saechatulisa	Ponges, Yasin Sunggingan Kudus	Perempuan	Islam	23 tahun	SMA / SEDERAJAT	Wiraswasta	YA	Bank Mandiri Syariah PP UMK	1-2 tahun
33	Eka Fitriyannah	Kerjasan, kudus	Perempuan	Islam	23 tahun	SMA / SEDERAJAT	Wiraswasta	YA	Bank Mandiri Syariah	1-2 tahun
34	Muabidin	Prambotan Lor, Kudus	Laki-laki	Islam	23 tahun	SMA / SEDERAJAT	Wiraswasta	YA	Bank Mandiri Syariah PP UMK	1-2 tahun
35	Yoshua Julian	Payaman, Mejobo, Kudus	Laki-laki	Islam	33 tahun	SMA / SEDERAJAT	Wiraswasta	YA	BPRS Saka Dana Mulia	1-2 tahun
36	Yudi Subagia	Jetak, kedungdowo, kaliwungu, kudus	Laki-laki	Islam	34 tahun	SMA / SEDERAJAT	Wiraswasta	YA	BPRS Saka Dana Mulia	1-2 tahun
37	Lukman Hakim	Bakalan Krapyak, Kec. Kaliwungu Kudus	Laki-laki	Islam	22 tahun	SMA / SEDERAJAT	Wiraswasta	YA	Bank Mandiri Syariah PP UMK	1-2 tahun
38	Suhail Romi Rosyada	kerjasan, kudus	Laki-laki	Islam	22 tahun	SMA / SEDERAJAT	Wiraswasta	YA	Bank Mandiri Syariah	2-3 tahun
39	Dina Rasyida	Ngembal, Kudus	Perempuan	Islam	32 tahun	SMA / SEDERAJAT	Wiraswasta	YA	Bank Mandiri Syariah	2-3 tahun
40	Anjas Bagus	Karang Ampel, Kudus	Laki-laki	Islam	24 tahun	S1	Guru	YA	BPRS Saka Dana Mulia	2-3 tahun
41	Giska Maulidza	Medini, Undaan, Kudus	Perempuan	Islam	21 tahun	SMA / SEDERAJAT	Wiraswasta	YA	Bank Mandiri Syariah PP UMK	1-2 tahun
42										
43										
44										
45										
46										
47										
48										

Lampiran III
HASIL KUISIONER

Variabel Layanan M-Banking Syariah (X1)

X_{1a}	X_{1b}	X_{1c}	X_{1d}	X_{1e}	X_{1f}	X_{1g}	X_{1h}	TOTAL X₁
2	5	4	4	4	4	5	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
2	3	3	4	3	3	3	3	24
1	2	2	2	2	2	3	3	17
4	5	4	5	4	5	5	5	37
4	5	4	5	5	5	5	4	37
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	3	3	2	3	5	3	25
3	4	4	4	3	4	4	4	30
2	2	2	2	2	2	2	2	16
2	2	2	2	2	2	2	2	16
3	3	4	4	2	2	4	2	24
3	3	4	4	2	2	4	2	24
3	4	4	4	4	4	4	4	31
3	4	3	4	4	3	5	4	30
2	3	3	3	3	3	3	3	23
1	1	3	3	3	3	4	3	21
2	4	4	4	2	4	4	4	28
2	4	4	2	3	4	3	3	25
3	4	4	4	3	2	3	2	25
3	3	3	3	2	2	3	2	21
4	4	4	4	4	4	4	4	32
2	4	4	2	2	2	4	4	24
2	3	3	4	2	3	4	4	25
3	3	3	3	3	3	3	3	24
2	4	2	2	2	2	2	2	18
2	3	3	3	3	3	3	3	23
2	5	5	4	5	5	5	5	36
4	4	4	4	3	4	4	4	31
2	4	4	4	2	2	4	4	26
2	2	2	2	3	3	3	2	19
3	4	4	4	4	4	4	4	31
4	4	4	4	4	4	4	4	32
2	4	4	4	4	3	3	4	28

2	3	4	4	2	4	4	4	27
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	4	4	5	5	5	5	38
4	4	4	4	5	5	4	4	34

Variabel Religiusitas (X2)

X_{2a}	X_{2b}	X_{2c}	X_{2d}	X_{2e}	X_{2f}	X_{2g}	X_{2h}	TOTAL X₂
5	5	5	4	5	5	4	5	38
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	4	4	4	4	3	4	33
5	5	5	4	4	4	3	3	33
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	4	4	5	5	5	5	38
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	4	5	5	4	3	36
5	5	5	5	5	5	5	4	39
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	4	5	4	4	37
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	4	4	4	4	4	4	34
5	5	5	4	4	4	4	3	34
5	5	5	5	5	5	4	4	38
5	5	4	4	4	5	4	3	34
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	4	5	5	4	4	37
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	4	5	39
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	4	5	4	4	37
5	5	5	5	5	5	5	5	40

