# Pengaruh Persepsi dan Tingkat Religiusitas Santri terhadap Minat Menabung di Bank Syariah

**(Studi Kasus di Pondok Pesantren Putri Tahfidzul Quran Al Hikmah Tugurejo Semarang)**

****

**SKRIPSI**

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata S.1

Dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan S.1 Perbankan Syariah

**Oleh :**

**MOHAMMAD IQBAL SHUKRI**

**NIM : 1505036071**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO**

**SEMARANG**

**2020**

# DEKLARASI

Dengan ini penulis memberitahukan kalau skripsi ini ialah hasil kerja penulis sendiri, dengan penuh kejujuran serta tanggungjawab dimana tidak ada karya yang sempat diajukan buat mendapatkan gelar kesarjanaan pada pendidikan tinggi lain, kecuali pengetahuan serta data yang diambil penerbitan ataupun tidak diterbitkan dicantumkan bagaikan sumber rujukan yang jadi bahan referensi.

Semarang, 11 Desember 2020

Penulis

Mohammad Iqbal Shukri

# NOTA PEMBIMBING

**KEMENTRIAN AGAMA**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan Telp/Fax (024)760792**

**Semarang 50185**

# LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Saudara : Mohammad Iqbal Shukri

Nim : 1505036071

Jurusan : S.1 Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi dan Tingkat Religiusitas Santri terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus di Pondok Pesantren Putri Tahfidzul Quran Al Hikmah Tugurejo Semarang)

telah dimunaqasahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan dengan predikat *cumlaude*/baik/cukup pada tanggal: **28 Desember 2020** dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 tahun akademik 2019/2020.



Semarang, 28 Desember 2020

Ketua Sidang Sekretaris Sidang



H. Ade Yusuf Mujaddid, M.Ag. Dr. H. Ahmad Furqon, Lc., MA.,

NIP. 19670119 199803 1 002 NIP. 19751218 200501 1 002

Penguji I Penguji II

Heny Yuningrum, SE, M.Si., Dr. H. Nur Fatoni, M. Ag.,

NIP. 19810609 200710 2 005 NIP. 19730811 200003 1 004

Pembimbing I Pembimbing II

Dr. H. Ahmad Furqon, Lc., MA., Fajar Adhitya S.Pd., MM.,

NIP. 19751218 200501 1 002 NIP. 19891009 201503 1 003

# MOTTO

Dengan cinta, yang pahit menjadi manis. Dengan cinta, tembaga menjadi emas. Dengan cinta, sampah menjadi jernih. Dengan cinta, yang mati menjadi hidup. Dengan cinta, raja menjadi budak. Dari ilmu, cinta dapat tumbuh. Pernahkah kebodohan menempatkan seseorang di atas tahta seperti ini?

Jalaluddin Rumi



*Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan. (Q.S Al-Insyirah: 6)*

# KATA PENGANTAR

Segala puji senantiasa kita panjatkan atas kehadirat Allah Swt, yang sudah melimpahkan nikmat, rahmat, taufiq dan hidayah- Nya sampai skripsi ini dapat terselesaikan. Sholawat dan salam kita sampaikan kepada baginda Nabi Muhammad Saw, yang mana kita semua selalu berharap kelak bisa mendapat syafaatnya di hari akhir nanti.

Skripsi yang berjudul : **“PENGARUH PERSEPSI, TINGKAT RELGIUSITAS SANTRI TERHADAP MINAT MENABUNG DI BANK SYARIAH** **(Studi kasus pada Santri Pondok Pesantren Putri Tahfidzul Quran Al Hikmah Tugurejo Semarang).** Disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat guna mendapatkan gelar sarjana Strata Satu( S1) Fakultas Ekonomi serta Bisnis Islam Universitas Islam Negara( UIN) Walisongo Semarang.

Penulis sadar bahwa dalam penyusunan skripsi ini banyak mendapat dukungan, bimbingan, bantuan serta saran dari berbagai pihak, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Untuk itu sudah selayaknya penulis menyampaikan terimakasih banyak kepada :

1. Prof. Dr. H. Imam Taufiq M.Ag., selaku Rektor UIN Walisongo Semarang
2. Dr. H. Muhammad Saifullah M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang
3. Heny Yuningrum, SE, M.Si., selaku kaprodi S1 Perbankan Syariah dan Muyassarah M.Si, selaku sekprodi S1 Perbankan Syariah UIN Walisongo Semarang.
4. Dr. H. Ahmad Furqon, Lc., MA., dan Fajar Adhitya S.Pd., MM., selaku dosen pembimbing I dan II yang telah banyak membantu, dengan meluangkan waktu dan tenaganya untuk mengarahkan atau membimbing dalam upaya penyusunan skripsi ini hingga selesai.

# PERSEMBAHAN

*Alhamdulillahirobbil’alamin*, penulis memanjatkan syukur atas kehadirat Allah Swt, yang selalu melimpahkan Rahmat, Taufiq dan Hidayah-Nya hingga skripsi ini bisa terselesaikan.

Skripsi yang telah penulis buat ini, dipersembahkan kepada orangtua tercinta, Bapak Sodikin dan Ibu Siti Khanifah, serta Kakak Dawamun Ni’am Alfatawi yang senantiasa memberikan kasih sayang, dukungan dan doa kepada penulis. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Kemudian kepada para dosen pembimbing yang telah berkenan sabar dalam membimbing penyusunan skripsi ini. Serta tidak lupa kepada para teman atau sahabat yang turut menemani, membantu dan memotivasi penulis dalam proses penyusunan skripsi.

# DAFTAR ISI

[HALAMAN JUDUL i](#_Toc58578736)

[HALAMAN DEKLARASI KEASLIAN ii](#_Toc58578737)

[HALAMAN NOTA PEMBIMBING iii](#_Toc58578738)

[HALAMAN PENGESAHAN iv](#_Toc58578739)

[HALAMAN MOTTO v](#_Toc58578740)

[HALAMAN KATA PENGANTAR vi](#_Toc58578741)

[HALAMAN PERSEMBAHAN vii](#_Toc58578742)

[HALAMAN DAFTAR ISI viii](#_Toc58578743)

[HALAMAN ABSTRAK xi](#_Toc58578744)

[Bab I Pendahuluan](#_Toc58578745)

[A. Latar Belakang 1](#_Toc58578747)

[B. Rumusan Masalah 4](#_Toc58578748)

[C. Tujuan Penelitian 5](#_Toc58578749)

[D. Manfaat Penelitian 5](#_Toc58578750)

[E. Kajian Pustaka 5](#_Toc58578751)

[F. Sistematika Penulisan 7](#_Toc58578752)

[Bab II Landasan Teori](#_Toc58578753)

[A. Persepsi 9](#_Toc58578755)

[1. Pengertian Persepsi 9](#_Toc58578756)

[2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi 10](#_Toc58578757)

[3. Proses Terjadinya Persepsi 11](#_Toc58578758)

[B. Religiusitas 14](#_Toc58578759)

[1. Pengertian Religiusitas 14](#_Toc58578760)

[2. Dimensi Religiusitas 15](#_Toc58578761)

[3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Religiusitas 17](#_Toc58578762)

[C. Minat Menabung 18](#_Toc58578763)

[1. Pengertian Minat Menabung 18](#_Toc58578764)

[2. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung 19](#_Toc58578765)

[D. Bank Syariah 23](#_Toc58578766)

[1. Pengertian Bank Syariah 23](#_Toc58578767)

[2. Fungsi dan Peran Bank Syariah 24](#_Toc58578768)

[3. Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional 25](#_Toc58578769)

[4. Produk-produk bank syariah 26](#_Toc58578770)

[E. Pondok Pesantren 29](#_Toc58578771)

[1. Pengertian pondok pesantren 29](#_Toc58578772)

[2. Unsur-unsur pondok pesantren 29](#_Toc58578773)

[F. Kerangka Teori 30](#_Toc58578774)

[G. Hipotesis 30](#_Toc58578775)

[Bab III Metode Penelitian](#_Toc58578776)

[A. Jenis Penelitian dan Sifat Penelitian 32](#_Toc58578778)

[B. Sumber Data 32](#_Toc58578779)

[C. Populasi dan Sampel 33](#_Toc58578780)

[1. Populasi 33](#_Toc58578781)

[2. Sampel 33](#_Toc58578782)

[D. Metode Pengumpulan Data 34](#_Toc58578783)

[1. Kuesioner atau Angket 34](#_Toc58578784)

[2. Wawancara 34](#_Toc58578785)

[3. Dokumentasi 34](#_Toc58578786)

[E. Variabel Penelitian dan Pengukuran 35](#_Toc58578787)

[1. Variabel Penelitian 35](#_Toc58578788)

[2. Definisi Operasional 35](#_Toc58578789)

[F. Teknik Analisis Data 37](#_Toc58578790)

[Bab IV Pembahasan](#_Toc58578791)

[A. Gambaran Umum Pondok Pesantren Putri Tahfidzul Quran Al Hikmah Tugurejo Semarang 41](#_Toc58578793)

[1. Sejarah Pondok Pesantren 41](#_Toc58578794)

[2. Letak Pondok Pesantren 42](#_Toc58578795)

[3. Visi Misi Pondok Pesantren Putri Tahfidzul Qur’an Al-Hikmah Tugurejo Tugu Semarang 42](#_Toc58578796)

[4. Struktur Kepengurusan Pondok Pesantren Putri Tahfidzul Qur’an Al-Hikmah Tugurejo Tugu Semarang 43](#_Toc58578797)

[5. Peraturan Pondok Pesantren Tahfidzul Qur’an Al-Hikmah Tugurejo Tugu Semarang 44](#_Toc58578798)

[6. Kegiatan-kegiatan Pondok Pesantren Putri Tahfidzul Qur’an Al-Hikmah Tugurejo Tugu Semarang 45](#_Toc58578799)

[7. Keadaan Pengasuh dan Santri 47](#_Toc58578800)

[B. Analisis Deskriptif 49](#_Toc58578801)

[1. Deskriptif Data Responden 49](#_Toc58578802)

[2. Tempat dan Waktu Penelitian 50](#_Toc58578803)

[C. Analisis Data 50](#_Toc58578804)

[1. Gambaran Distribusi Jawaban Responden 50](#_Toc58578805)

[2. Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas 60](#_Toc58578806)

[3. Uji Asumsi Klasik 63](#_Toc58578807)

[4. Uji Hipotesis 67](#_Toc58578808)

[D. Pembahasan 70](#_Toc58578809)

[Bab V Penutup](#_Toc58578810)

[A. Kesimpulan 74](#_Toc58578812)

[B. Saran 75](#_Toc58578813)

[DAFTAR PUSTAKA](#_Toc58578814)

[LAMPIRAN](#_Toc58578815)

[RIWAYAT HIDUP](#_Toc58578816)

# ABSTRAK

Peluang bank syariah untuk terus berkembang begitu lebar. Sebab mayoritas masyarakat di Indonesia beragama muslim. Segmentasi pasar yang begitu jelas tersebut, menjadi salah satu faktor terbukanya peluang bank syariah untuk bisa bersaing dengan bank konvensional. Bagaimanapun adanya peluang harus dibarengi dengan strategi yang efektif, supaya peluang yang ada bisa dicapai atau diwujudkan. Untuk mempersiapkan strategi, kiranya juga harus mengetahui dan memahami perilaku seorang konsumen. Setiap perilaku seorang konsumen atau masyarakat dipengaruhi oleh berbagai faktor, diantaranya faktor pengetahuan, kebudayaan, pekerjaan. Bahkan persepsi dan tingkat religiusitas juga berpengaruh terhadap perilaku konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana pengaruh persepsi terhadap minat menabung di bank syariah, kemudian untuk mengetahui pengaruh tingkat religiusitas terhadap minat menabung di bank syariah, serta untuk mengetahui bagaimana pengaruh persepsi, tingkat religiusitas terhadap minat menabung di bank syariah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif dengan jenis penelitian lapangan (field research). Populasi dalam penelitian ini ialah seluruh santri Pondok Pesantren Putri Tahfidzul Quran Al Hikmah Tugurejo Semarang. Sample yang diambil dari penelitian ini yaitu berjumalah 80 santri. Penelitian ini teknik analisis datanya menggunakan analisis deskriptif. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala likert.

Hasil penelitian yang diperoleh yaitu : (1) Persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di perbankan syariah. Hal itu dibuktikan dengan hasil dari perhitungan Uji T yang menunjukkan Thitung > Ttabel yaitu 9,644 > 1,991. Dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. (2) Tingkat religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat menabung di perbankan syariah. Hal itu dibuktikan dengan hasil dari perhitungan Uji T yang menunjukkan Thitung < Ttabel yaitu -0,256 < 1,991. Dengan nilai signifikansi 0,799 > 0,05. (3) Variabel persepsi (X1) dan variabel tingkat religiusitas (X2) berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependennya yaitu variabel minat menabung (Y). Hal itu dapat dibuktikan dengan hasil dari perhitungan Uji F yang menunjukkan Fhitung > Ftabel yaitu 46,823 > 3,12.

*Kata kunci : Persepsi, Religiusitas, Minat Menabung*

# BAB 1

# PENDAHULUAN

## Latar Belakang

Bank adalah suatu lembaga yang fokus pada bidang keuangan, yang memiliki peranan penting dalam perekonomian negara. Bank juga bisa dirtikan sebagai salah satu badan usaha yang berfungsi menghimpun dana yang bersumber dari masyarakat, dengan bentuk simpanan, kemudian menyalurkannya pada masyarakat. Hal itu dilakukan guna untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat.[[1]](#footnote-1)

Bank secara umum terbagi menjadi dua macam. Pertama bank konvensional dan yang kedua bank syariah. Dalam pengertiannya bank konvensional merupakan bank yang menjalankan kegiatan usahanya secara konvensional yang terdiri atas Bank Umum Konvensional dan Bank Perkreditan Rakyat. Sedangkan bank syariah yaitu bank yang menjalankan sistem operasional atau kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah yang terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).[[2]](#footnote-2)

Bank syariah dalam praktiknya selalu berlandaskan prinsip syariah, sebuah prinsip yang mempunyai berbagai jenis akad, yang kemudian menjadikan terciptanya berbagai variasi produk yang lebih banyak.[[3]](#footnote-3) Akad tersebut diantaranya, akad murabahah, akad salam, akad isthisna’, akad musyarakah, akad mudharabah, akad qardh, akad ijarah, akad hawalah, akad kafalah.

Bank syariah dalam teori dan praktiknya selalu mengedepankan beberapa prinsip, di mana prinsip tersebut menja di karakteristik bank syariah. Diantarnya prinsip keadilan, kemitraan, keterbukaan dan universalitas.[[4]](#footnote-4) Prinsip-prinsip itu menjadi dasar pada setiap transaksi yang dilakukan antara bank syariah dengan para nasabahnya agar terjalin hubungan yang tetap harmonis.

Bank syariah dalam hal penyaluran dana usaha selalu memilih pada kegiatan usaha yang halal dan menguntungkan. Hal itu menjadikan rasa aman nasabah sebagai mitra bank syariah, karena dana yang diinvestasikan melalui bank syariah dijalankan sesuai prinsip syariah yang menjauhi segala jenis usaha haram.

Pembagian keuntungan dalam bank syariah tidak menggunakan sistem bunga, tapi sistem yang digunakan adalah sistem bagi hasil yang sah dalam syariat Islam. Salah satu keuntungan menggunakan sistem bagi hasil yaitu saat usaha yang dijalankan mendapat keuntungan besar, maka pihak nasabah dan bank juga akan mendapatkan keuntungan yang semakin besar. Berbeda dengan pembagian keuntungan dengan sistem bunga, di mana meskipun usaha yang dijalankan itu mendapat keuntungan yang besar, maka nasabah hanya tetap mendapatkan keuntungan bunga yang nilainya sama dengan kesepakatan awal.

Berdasarkan beberapa keistimewaan pada bank syariah seperti variasi produk yang ditawarkan, karakteristik sistem operasional berlandaskan prinsip syariah, menjadikan bank syariah semakin berkembang. Pada mulanya hanya sebagian kecil masyarakat yang mengenal bank syariah. Namun seiring berkembangnya waktu, bank syariah sekarang mulai dikenal oleh masyarakat luas, baik itu masyarakat kota, hingga pelosok desa sudah mulai mengenalnya.[[5]](#footnote-5) Menurut pandangan sebagian ekonom, mereka memprediksi bahwa di tahun mendatang perkembangan ekonomi syariah akan jauh berkembang pesat dibandingkan dengan ekonomi konvensional, ekonomi syariah akan lebih unggul.[[6]](#footnote-6) Maka dari itu sudah sepatutnya masyarakat menggunakan jasa perbankan syariah.

Perkembangan bank syariah tidak luput dari suatu masalah atau tantangan yang harus dihadapi. Untuk menghadapi tantangan tersebut, kiranya bank syariah dituntut untuk mampu menganalisis tantangan apa saja yang akan dihadapi, hingga menyiapkan cara bagaimana strategi bank syariah untuk menghadapi tantangan yang ada, supaya tantangan bisa berubah menjadi sebuah keuntungan. Salah satu tantangan yang ada yaitu terkait pemasaran. Maka diperlukanlah strategi pemasaran yang menarik, supaya konsumen berminat untuk menggunakan jasa bank syariah. Strategi pemasaran ini penting, khususnya bagi perkembangan bank syariah itu sendiri.

Langkah yang bisa dilakukan oleh bank syariah dalam strategi pemasaran yaitu selalu memperhatikan perilaku seorang konsumen dan menjaga kepercayaannya, diantaranya bank syariah seyogyanya harus bisa menciptakan produk yang menarik dan menguntungkan. Ada beberapa faktor yang bisa mempengaruhi perilaku konsumen, seperti faktor keluarga, budaya, status sosial, komunitas, lingkungan kerja, gaya hidup seseorang hingga usia.[[7]](#footnote-7) Bahkan persepsi seseorang terhadap sesuatu juga dapat mempengaruhi perilaku dari konsumen.

Hingga saat ini, banyak masyarakat yang memiliki persepsi berbeda terhadap adanya perbankan syariah. Bahkan dari kalangan santri yang khusus mempelajari ilmu agama Islam, juga terdapat perbedaan persepsi mengenai bank syariah.

Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan dengan 25 santri Pondok Pesantren Putri Tahfidzul Quran Al Hikmah Tugurejo Semarang, mayoritas santri lebih memilih menabung di bank konvensional daripada bank syariah. Sebanyak 19 santri menabung di bank konvensional, dan 6 santri lainnya menabung di bank syariah.[[8]](#footnote-8) Ketimpangan tersebut terjadi, karena persepsi yang berbeda. Hal itu menjadi tantangan bank syariah untuk kemudian bisa menyamakan persepsi positif, terhadap keberadaan perbankan syariah.