4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	4	4	4	4	4	4	34
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	4	5	5	3	2	34
5	5	5	5	5	5	5	5	40

Variabel Pengetahuan Perbankan Syariah (X3)

X _{3a}	X _{3b}	X _{3c}	X _{3d}	X _{3e}	X _{3f}	X _{3g}	X _{3h}	TOTAL X ₃
3	5	5	4	5	4	5	3	34
4	4	4	4	4	3	4	4	31
5	2	3	3	3	3	4	2	25
2	2	2	2	2	2	2	2	16
4	4	5	4	3	4	4	4	32
5	4	5	5	4	4	5	5	37
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	4	5	5	5	4	5	5	37
2	2	2	2	2	2	2	2	16
2	2	2	2	2	2	2	2	16
3	2	4	4	3	2	3	2	23
2	4	4	3	2	3	2	2	22
4	4	4	4	4	3	4	4	31
3	3	4	3	3	4	4	3	27
5	5	4	4	4	3	4	4	33
3	3	3	3	3	3	5	3	26
4	2	4	4	4	4	4	2	28
3	4	4	4	3	2	2	3	25
4	3	4	3	2	2	3	3	24
4	4	3	3	3	3	4	4	28
4	4	4	4	4	4	4	4	32
2	4	2	5	5	2	2	2	24
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	3	3	3	3	3	3	24

3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	4	3	4	4	3	4	3	28
4	4	3	3	4	4	4	4	30
2	4	2	2	4	4	4	4	26
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	4	4	4	4	4	3	4	31
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	4	5	5	5	4	5	3	34
3	4	4	4	5	5	5	5	35

Preferensi Menabung Di Bank Syariah (Y)

Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	TOTAL Y
4	4	4	5	4	4	5	4	34
4	4	3	4	4	3	4	4	30
2	2	2	3	3	3	3	3	21
1	1	1	2	2	2	1	1	11
3	4	2	4	4	4	4	4	29
5	5	5	5	4	5	5	5	39
4	4	4	4	4	5	4	4	33
2	2	3	3	3	3	3	3	22
5	5	4	5	5	5	5	5	39
2	2	2	2	3	2	2	2	17
2	2	2	2	2	2	2	2	16
2	2	3	4	4	4	2	2	23
2	2	3	4	4	4	2	2	23
4	4	3	4	4	4	3	4	30
4	3	1	4	3	4	3	3	25
4	4	2	2	2	3	3	3	23
2	3	3	3	3	3	3	3	23
4	4	2	4	4	4	4	4	30
3	2	2	3	4	4	3	2	23
3	2	4	4	4	2	2	2	23

3	3	2	3	3	3	2	2	21
4	4	2	4	4	4	4	4	30
5	5	2	5	2	5	5	5	34
3	2	2	3	3	5	4	4	26
4	4	3	3	4	3	3	3	27
3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	4	3	4	4	4	4	4	31
3	4	3	5	5	5	5	5	35
3	4	4	4	3	3	4	4	29
2	2	2	2	2	2	2	2	16
4	4	3	4	4	3	4	4	30
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	2	2	4	4	4	4	28
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	5	4	5	5	4	4	5	36
4	4	4	5	5	5	5	5	37

Lampiran IV
HASIL OUTPUT

UJI VALIDITAS LAYANAN M-BANKING (X1)

Correlations

		X1a	X1b	X1c	X1d	X1e	X1f	X1g	X1h	Layanan m banking
X1a	Pearson Correlation	1	.597**	.526**	.613**	.627**	.590**	.492**	.455**	.749**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.001	.003	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X1b	Pearson Correlation	.597**	1	.746**	.636**	.651**	.652**	.599**	.706**	.842**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X1c	Pearson Correlation	.526**	.746**	1	.743**	.558**	.630**	.677**	.686**	.827**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X1d	Pearson Correlation	.613**	.636**	.743**	1	.582**	.619**	.708**	.644**	.829**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X1e	Pearson Correlation	.627**	.651**	.558**	.582**	1	.814**	.538**	.667**	.834**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X1f	Pearson Correlation	.590**	.652**	.630**	.619**	.814**	1	.646**	.798**	.876**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000

	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X1g	Pearson Correlation	.492**	.599**	.677**	.708**	.538**	.646**	1	.740**	.805**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X1h	Pearson Correlation	.455**	.706**	.686**	.644**	.667**	.798**	.740**	1	.858**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Layanan m banking	Pearson Correlation	.749**	.842**	.827**	.829**	.834**	.876**	.805**	.858**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