Selain persepsi dan beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yang telah disebutkan di atas, pembentuk perilaku seorang konsumen yaitu sensitivitas religiusitas. Dalam Islam sendiri, sikap religiusitas konsumen bisa dilihat dari perilakunya sehari-hari, seperti kebiasaannya selalu memilih barang halal, mudah bersedekah, dan baik hati terhadap sesama makhlukNya. Hingga bisa diartikan religiusitas itu adalah cerminan hubungan dirinya (konsumen) dengan Allah Swt. Di mana sikap religiusitas tersebut bisa menyelamatkan hidupnya di dunia maupun di akhirat kelak.

Setiap orang mempunyai persepsi dan tingkat religiusitas yang berbeda-beda. Sehingga peneliti tertarik untuk menelitinya lebih lanjut. Objek penelitian yang dipilih peneliti yaitu santri, sebab peneliti merasa meskipun sama status santrinya tentu mereka mempunyai pandangan yang berbeda terhadap sesuatu, misalnya pandangan terhadap keberadaan bank syariah.

Peneliti mengambil objek penelitian Pondok Pesantren Putri Tahfidzul Quran AL Hikmah Tugurejo Semarang, karena jumlah seluruh santri mencapai 350 orang, tentunya dengan latarbelakang santri yang yang beragam. Mulai dari santri sekaligus berstatus mahasiswa, santri tahfidz (penghafal Al Quran), banyaknya santri yang berasal dari luar kota Semarang, dan pendapatan (uang saku) santri yang berbeda-beda, mulai dari satu bulan berkisar Rp500.000 sampai Rp700.000. Hal itu tergantung kebutuhan masing-masing santri. Berdasarkan keberagaman tersebut, tentunya setiap santri berpandangan tidak sama dalam menilai suatu hal, termasuk tentang kehadiran dari perbankan syariah. Begitupun dengan tingkat religiusitasnya, masing-masing santri tentu berbeda dalam mendalami agamanya, meskipun status mereka sama-sama santri. Berdasarkan latar belakang dan riset gap di atas peneliti bermaksud melaksanakan penelitian dengan tema **“PENGARUH PERSEPSI DAN RELIGIUSITAS SANTRI TERHADAP MINAT MENABUNG DI BANK SYARIAH (Studi Kasus Di Pondok Pesantren Putri Tahfidzul Quran AL Hikmah Tugurejo Semarang)”.**

## Rumusan Masalah

1. Adakah pengaruh persepsi terhadap minat menabung seseorang di bank syariah?

2. Adakah pengaruh tingkat religusitas terhadap minat menabung seseorang di bank syariah?

3. Adakah pengaruh persepsi, tingkat religiusitas seseorang terhadap minat menabung di bank syariah?

## Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi terhadap minat menabung di bank syariah.

2. Untuk mengetahui pengaruh religiusitas terhadap minat menabung di bank syariah.

3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi dan religiusitas terhadap minat menabung di bank syariah.

## Manfaat Penelitian

1. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan bisa berguna sebagai bahan referensi atau kajian untuk penelitian selanjutnya.

2. Bagi Praktisi

Hasil penelitian ini diharapkan bisa berguna untuk bahan pertimbangan evaluasi. Seperti evaluasi pada sumber daya manusia yang terlibat dalam manajemen perbankan atau lembaga keuangan lainnya.

## Kajian Pustaka

1. Penelitian Imran dan Bambang Hendrawan dalam *journal of business administration* yang berjudul Pengaruh Persepsi Masyarakat Batam Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah. Kesimpulan dari hasil penelitiannya persepsi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat dalam menggunakan produk bank syariah.[[9]](#footnote-9)

Penelitian ini memiliki persamaan pada variabel bebasnya yakni persepsi, sekaligus sama dengan variabel terikatnya yakni minat. Perbedaannya adalah penelitian yang dilakukan oleh Imran dan Bambang Hendarawan hanya menggunakan satu variabel bebas, sedangkan variabel bebas yang digunakan oleh peneliti berjumlah dua variabel bebas, yaitu persepsi dan tingkat religiusitas.

2. Penelitian Fitria Nurmasari dan Moch Khoirul Anwar dalam jurnal ekonomi Islam yang berjudul “Pengaruh Tingkat Religiusitas Santri Pondok Pesantren Darussalam Kediri Terhadap Minat Menabung di Perbankan Syariah”. Hasil penelitian menyatakan bahwa tingkat religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung santri di perbankan syariah.[[10]](#footnote-10)

Penelitian ini memiliki persamaan pada variabel bebasnya yakni tingkat religiusitas, sekaligus sama dengan variabel terikatnya yakni minat menabung. Perbedaannya adalah penelitian yang dilakukan oleh Fitria Nurma Sari dan Moch Khoirul Anwar hanya menggunakan satu variabel bebas, sedangkan variabel bebas yang digunakan oleh peneliti berjumlah dua variabel bebas, yaitu persepsi dan tingkat religiusitas.

3. Penelitian Putri Hartini dalam skripsinya yang berjudul Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas Terhadap Minat Santri Memilih Produk Perbankan Syariah (Studi Pada Pesantren di Aceh Besar). Hasil penelitian mengungkapkan bahwa religiusitas berpengaruh secara signifikan terhadap minat santri memilih produk perbankan syariah.[[11]](#footnote-11)

Penelitian ini memiliki persamaan pada variabel bebasnya yakni tingkat religiusitas, sekaligus sama dengan variabel terikatnya yakni minat menabung. Perbedaannya adalah meskipun penelitian yang dilakukan oleh Putri Hartini menggunakan dua variabel bebas dan satu variabel terikat, tetapi dalam satu variabel bebasnya tidaklah sama, Putri Hartini menggunakan variabel bebas pengetahuan, sedangkan peneliti menggunakan variabel bebas persepsi.

4. Penelitian Fajar Adhitya dalam jurnal al amwal yang berjudul Studi Mengenai Keputusan Mahasiswa UIN Walisongo Menjadi Nasabah Produk Tabungan “SIRELA”. Hasil Penelitian menyimpulkan bahwa nisbah bagi hasil, kualitas layanan inti, kualitas pelayanan periferal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung di Minibank Syariah.[[12]](#footnote-12)

5. Penelitian Khoirun Nisa dalam skripsinya yang berjudul Analisis Pengaruh Tingkat Pendapatan dan Religiusitas Mahasiswa Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi pada Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Angkatan 2015 dan 2016 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung). Hasil penelitian mengungkapkan bahwa tingkat religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat menabung mahasiswa jurusan perbankan syariah di bank syariah. [[13]](#footnote-13)

Penelitian ini memiliki persamaan pada variabel bebasnya yakni tingkat religiusitas, sekaligus sama dengan variabel terikatnya yakni minat menabung. Perbedaannya adalah meskipun penelitian yang dilakukan oleh Khoirun Nisa menggunakan dua variabel bebas dan satu variabel terikat, tetapi dalam satu variabel bebasnya tidaklah sama, Khoirun Nisa menggunakan variabel bebas tingkat pendapatan, sedangkan peneliti menggunakan variabel bebas persepsi.

Dari beberapa penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan pembahasan yang nantinya akan dikaji dalam penelitian ini, terdapat kesamaan dalam pembahasan. Namun jika ditilik ulang pembahasan akan terjadi perbedaan, sebab ada perbedaan pada jenis variabel penelitian yang digunakan dari subjek penilitian sebelumnya, dengan variabel penelitian yang digunakan oleh peneliti. Sehingga penelitian ini layak untuk diteliti.

## Sistematika Penulisan

Pada sistematika penulisan penelitian ini, penulis membagi lima bab, yaitu sebagai berikut :

Bab I : Pendahuluan berisi Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, serta Sistematika Penulisan.

Bab II : Landasan Teori yang mendiskripsikan tentang Teori Persepsi, Teori Religiusitas, Teori Minat, Teori Bank Syariah, Teori Pondok Pesantren, Kerangka Pemikiran, dan Hipotesis

Bab III : Metode Penelitian yang memaparkan tentang jenis penelitian, variabel penelitian dan definisi operasional, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data dan instrument penelitian, dan metode analisis data.

Bab IV : Hasil Dan Pembahasan berisi tentang hasil pengujian instrumen (validitas dan reabilitas), hasil pengujian deskripsi, hasil pengujian hipotesis pembahasan.

Bab V : Penutup berisi tentang kesimpulan dan saran

# BAB II

# LANDASAN TEORI

## Persepsi

### Pengertian Persepsi

Persepsi merupakan suatu gambaran yang didapat oleh seseorang dari hasil proses pemilihan, dan pengorganisasian, serta pengartian atas informasi yang diterimanya. Baik informasi tersebut berasal dari apa yang ia lihat, dengar ataupun yang dirasakannya.[[14]](#footnote-14) Persepsi pada setiap diri seseorang tentu berbeda dan beragam, hal itu dikarenakan informasi yang diterima, cara memperoleh informasi, atau pemberi informasi tidaklah sama, seseorang memiliki pengalaman dan sikap sendiri-sendiri perihal mendapatkan informasi.

Persepsi ialah *starting point* bagi lahirnya berbagai tingkah laku atau tindakan seperti apa yang akan dilakukan oleh manusia. Selain itu persepsi juga bisa diartikan sebagai sebuah potensi yang ada, di mana sewaktu-waktu bisa diaktualisasikan dalam sebuah perilaku atau sikap manusia.[[15]](#footnote-15)

Persepsi juga bisa diartikan sebagai suatu proses kognitif yang dialami oleh seseorang dalam memahami suatu informasi mengenai lingkungannya, dengan cara menggunakan indera yang ia miliki. Baik lewat indera pendengaran, penglihatan, penghayatan, penciuman ataupun perasaan.[[16]](#footnote-16) Kemudian aktivitas yang diterima oleh indera tersebut telah tersimpan dalam memori pikiran, yang suatu saat bisa secara tiba-tiba dikeluarkan sebagai sikap dalam rangka menanggapi sesuatu.

### Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Menurut Toha, faktor-faktor yang dapat atau bisa mempengaruhi persepsi seseorang ialah:

1. Faktor internal

Proses persepsi bisa dipengaruhi suatu hal yang berasal dalam diri individu (internal), yakni meliputi sikap dan karakteristik individu, perasaan, prasangka, perhatian (fokus), proses belajar, gangguan kejiwaan, keinginan atau harapan, keadaan fisik, motivasi.

1. Faktor eksternal

Terdapat beberapa faktor luar (eksternal) yang dapat mempengaruhi persepsi, yakni informasi yang diperoleh, latar belakang keluarga, pengetahuan dan kebutuhan sekitar, ukuran, intensitas, keberlawanan, hal-hal baru, familiar atau ketidak asingan suatu objek, dan pengulangan gerak.

Menurut Pareek ada dua faktor yang mempengaruhi persepsi yaitu :

1. Faktor internal individu seseorang
2. Latar belakang
3. Kebutuhan psikologis
4. Pengalaman
5. Nilai dan kepercayaan umum
6. Kepribadian
7. Penerimaan diri
8. Faktor eksternal atau objek persepsi
9. Intensitas
10. Kontras
11. Ukuran
12. Gerakan
13. Keakraban
14. Ulangan
15. Sesuatu yang baru.[[17]](#footnote-17)

Sedangkan menurut Eva Latipah, faktor yang mempengaruhi persepsi ada 3 yaitu :

1. Pembawaan

Kemampuan penginderaan yaitu suatu hal paling mendasar yang dimiliki oleh manusia, dan itu bersifat bawaan. Misalnya seorang bayi sudah bisa membedakan berbagai macam rasa, seperti rasa manis, asin.

1. Periode kritis

Pengalaman juga mempengaruhi persepsi. Contohnya jika bayi kehilangan sebuah pengalaman pada masa waktu yang cukup penting (periode kritis), maka hal itu akan berdampak kerusakan pada kemampuan persepsi mereka. Perlu diketahui bahwa kemampuan bawaan tidak dapat bertahan lama sebab sel-sel dalam sistem saraf manusia akan mengalami perubahan, kemunduran, atau gagal dalam membentuk jalur saraf yang rusak.

1. Faktor psikologis dan budaya

Psikologi seseorang bisa menjadi salah satu pengaruh terciptanya sebuah persepsi atas apa yang dipersepsikannya. Misalnya sisi psikologisnya, seperti emosi, ekspektasi atau bahkan perihal kebutuhan kepercayaan.[[18]](#footnote-18)

### Proses Terjadinya Persepsi

Schermerhorn mengungkapkan proses terjadinya persepsi secara umum dibagi ke dalam 4 tahap :[[19]](#footnote-19)

1. Perhatian dan Seleksi

Dalam konteks pemilihan informasi secara selektif hanya akan memberikan peluang proporsi yang kecil dari seluruh informasi yang ada. Proses seleksi tersebut berasal dari proses terkontrol. Artinya setiap individu secara sadar mengambil sikap untuk memutuskan memilih informasi yang dipilih dan informasi yang diabaikan.

1. Organisasi *(Organization)*

Kemudian dalam tahap selanjutnya, seluruh informasi yang telah diseleksi akan diorganisasikan. Supaya tahap pengorganisasian informasi bisa efisien maka dilakukanlah *schema. Schema* adalah suatu kerangka kognitif yang menggambarkan pengetahuan yang terorganisasi. Selanjutnya didukung oleh pengalaman yang berfungsi untuk memberi konsep atau stimulus.

1. Interpretasi *(Interpretation)*

Selanjutnya pada tahap ini, individu akan berupaya untuk memperoleh jawaban mengenai makna dari informasi itu. Dalam tahap ini dipengaruhi oleh *causal atrtribution,* yakni suatu percobaan yang menjelaskan mengapa sesuatu bisa terjadi dengan seperti itu.

1. Pencarian Kembali *(Retrieval)*

Selanjutnya masuk pada tahap pencarian kembali informasi. Pada tahap ini, individu akan mudah menemukan informasi kembali, jika informasi sudah terskema, terorganisir dengan baik dalam diri individu tersebut. Namun sebaliknya jika informasi tidak terorganisir atau terskema maka individu akan sulit untuk mencarinya.

Bimo Walgito berpandangan persepsi bisa terjadi disebabkan adanya sebuah proses yang diterima oleh panca indera individu dari suatu objek dengan cara alamiah, selanjutnya terjadi proses fisiologis, yaitu proses di mana panca indera meneruskan rangsangan dari objek dari saraf sensoris menuju otak. Dan proses akhirnya ialah di dalam saraf otak individu tersebut terjadi proses interpretasi.[[20]](#footnote-20) Panca indera individu menanggapi suatu rangsangan kemudian otak menginterpretasikannya, hingga proses tersebut menghasilkan suatu yang disebut persepsi.

Terjadinya proses persepsi bisa dijelaskan dengan gambar di bawah ini:

Stimulus

(faktor luar)

Stimulus

(faktor luar)

Respon

Faktor Intern

Faktor Intern

Faktor Intern

Stimulus

(faktor luar)

Sumber: Bimo Walgito (2010: 103)

Berdasarkan gambar di atas dapat diterangkan bahwa proses terjadinya persepsi yaitu ketika panca indera menangkap stimulus yang ditimbulkan oleh suatu objek, kemudian saraf otak menerjemahkannya, selanjutnya muncul respon kepada objek yang diterima oleh panca indera. Kemudian pada respon inilah yang dinamakan persepsi.

## Religiusitas

### Pengertian Religiusitas

Setiap manusia memaknai suatu agama dengan pandangan berbeda-beda. Tergantung dari sisi mana ia memandang, latar belakang mereka (budaya), atau *mind set* mereka. Hingga kemudian wajar, jika seseorang memiliki sebuah pemahaman, pandangan atau kesan yang berbeda perihal agama.[[21]](#footnote-21) Menurut Lubis, religiusitas merupakan salah satu ukuran kesetiaan seseorang terhadap agamanya. Sebab agama dipandang bisa mempengaruhi orang dengan sangat kuat.[[22]](#footnote-22) Artinya agama memiliki pengaruh yang cukup besar dalam keberlangsungan kehidupan setiap orang.

Dalam pandangan lain, Evi dan Muhammad Farid berpendapat bahwa religiusitas merupakan suatu proses penghayatan (internalisasi) sesoarang terhadap nilai-nilai agama yang dianutnya. Internalisasi yang dimaksud berkaitan erat dengan kepercayaan terhadap suatu ajaran agama baik bersifat ucapan ataupun sesuatu yang dirasakan di dalam hati. Kemudian akan terjadi perubahan pada tingkah laku, di mana perubahan tersebut merupakan bentuk nyata dari aktualisasi kepercayaan.[[23]](#footnote-23)

Menurut pandangan Harun Nasution, intisari dalam agama yaitu ikatan. Kemudian ikatan tersebut harus dipatuhi dan dipegang oleh manusia, sebab dalam ikatan ini berasal dari sebuah kekuatan yang lebih tinggi dari manusia. Seperti kekuatan gaib yang tak dapat ditangkap oleh pancaindera manusia. Tetapi pengaruhnya terhadap kehidupan manusia sangat besar sekali.[[24]](#footnote-24)

Hingga bisa disimpulkan religiusitas sebagai suatu keadaan yang dialami oleh seseorang dan mampu mendorong seseorang tersebut untuk bersikap, atau bertindak sesuai ajaran agama yang dianutnya.

### Dimensi Religiusitas

Menurut Glock & Stark dalam bukunya Djamaluddin Ancok ada lima macam dimensi dalam religiusitas :[[25]](#footnote-25)

1. Dimensi keyakinan atau ideologi

Dimensi keyakinan merupakan tingkatan individu dalam mendapat sesuatu yang bersifat dogmatik pada agama yang dianutnya. Seperti percaya terhadap Tuhan, malaikat, surga ataupun neraka. Tingkat keimanan seseorang terhadap Tuhan akan berpengaruh terhadap kehidupannya, baik batin ataupun fisik, tercermin pada perilaku atau perbuatannya. Seorang individu yang beriman, ia akan selalu bisa merasakan kehadiran Tuhan di setiap langkahnya, hingga kedamaian jiwa didapatkan. Sehingga ketika sedang menghadapi permasalahan, ia akan tenang dan selalu berpikir positif dan logis dalam menyelesaikan setiap permasalahan.