UJI VALIDITAS RELIGIUSITAS (X2)

Correlations

		X2a	X2b	X2c	X2d	X2e	X2f	X2g	X2h	Religiusitas
X2a	Pearson Correlation	1	1.000**	.704**	.509**	.595**	.704**	.295	.212	.710**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.000	.000	.065	.189	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X2b	Pearson Correlation	1.000**	1	.704**	.509**	.595**	.704**	.295	.212	.710**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.000	.000	.065	.189	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X2c	Pearson Correlation	.704**	.704**	1	.724**	.732**	.762**	.419**	.302	.789**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.007	.059	.000

	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X2d	Pearson Correlation	.509**	.509**	.724**	1	.649**	.724**	.740**	.681**	.880**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X2e	Pearson Correlation	.595**	.595**	.732**	.649**	1	.845**	.662**	.561**	.874**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X2f	Pearson Correlation	.704**	.704**	.762**	.724**	.845**	1	.594**	.445**	.874**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.004	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X2g	Pearson Correlation	.295	.295	.419**	.740**	.662**	.594**	1	.811**	.811**
	Sig. (2-tailed)	.065	.065	.007	.000	.000	.000		.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X2h	Pearson Correlation	.212	.212	.302	.681**	.561**	.445**	.811**	1	.737**
	Sig. (2-tailed)	.189	.189	.059	.000	.000	.004	.000		.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Religiusitas	Pearson Correlation	.710**	.710**	.789**	.880**	.874**	.874**	.811**	.737**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

UJI VALIDITAS PENGETAHUAN PERBANKAN SYARIAH (X3)

		Correlations								Pengetahuan PerbankanS yariah
		X3a	X3b	X3c	X3d	X3e	X3f	X3g	X3h	
X3a	Pearson Correlation	1	.384*	.611**	.528**	.377*	.484**	.594**	.611**	.716**
	Sig. (2-tailed)		.014	.000	.000	.017	.002	.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X3b	Pearson Correlation	.384*	1	.546**	.603**	.682**	.558**	.498**	.714**	.774**
	Sig. (2-tailed)	.014		.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X3c	Pearson Correlation	.611**	.546**	1	.745**	.491**	.591**	.622**	.544**	.802**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.001	.000	.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X3d	Pearson Correlation	.528**	.603**	.745**	1	.782**	.461**	.523**	.495**	.797**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.003	.001	.001	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X3e	Pearson Correlation	.377*	.682**	.491**	.782**	1	.680**	.688**	.595**	.824**
	Sig. (2-tailed)	.017	.000	.001	.000		.000	.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X3f	Pearson Correlation	.484**	.558**	.591**	.461**	.680**	1	.774**	.725**	.823**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.003	.000		.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40

UJI VALIDITAS PREFERENSI MENABUNG DI BANK SYARIAH (Y)

Correlations

		Ya	Yb	Yc	Yd	Ye	Yf	Yg	Yh	Preferensi Menabung di Bank Syariah
Ya	Pearson Correlation	1	.897**	.473**	.634**	.498**	.652**	.791**	.797**	.858**
	Sig. (2-tailed)		.000	.002	.000	.001	.000	.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Yb	Pearson Correlation	.897**	1	.535**	.671**	.528**	.615**	.836**	.883**	.893**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Yc	Pearson Correlation	.473**	.535**	1	.636**	.621**	.385*	.525**	.537**	.696**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000		.000	.000	.014	.001	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Yd	Pearson Correlation	.634**	.671**	.636**	1	.704**	.721**	.733**	.742**	.862**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Ye	Pearson Correlation	.498**	.528**	.621**	.704**	1	.598**	.570**	.585**	.745**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Yf	Pearson Correlation	.652**	.615**	.385*	.721**	.598**	1	.780**	.763**	.815**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.014	.000	.000		.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Yg	Pearson Correlation	.791**	.836**	.525**	.733**	.570**	.780**	1	.956**	.925**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000	.000		.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Yh	Pearson Correlation	.797**	.883**	.537**	.742**	.585**	.763**	.956**	1	.935**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000

	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
PreferensiMenabung di Bank Syariah	Pearson Correlation	.858**	.893**	.696**	.862**	.745**	.815**	.925**	.935**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

UJI RELIABILITAS

LAYANAN M-BANKING SYARIAH (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.932	8

RELIGIUSITAS (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.844	16

PENGETAHUAN PERBANKAN SYARIAH (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.921	8

PREFERENSI MENABUNG DI BANK SYARIAH (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.942	8