Dimensi ini memiliki beberapa indikator, diantaranya :

1. Percaya kepada Allah
2. Pasrah kepada Allah
3. Percaya kepada malaikat, Rasul dan Kitab suci
4. Percaya dengan takdir Tuhan
5. Melakukan sesuatu dengan ikhlas
6. Dimensi praktik agama atau ritualistik

Dimensi praktik agama adalah tingkatan individu sebagai penganut agama dalam menjalankan seluruh kewajiban dalam aturan agama yang dianutnya. Beberapa komponen yang ada pada dimensi ini yaitu, ketaatan, pemujaan, atau sesuatu yang bisa mencerminkan kesetiaan seseorang terhadap agamanya.

Dalam agama Islam bentuk nyata (praktik) pada dimensi ini meliputi ibadah shalat, zakat, puasa, haji ataupun bentuk praktik muamalah lain.

Dengan indikatornya yaitu :

1. Tertib dalam menjalankan salat lima waktu dengan tertib
2. Melakukan puasa dan salat sunnah sesuai ajaran Rasul
3. Membaca Al quran
4. Melakukan kegiatan keagamaan yang ada dilingkungan masyarakat.
5. Dimensi pengalaman atau eksperiensial

Dimensi pengalaman ialah sesuatu rasa yang pernah dialami oleh seseorang. Misalnya seseorang bisa merasakan adanya kedekatan antara dirinya dengan Tuhan, takut melakukan perbuatan dosa, dan selalu merasakan bahwa keselamatan selalu datang dari pertolongan-Nya.

Dengan indikatornya antara lain :

1. Sabar ketika sedang diberi cobaan
2. Menilai selalu ada hikmah dibalik setiap cobaan yang dihadapinya.
3. Perasaan selalu bersyukur kepada Allah
4. Selalu takut ketika melanggar aturan dan merasakan kehadiran Tuhan.
5. Dimensi pengetahuan agama atau intelektual

Dimensi pengetahuan agama ialah tingkatan pengetahuan seseorang dalam memahami ajaran agama yang dianutnya. Seperti, setidaknya seseorang yang beragama diharuskan mengetahui pokok-pokok tentang dasar keyakinan, kitab suci, ritus-ritus serta tradisi.

Jika dalam Islam, dimensi ini meliputi beberapa hal, seperti pengetahuan yang terkandung dalam setiap ayat Al-Quran, sesuatu yang wajib diimani dan dilaksanakan, hingga pengetahuan tentang ilmu ekonomi yang berlandaskan pada ajaran Islam.

Indikatornya yaitu :

1. Pengetahuan agama bisa didapat dengan cara membaca kitab suci (Al Qur’an) sekaligus mendalaminya, dan membaca buku keagamaan.
2. Dimensi pengamalan atau konsekuensi

Dimensi pengamalan adalah dimensi yang mengukur seberapa besar pengaruh ajaran agama terhadap perilaku seseorang dalam kehidupan sosialnya. Contohnya apakah seseorang akan membantu orang yang kesusahan, mendermakan hartanya, menolong orang yang kesulitan.

Indikatornya antara lain :

1. Berlaku jujur dan pemaaf
2. Perilaku suka menolong
3. Menjaga amanat
4. Bertanggungjawab atas segala perbuatan yang akan atau telah dilakukan. Serta selalu menjaga dan menyukai lingkungan yang bersih.

### Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Religiusitas

Thouless, berpandangan sikap keagamaan dipengaruhi oleh 4 faktor yaitu :[[26]](#footnote-26)

1. Pengaruh pendidikan (pengajaran) dan berbagai tekanan.sosial

Sikap keagamaan bisa dipengaruhi oleh segala sesutau aktivitas sosial dilingkungannya. Seperti pendidikan dari keluarga (orangtua), tekanan sosial atas sikap yang telah dilakukan berdasarkan kesepakatan bersama, adanya tradisi dan lainnya.

1. Faktor Pengalaman

Selanjutnya sikap keagamaan juga bisa dipengaruhi oleh faktor pengalaman atau sesuatu yang pernah dialami atau dirasakan oleh seseorang. Biasanya bentuk pengalaman itu seperti konflik moral yang pernah dialami, pengalaman emosional diri, bahkan suatu pengalaman yang berwujud keindahan. Selain itu saat seseorang pernah mengalami sebuah pengalaman spiritual, umumnya perilaku dari individu tersebut bisa dipengaruhi dengan cepat.

1. Faktor kehidupan

Faktor kehidupan dapat mencakup suatu kebutuahan individu. Yakni a) Cinta kasih, b) keamanan atau keselamatan c) bertahan dari ancaman kematian, d) Memperoleh harga diri.

1. Faktor intelektual

Berkaitan dengan proses-proses pemikiran yang dilakukan oleh individu. Baik secara rasionalisasi, atau verbal.

Berdasarkan uraian di atas bisa diambil kesimpulan bahwa setiap individu mempunyai tingkat religiusitas yang tidak sama. Secara garis besar ada dua faktor yang bisa mempengaruhi tingkat religiusitas seseorang yaitu faktor internal dan eksternal.

Faktor internal yakni kebutuhan akan keamanan dan keselamatan, pengalaman-pengalaman spiritual, kebutuhan akan cinta kasih, kebutuhan akan terwujudnya harga diri. Faktor eksternal yakni adanya pengaruh pendidikan baik itu dari keluarga ataupun lembaga formal, berbagai tekanan sosial, tradisi, budaya lainnya.

## Minat Menabung

### Pengertian Minat Menabung

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), minat memiliki arti sebuah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu gairah atau keinginan.[[27]](#footnote-27) Minat yaitu sebuah rangsangan yang dapat mendorong seseorang untuk berbuat suatu tindakan. Hasil akhir atau tujuannya adalah demi memenuhi kebutuhan, dan mendapatkan kepuasan.

Crow D Leater dan Crow Alice menjelaskan bahwa minat berhubungan dengan gaya gerak yang bisa mendorong individu untuk berhadapan atau berurusan dengan individu lain, kegiatan, benda, pengalaman yang mendapat rangsangan dari kegiatan tersebut.[[28]](#footnote-28) Minat adalah sebuah perasaan ingin tahu, ingin mengagumi, mempelajari, atau memiliki sesuatu. Sedangkan minat menabung yaitu sebuah rasa tertarik dari seorang individu terhadap produk yang ditawarkan oleh perbankan. Sehingga dalam diri individu tersebut mucul keinginan untuk mencobanya, ingin memiliki dan menggunakan produk itu dalam bentuk tabungan.[[29]](#footnote-29)

### Faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung

1. Religi

Harun Nasution mendefinisikan agama dari kata asal al-Din, yang memiliki arti undang-undang (hukum). Kata agama menurutnya terdiri dari a = tidak, gama = kacau (kocar-kacir). Kemudian jika digabungkan keduanya menjadi kata agama yang mengandung arti tidak kacau (kocar-kacir). Atau bisa juga kata agama itu diartikan kehidup manusia yang teratur.[[30]](#footnote-30)

Nurcholis Madjid mengatakan, *region* atau agama adalah segala perilaku manusia terpuji yang dilakukan untuk memperoleh ridha dari Allah.[[31]](#footnote-31) Jika diartikan dalam pandangan secara luas, Agama kiranya bukan hanya sekadar tindakan yang sifatnya hanya ritual seperti salat, berdo’a. Tetapi agama bisa dimaknai secara lebih, yakni kemampuan seseorang dalam mengenal, memahami suatu nilai-nilai..yang terkandung dalam agama sebagai nilai luhur. Sehingga nilai-nilai luhur itu mampu menjadikan seseorang untuk bersikap dan bertingkah laku, di mana hal itu sebagai salah satu ciri atau karakter kematangan agama.

Religiusitas juga seringkali diidentikkan sebagai salah satu bentuk ukuran, dari sejauh mana pengetahuan, seberapa kuat tingkat keyakinannya, ibadah yang dilakukan, dan seberapa dalam seseoarang memahami dan mengahayati agama yang dianut.

Dalam Islam Religiusitas mencakup lima hal, diantaranya

1. Aqidah

Aqidah berkaitan erat dengan keyakinan kepada Allah, malaikat, dan rasulnya.

1. Ibadah

Ibadah berkaitan pada suatu pelaksananaan hubungan antara manusia terhadap Allah. Sebagai bentuk atau cerminan manusia menghamba kepada Allah.

1. Amal

Amal berkaitan dalam pelaksanaan hubungan antara manusia dengan setiap makhluk ciptaan Allah.

1. Akhlak

Akhlak merupakan sikap spontanitas timbal balik yang dilakukan oleh individu terhadap rangsangan yang diterimanya. Sedangkan ihsan merupakan situasi yang dirasakan individu atas hubungan kedekatannya dengan Allah. Jadi ihsan adalah bagian dari akhlak. Artinya jika akhlak individu sudah pada titik positif yang optimal, maka orang tersebut akan memperoleh suatu penghayatan keagamaan, dan pengalaman.

1. Ilmu

Ilmu merupakan pengetahuan keagamaan.

Berdasarkan beberapa penjelasan tersebut, kiranya bisa diambil kesimpulan bahwa religiusitas merupakan tingkat kedalaman individu dalam meyakini agama yang dianutnya. Hal itu didukung atau saling terkait dengan tingkat pengetahuan terhadap agamanya. Kemudian pengetahuan dapat diimplementasikan atau dibuktikan dengan pengamalan sebuah nilai yang terkandung pada agama tersebut. Dengan cara patuh terhadap segala aturan, serta melaksanakan seluruh kewajiban dengan dilandasi hati yang ikhlas.

1. Pendapatan

Keynes mengatakan bahwa tabungan merupakan bagian dari pendapatan yang tidak dikonsumsi pada periode yang sama. Di dalam ilmu ekonomi, tabungan bisa dituliskan dengan menggunakan rumus: S = Y-C. Artinya tabungan dapat dicari dengan menggunakan cara pendapatan dikurangi dengan konsumsi.

Jika merujuk terhadap teori ekonomi di atas, dapat diartikan bahwa semakin tinggi pendapatan maka keinginan seseorang untuk menabung akan semakin tinggi. Begitupun sebaliknya, jika pendapatan seseorang menurun maka keinginan (hasrat) untuk bisa menabung akan semakin rendah. Hingga dalam hal ini pendapatan memiliki pengaruh positif dengan intensi menabung. Teori tersebut kiranya sejalan dengan tingkat permintaan untuk menabung di perbankan.

Soekartawi berpendapat bahwa jumlah barang yang dikonsumsi bisa dipengaruhi oleh pendapatan seseorang. Namun adanya pendapatan juga berdampak pada lebih perhatiannya terhadap kualitas barang tersebut.

Seringnya dijumpai bertambahnya suatu pendapatan, maka barang yang dikonsumsi bukan saja bertambah, melainkan juga kualitas suatu barang juga akan menjadi perhatian.

Contohnya sebelum ada penambahan pendapatan beras yang dikonsumsikan merupakan kualitas yang kurang baik, tetapi setelah adanya penambahan pendapatan, alhasil beras yang dikonsumsi adalah beras yang memiliki kualitas sangat (lebih) baik.[[32]](#footnote-32)

1. Informasi Produk Bank Syariah

Informasi adalah suatu hasil dari komunikasi yang dilakukan, baik komunikasi secara langsung ataupun tidak langsung. Informasi memiliki pengaruh terhadap minat seseorang untuk mengonsumsi suatu produk atau barang. Seseorang yang aktif dalam mencari suatu informasi tentang sebuah produk, biasanya minat dalam dirinya terhadap suatu produk tersebut akan mengalami peningkatan yang signifikan. Informasi sebagai salah satu proses untuk mengenal produk.

Informasi dan tujuan menabung di bank syariah memiliki hubungan yang berbanding lurus. Individu yang memiliki informasi yang lebih banyak tentang bank syariah, serta aktif dalam pencarian informasi yang berkaitan dengan bank syariah, maka mayoritas dari mereka memiliki tingkat minat menabung yang cukup tinggi jika dibandingkan dengan seseorang yang minim informasi perihal bank syariah. Kemudian dapat ditarik kesimpulan jika informasi memiliki pengaruh positif terhadap keinginan atau minat individu untuk menabung di bank syariah.

1. Lokasi atau tempat

Lokasi merujuk pada aspek target pasar, yang kemudian pihak perusahaan melakukan berbagai aktivitas untuk memenuhi ketersediaan kebutuhan suatu produk, hingga produk tersebut bisa diperoleh dengan mudah oleh konsumen untuk dikonsumsi. Kiranya terdapat tiga aspek pokok yang terkait dengan kelancaran atau pengambilan kebijakan tentang distribusi, yaitu:

1. Pemilihan saluran distribusi
2. Sistem transportasi perusahaan
3. Sistem penyimpanan.[[33]](#footnote-33)
4. Promosi

Aktivitas promosi sudah semestinya dilakukan oleh setiap perusahaan. Tujuannya adalah untuk memasarkan produknya sampai ke konsumen. Model promosi pun cukup beragam, dari promosi secara tatap muka dengan konsumen, atau menggunakan alat elektronik. Itu semua tergantung dari kebijakan perusahaan dalam hal sistem promosi yang digunakan. Terpenting dalam bagian promosi ini adalah konsumen atau masyarakat bisa tertarik pada produk yang ditawarkan, dan membeli produk tersebut untuk dikonsumsi. Dalam hal ini promosi selalu berkaitan erat dengan komunikasi antara pihak perusahan dengan para konsumen, baik secara verbal ataupun non verbal.[[34]](#footnote-34)

Berikut beberapa daftar alat promosi penting yang bisa dipakai untuk membangun komunikasi dengan calon pembeli, supaya penjualan bisa berjalan dengan efektif, yakni :

1. Iklan atau *adversiting*
2. Promosi konsumen atau hadiah, perlombaan, penawaran, komunikasi
3. Kewiraniagaan atau persona *Selling*
4. Metode yang memiliki tujuan merangsang iklan dan promosi *dealer*.
5. Promosi penjualan[[35]](#footnote-35)

## Bank Syariah

### Pengertian Bank Syariah

Bank syariah merupakan gabungan dari kata bank dan syariah. Di dalam kata bank sendiri memiliki arti suatu lembaga keuangan yang memiliki fungsi sebagai perantara keuangan antar dua pihak. Pihak pertama yaitu pihak atau masyarakat yang kelebihan dana, sedangkan pihak kedua adalah pihak atau masyarakat yang kekurangan dana atau membutuhkan dana. Sedangkan kata syariah, menurut versi bank syariah di Indonesia yaitu suatu aturan perjanjian yang dilakukan oleh pihak bank dengan pihak lain sebagai penyimpan dana, pembiayaan kegiatan usaha atau kegiatan lainnya, dengan ketentuan hukum Islam yang berlaku.[[36]](#footnote-36)

Bank umum syariah merupakan bank syariah yang berdiri sendiri sesuai dengan akta pendiriannya. Bank umum syariah juga bukan merupakan bagian dari bank konvensional. Contoh bank umum syariah diantaranya adalah Bank Muamalat Indonesia, Bank Syariah Mandiri, Bank Syariah Mega, Bank Syariah Bukopin, Bank BRI Syariah, dan Bank BCA Syariah.[[37]](#footnote-37)

Secara umum, definisi Bank Syariahialah bank yang sistem operasionalnya sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam. Dalam sebuah penyebutan entitas bank Islam, saat ini ada beberapa istilah yang digunakan, diantaranya bank tanpa riba *(lariba bank)*, bank tanpa bunga *(interest freebank)*, dan bank syariah *(shari’a bank).*

### Fungsi dan Peran Bank Syariah

Bank syariah merupakan bank yang bertugas untuk menjalankan fungsi intermediasinya berdasarkan prinsip syariat atau hukum-hukum Islam yang berlaku. Fungsi dan peran bank syariah, diantaranya adalah :[[38]](#footnote-38)

1. Tempat penghimpunan dana yang berasal dari nasabah (masyarakatI) atau pelaku dunia usaha. Bentuk penghimpunan dana bisa berbentuk tabungan atau mudharabah, giro atau wadiah. Bahkan bank juga sebagai pihak penyalur terhadap berbagai sektor rill yang sedang membutuhkan.
2. Menyediakan berbagai macam penawaran jasa-jasa keuangan, dalam bentuk upah pada suatu perwakilan kontrak, atau sewa menyewa.
3. Menjadi tempat investasi terhadap berbagai macam bidang usaha. Baik dalam bentuk investasi dana modal, atau dalam bentuk rekening investasi. Alat atau konsep investasi yang digunakan sesuai dengan ketentuan syariah.
4. Memberi bantuan jasa sosial, meliputi zakat, pinjaman kebajikan, serta dana sosial lain yang sah menurut ajaran Islam.

### Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional

Perbedaan mendasar antara bank konvensional dengan bank syariah terletak pada sistem konsep operasionalnya. Salah satu perbedaannya yaitu terletak pada sistem pembagian keuntungannya. Jika bank konvensional menggunakan dan menerapkan sistem bunga pada setiap aktivitas bisnis yang dijalankan. Sedangkan bank syariah menerapkan sistem bagi hasil yang sah dalam Islam, dan menghindari penggunaan bunga, sebab Islam secara keras telah melarang penggunaan sistem bunga.

Konsep sistem bagi hasil atau *profit and loss sharing* yang digunakan oleh bank syariah ialah konsep membagi keuntungan atau kerugian yang didasarkan pada presentase atau nisbah bagi hasil. Di mana nisbah bagi hasil tersebut telah disepakati pada awal transaksi (perjanjian kontrak), antara pihak nasabah dengan pihak bank. Titik poin utamanya, bank syariah sangat melarang riba atau sistem bunga dalam berbagai transaksi bisnis.

Berikut ini adalah tabel perbedaan bank syariah dengan bank konvensional, sebagai berikut:[[39]](#footnote-39)

**Tabel 2.1**

**Perbedaan Antara Bank Konvensional Dengan Bank Syariah**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **No.** | **Bank Konvensional** | **Bank Syariah** |
| 1 | Tidak terikat sebuah nilai | Investasi hanya pada usaha yang halal |
| 2 | Menggunakan sistem bunga | Berdasarkan bagi hasil, dari margin keuntungan, *fee* |
| 3 | Besaran bunga tidak berubah atau tetap | Besaran atau banyaknya keuntungan bagi hasil berubah-ubah tergantung kinerja usaha |
| 4 | Berdasar profit oriented atau kebahagiaan dunia saja | Berdasar pada profit dan falah oriented atau kebahagiaan dunia dan akhirat |
| 5 | Hubungan antar nasabah dan bank adalah debitur-kreditur | Memiliki berbagai pola hubungan :   1. Kemitraan (*musyarakah* dan *mudharabah*) 2. Penjual-pembeli (murabahah, *salam* dan *istishna*) 3. Sewa-menyewa (*ijarah*) 4. Debitur-kreditur; dalam pengertian *equity holder* (*qard*) |
| 6 | Tidak terdapat lembaga seperti dewan lembaga syariah | Ada dewan pengawas syariah |

(Sumber: Hosen dan Setiati, 2007)

### Produk-produk bank syariah

Secara garis besar, pengembangan produk bank syariah dikelompokkan menjadi tiga kelompok, yakni :[[40]](#footnote-40)

1. Produk Penyaluran Dana
2. Prinsip Jual Beli atau *Ba’i*

Aktivitas jual beli dilakukan disebabkan adanya pemindahan kepemilikan terhadap suatu barang. Pada setiap transaksi yang dilakukan bank syariah selalu mengedepankan transparansi antar kedua belah pihak (bank dan nasabah). Dalam hal keuntungan yang diambil, bank akan memberitahu pada awal saat transaksi, beserta harga beli dan harga jualnya.