UJI ASUMSI KLASIK

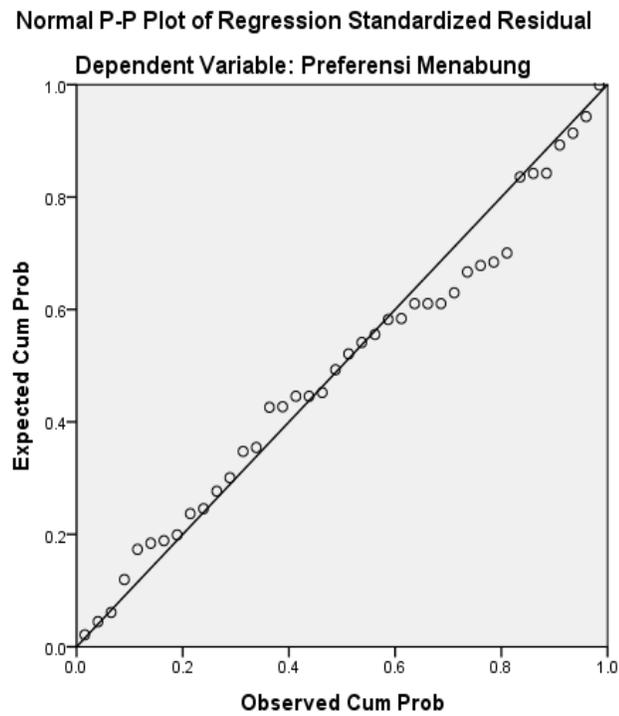
UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.03799570
Most Extreme Differences	Absolute	.117
	Positive	.117
	Negative	-.073
Test Statistic		.117
Asymp. Sig. (2-tailed)		.178 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Grafik P-Plot



UJI MULTIKOLONEARITAS

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Coefficients Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-9.388	6.476		-1.450	.156		
	M-Banking Syariah	.547	.148	.500	3.706	.001	.305	3.275
	Religiusitas	.195	.156	.094	1.245	.221	.980	1.020
	Pengetahuan Perbankan Syariah	.524	.161	.438	3.259	.002	.309	3.241

a. Dependent Variable: Preferensi Menabung

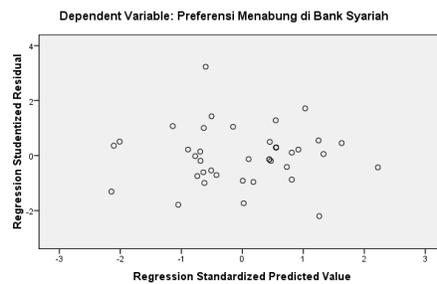
UJI HETEROSKEDASTISITAS

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	T	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	-1.942	4.110		-.472	.640
	M-Banking Syariah	-.100	.094	-.305	-1.069	.292
	Religiusitas	.143	.099	.230	1.443	.158
	Pengetahuan Perbankan Syariah	.057	.102	.160	.562	.577

a. Dependent Variable: abs_res

Scatterplot



UJI KOEFISIEN DETERMINASI

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.894 ^a	.800	.783	3.162

a. Predictors: (Constant), Pengetahuan Perbankan Syariah, Religiusitas, M-Banking Syariah

UJI REGRESI LINIER BERGANDA

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-9.388	6.476		-1.450	.156
	M-Banking Syariah	.547	.148	.500	3.706	.001
	Religiusitas	.195	.156	.094	1.245	.221
	Pengetahuan Perbankan Syariah	.524	.161	.438	3.259	.002

a. Dependent Variable: Preferensi Menabung

UJI F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1437.553	3	479.184	47.925	.000 ^b
	Residual	359.947	36	9.999		
	Total	1797.500	39			

a. Dependent Variable: Preferensi Menabung

b. Predictors: (Constant), Pengetahuan Perbankan Syariah, Religiusitas, M-Banking Syariah

UJI T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-9.388	6.476		-1.450	.156
	M-Banking Syariah	.547	.148	.500	3.706	.001
	Religiusitas	.195	.156	.094	1.245	.221
	Pengetahuan Perbankan Syariah	.524	.161	.438	3.259	.002

a. Dependent Variable: Preferensi Menabung

Lampiran V
DOKUMENTASI



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama Lengkap : Widda Laila Qotrunnada
Nim : 1705036110
Program Studi : S1 Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat, Tanggal Lahir : Pekalongan, 19 Desember 1999
Agama : Islam
Alamat : Jalan Diponegoro no. 5 Desa Kauman Kecamatan Juwana
Kabupaten Pati Rt 01 Rw 01
No. Hp : 081392709373
Email : Widdalaila99@Gmail.Com
Pendidikan :

1. Tk Yaumi Fatimah Pati
2. Mi Raudlatul Ulum Pati
3. Mts Raudlatul Ulum Pati
4. Ma Raudlatul Ulum Pati
5. S1 Perbankan Syariah Uin Walisongo Semarang