Ada tiga jenis jual beli yang umum dilakukan pada bank syariah dalam pembiayaan konsumtif, investasi dalam bank syariah, dan modal kerja yaitu : *Ba’i Al-Murabahah, Ba’i Al-Istishna’, Ba’i As-Salam.*

1. Prinsip Sewa atau *Ijarah*

*Ijarah* merupakan suatu konsep perjanjian pemindahan hak guna atas barang atau jasa melalui sewa. Namun dalam sistem ijarah ini tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikian barang yang sedang disewa. Dalam hal ini bank menyewakan sebuah peralatan kepada nasabah dengan biaya yang sudah ditentukan atau ditetapkan secara pasti diawal.

1. Prinsip Bagi Hasil atau *Syirkah*

Prinsip bagi hasil terdapat dua macam produk atau prinsip yang digunakan, yaitu: *Mudharabah* dan *Musyarakah.*

1. Penghimpun Dana

Dalam sistem penghimpunan dana terdapat dua bentuk prinsip, yaitu :

1. Prinsip *Wadiah*
2. Prinsip *Mudharabah*
3. Jasa Perbankan

Islam mengajarkan suatu pola konsumsi, pola simpanan yang memungkinkan umat Islam memiliki sebuah kelebihan pendapatan yang harus dijalankan dengan produktif seperti dalam bentuk investasi. Hingga kemudian bank Islam memberikan penawaran tabungan investasi yang biasa disebut simpanan *mudharabah* atau simpanan bagi hasil atas usaha bank. Bahkan bank juga membuka dan menawarkan jasa-jasa perbankan kepada nasabah atau masyarakat dalam berbagai macam bentuk, yakni sebagai berikut:

1. Pembiayaan yang digunakan untuk berbagai aktivitas investasi dengan dasar sistem bagi hasil terbagi menjadi dua yaitu:
2. Pembiayaan investasi bagi hasil *al mudharabah*
3. Pembiayaan investasi bagi hasil *al musyarakah*

Dari pembiayaan investasi itu, nantinya keuntungan yang diperoleh bank yaitu dalam bentuk bagi hasil usaha.

1. Pembiayaan untuk kegiatan usaha dunia perdagangan terdiri dari:
2. Pembiayaan perdagangan *al mudharabah*
3. Pembiayaan perdagangan *al baiu bithaman ajil.*

Dari pembiayaan kegiatan usaha perdagangan tersebut, bank nantinya akan mendapatkan pendapatan berupa *mark-up* (margin keuntungan).

1. Pembiayaan pengadaan barang untuk disewakan atau disewa belikan dalam beberapa bentuk, yaitu:
2. Sewa guna usaha atau disebut *al-ijarah*
3. Sewa beli atau disebut *baiu takjiri*

Konsep *al ijarah* dan *baiu takjiri* di Indonesia tidak dapat dilakukan oleh bank. Namun, penyewaan fasilitas tempat penyimpanan harta dapat dikategorikan sebagai *al-ijarah*. Dari kegiatan usaha *al-ijarah*, bank akan mendapatkan atau memperoleh pendapatan berupa sewa.

1. Memberikan pinjaman tunai kebajikan (*al-qardhul hasan*) tanpa dikenakan biaya apapun. Pembebanan hanya pada biaya administrasi, dan segala keperluan perjanjian utang yang sah. Seperti kebutuhan bea materai, bea studi kelayakan, bea akta *notaries*, dan lainnya. Dari pemberian pinjaman *al-qardhul hasan*, bank akan menerima kembali dana atau biaya-biaya administrasinya.
2. Berbagai fasilitas perbankan syariah pada umumnya tidak bertentangan dengan syariah, seperti misalnya penitipan dana dalam bentuk rekening lancar atau *current account*, dalam bentuk giro *wadi’ah* yang diberi bonus balas jasa (*fee*) seperti: pemberian jaminan (*al-kafalah*), pelayanan khusus (*al-jualah*), pengalihan tagihan (*al-hiwalah*), pembukaan L/C (*al-wakalah*), dan lainnya. Dari pemakaian fasilitas-fasilitas tersebut bank akan mendapatkan atau memperoleh pendapatan dalam bentuk f*ee.*

## Pondok Pesantren

### Pengertian pondok pesantren

Menurut pendapat para ilmuwan, istilah pondok pesantren merupakan dua istilah yang mengandung satu pengertian. Orang Jawa menyebutnya “pondok” atau “pesantren”. Bahkan sering pula disebutnya pondok pesantren. Istilah pondok berasal dari pengertian asrama-asrama para santri yang disebut pondok atau sebuah tempat tinggal yang terbuat dari bambu, dalam bahasa Arab *“funduq”* yang memiliki arti asrama besar yang disediakan untuk persinggahan. Hingga sekarang lebih dikenal dengan nama pondok pesantren.[[41]](#footnote-41) Kemudian dari pengertian tersebut berarti antara pondok dan pesantren adalah dua kata yang memiliki satu arti yakni asrama tempat santri, tempat murid atau santri mengaji. Pondok pesantren juga diartikan sebagai sebuah pendidikan tradisional yang para siswanya tinggal bersama dan belajar di bawah bimbingan guru (Kiai) dan memiliki sebuah asrama untuk tempat tinggal santri.[[42]](#footnote-42)

### Unsur-unsur pondok pesantren

Pondok pesantren, menurut Abdur Rahman Saleh memiliki ciri atau unsur sebagai berikut :

1. Ada kiai yang mengajar dan mendidik
2. Ada pondok atau asrama tempat para santri bertempat tinggal
3. Ada Masjid
4. Ada santri yang belajar dari kiai.[[43]](#footnote-43)

Sementara Nurcholish Madjid juga mengungkapkan bahwa ada lima elemen (bagian) pokok dalam Pondok Pesantren, yaitu:

1. Pondok
2. Kiai
3. Masjid
4. Pengajaran kitab-kitab Islam klasik
5. Santri.[[44]](#footnote-44)

Menurutunya kelima bagian tersebut merupakan ciri khusus yang dimiliki pesantren yang membedakan pendidikan pondok pesantren dengan lembaga pendidikan dalam bentuk lain.

## Kerangka Teori

**(X1)**

**Persepsi**

**(Y)**

**Minat Menabung**

**(X2)**

**Religiusitas**

## Hipotesis

Hipotesis adalah sebuah jawaban yang bersifat sementara dalam suatu rumusan masalah suatu penelitian yang dilakukan. Di mana rumusan masalah penelitian sudah dinyatakan dengan bentuk kalimat pernyataan. Alasan dikatakan sementara, dikarenakan jawaban yang diberikan baru belandaskan teori yang relevan, belum berdasarkan pada fakta empiris yang didapatkan melalui pengumpulan data.[[45]](#footnote-45)

H1 : Terdapat pengaruh positif dan signifikan persepsi terhadap minat menabung di bank syariah.

H2 : Terdapat pengaruh positif dan signifikan tingkat *religiusitas* terhadap minat menabung di bank syariah.

H3 : Terdapat pengaruh positif dan signifikan persepsi dan tingkat *religiusitas* terhadap minat menabung di bank syariah.

# BAB III

# METODE PENELITIAN

## Jenis Penelitian dan Sifat Penelitian

Penelitian dalam skripsi ini menggunakan metode survei dengan analisis data kuantitatif. Sebagai upaya untuk mengetahui suatu keadaan yang tengah diteliti, yaitu dengan cara menganalisis pengaruh persepsi dan tingkat *religiusitas* terhadap minat menabung di perbankan syariah.

Jenis pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif (penelitian survei) yakni instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner.[[46]](#footnote-46) Penelitian kuantitatif bisa diartikan sebagai metode penelitian yang dilandaskan pada filsafat positivsm. Biasanya digunakan untuk meneliti suatu populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan.[[47]](#footnote-47)

## Sumber Data

Data ialah suatu kumpulan angka, fenomena, fakta (keadaan), yang berasal dari hasil sebuah pengamatan, dan pengukuran terhadap objek.[[48]](#footnote-48)

Data dalam skripsi ini menggunakan data primer dan data sekunder :[[49]](#footnote-49)

1. Data Primer

Sebuah data yang diperoleh langsung dari lokasi (objek) penelitian itu dinamakan data primer. Dalam penelitian ini data perimer didapatkan dari pembagian angket atau kuesioner yang diisi oleh responden (santri Pondok Pesantren Putri Tahfidzul Qur’an Al- Hikmah Tugurejo Semarang).

1. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang didapat dari sumber kedua, atau bisa disebut juga sebagai data pendukung yang peneliti butuhkan. Atau bisa dimaknai sebagai sebuah data yang mana peneliti tidak bisa mendapatkan data tersebut secara langsung. Namun data diperoleh atau didapatkan dari pihak (orang) lain. Contohnya dari buku, arsip dokumen, atau data tertulis lainnya.

## Populasi dan Sampel

### Populasi

Populasi pada penelitian kuantitatif adalah salah satu istilah yang umum digunakan dalam sebuah penelitian. Populasi dapat didefinisikan banyaknya unit yang akan diteliti. Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang memiliki kuantitas, karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti. Kemudian hal itu dipelajari, hingga dapat ditarik kesimpulannya.[[50]](#footnote-50) Populasi dari penelitian ini adalah seluruh santri Pondok Pesantren Putri Tahfidzul Qur’an Al Hikmah Tugurejo Semarang.

### Sampel

Sampel merupakan bagian dari kuantitas karakteristik yang dipunyai oleh populasi.[[51]](#footnote-51) Jika jumlah populasi tergolong sangat banyak, hingga peneliti tidak bisa mempelajarinya, karena disebabkan faktor keterbatasan tenaga dan waktu, maka peneliti boleh mengambil beberapa sampel dari populasi yang ada. Artinya apa yang sudah dipelajari dari sampel yang diambil maka hal itu berlaku bagi populasi. Jadi dalam pengambilan sampel dari populasi, kiranya harus benar dan kuat untuk bisa mewakili.

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin. Rumus tersebut digunakan untuk menentukan ukuran sampel dari populasi yang telah diketahui jumlahnya yaitu sebanyak 350 santri. Dalam penelitian ini berdasarkan populasi yang ada peneliti menggunakan tingkat kesalahannya sebesar 10%. Rumus Slovin : [[52]](#footnote-52)

Dimana :

n = Sampel

N = Populasi

e = Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan

pengambilan sampel yang dapat ditolerir, kemudian

dikuadratkan.

Berdasarkan rumus Slovin, maka jumlah penarikan sampel penelitian adalah :

Berdasarkan perhitungan di atas, penelitian ini membutuhkan sampel sebanyak 77 santri untuk mewakili sebanyak 350 santri Pondok Pesantren Putri Tahfidzul Quran Al Hikmah Tugurejo Semarang. Namun dari hasil tersebut, peneliti membulatkan menjadi 80 responden. Alasan peneliti memilih sebanyak 10% tingkat kesalahan dalam penelitian ini yaitu karena adanya keterbatasan waktu dan guna untuk mempercepat dalam penyelesaian penelitian ini.

## Metode Pengumpulan Data

### Kuesioner atau Angket

Kuesioner atau angket adalah teknik mengumpulkan data dengan sistem membagikan atau menyebarkan angket. Cara atau teknik itu dilakukan oleh peneliti untuk menggali atau mecari informasi dari responden (orang yang menjadi subyek penelitian). Sehingga pertanyaan-pertanyaan yang diajukan peneliti berkaitan dengan informasi (data) yang dibutuhkan untuk menguji hipotesis penelitian.[[53]](#footnote-53) Ada beberapa opsi dalam hal pertanyaan yang diajukan. Daftar pertanyaan yang dibuat bisa bersifat terbuka, artinya tidak disediakan jawaban pilihan dari peneliti. Dan daftar pertanyaan bersifat tertutup, artinya opsi atau pilihan jawaban telah disediakan atau dibuat oleh peneliti. Untuk penelitian ini, kuesioner atau angket diisi oleh responden (santri Pondok Pesantren Putri Tahfidzul Qur’an Al Hikmah Tugurejo Semarang).

### Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data penelitian yang dilakukan secara langsung, antara pihak peneliti dengan responden atau narasumber.[[54]](#footnote-54) Dalam penelitian ini, peneliti mewawancarai sebagian santri Pondok Pesantren Putri Tahfidzul Qur’an Al Hikmah Tugurejo Semarang.

### Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik mengumpulkan data dengan sistem melakukan penghimpunan dan menganalisis dokumen yang diperoleh, baik dokumen yang tertulis, dalam bentuk gambar ataupun elektronik. Proses pengkajian dokumentasi sangat penting untuk mendapatkan suatu informasi yang dibutuhkan dalam sebuah penelitian.

## Variabel Penelitian dan Pengukuran

### Variabel Penelitian

Variabel merupakan obyek yang diteliti atau yang menjadi titik fokus (perhatian) penelitian.[[55]](#footnote-55) Dalam penelitian ini memakai dua variabel, yaitu :

1. Variabel Terikat atau variabel dependen (Y)

Variabel terikat adalah suatu variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas.[[56]](#footnote-56) Pada penelitian ini variabel terikatnya adalah minat menabung di bank yariah.

1. Variabel Bebas atau variabel independen (X)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi variabel terikat (*dependen*).[[57]](#footnote-57) Pada penelitian ini variabel bebasnya adalah persepsi (X1) dan tingkat religiusitas (X2).

### Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan suatu batasan konsep pada penelitian, di mana didalamnya lebih menjelaskan pada karakteristik spesifik dari sebuah konsep. Tujuan dari definisi operasional yaitu supaya peneliti bisa mencapai pada suatu alat yang sesuai dengan hakikat variabel yang sudah dijelaskan konsepnya.

Berikut ini tabel dari variabel penelitian :

**Tabel 3.1**

**Variabel penelitian**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Variabel** | **Konsep Variabel** | **Indikator** | **Skala Ukur** |
| Persepsi (X1) | Anggapan yang berdasarkan pengetahuan yang dimiliki oleh seseorang terhadap sesuatu. Sumber pengetahuan yang dimiliki bisa bersumber dari informasi yang diterima, pengalaman individu dan lainnya. | 1. Pengharapan 2. Kebutuhan 3. Penilaian | Ordinal (skala ikert) |
| Religiusitas (X2) | Tingkat keimanan seseorang dalam praktik atas agama yang dianutnya, seperti ibadah, dan berbagai macam aktivitas ritual yang lain. | 1. Keyakinan 2. Praktik Agama 3. Pengetahuan Agama | Ordinal (skala ikert) |
| Minat Menabung (Y) | Keinginan atau motivasi seseorang dalam bentuk menyimpan uang yang dimiliki untuk kebutuhan masa depannya. | 1. Dorongan dari dalam diri individu 2. Faktor emosional | Ordinal (skala ikert) |

## Teknik Analisis Data

1. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan metode yang fungsinya untuk memberikan gambaran terhadap suatu objek yang sedang diteliti, melalui data sampel yang diambil. Tanpa menganalisis atau memberi kesimpulan yang itu berlaku untuk umum.[[58]](#footnote-58)

Metode deskriptif kuantitatif pada penelitian ini dipakai untuk mengkaji, mengukur rata-rata nilai dari variabel persepsi, *religiusitas,* serta minat menabung di perbankan syariah pada santri Pondok Pesantren Al Hikmah Tugu Rejo Semarang.

Pengukuran dilakukan dengan cara membagikan atau menyebar kuesioner, dan memberi skor menggunakan *skala likert,* dengan jawaban angket yang diisi santri Pondok Pesantren Al Hikmah Tugu Rejo Semarang, dengan ketentuan sebagai berikut :

**Tabel 3.2**

**Skala Penilaian Likert**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Simbol** | **Keterangan** | **Nilai** |
| STS | Sangat Tidak Setuju | 1 |
| TS | Tidak Setuju | 2 |
| RR | Ragu-Ragu | 3 |
| S | Setuju | 4 |
| SS | Sangat Setuju | 5 |

1. Analisis Uji Instrumen
2. Uji Validitas

Validitas merupakan suatu ukuran yang memperlihatkan tingkat kevalidan sebuah instrumen. Instrumen yang dinyatakan valid memiliki validitas tinggi dan begitu sebaliknya jika tingkat validitasnya rendah maka instrumen tersebut dinyatakan kurang valid. Suatu instrumen dikatakan valid apabila mampu mengungkapkan data dari variabel yang sedang diteliti.[[59]](#footnote-59)

1. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan suatu nilai yang menunjukkan sifat konsistensi alat pengukur dalam mengukur sebuah gejala yang sama, setiap alat pengukur yang bagus harus memiliki suatu kemampuan dalam konsistensi terhadap hasil pengukuran. Pengukuran realibilitas diukur dengan cara perhitungan jika (α)> 0,60 maka reliabilitas pernyataan dapat diterima, pengukuran ini biasa disebut sebagai metode Alpha Cronbach.[[60]](#footnote-60)

1. Uji Asumsi Klasik
2. Uji Normalitas

Uji normalitas yaitu suatu teknik untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Jika analisis yang digunakan adalah metode parametrik maka persyaratan normalitas harus terpenuhi. Jika data tidak berdistribusi normal atau jumlah sampel sedikit, dan jenis data nominal atau ordinal maka metode yang digunakan yaitu statistik non parametrik.[[61]](#footnote-61) Uji Normalitas data bisa dilihat dengan memakai uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov, dengan pengambilan keputusan sebagai berikut :

1. Jika Sig <0,05 maka data tidak berdistribusi normal.
2. Jika Sig >0,05 maka data berdistribusi normal.
3. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Multikolinieritas merupakan suatu keadaan bila variabel bebas berkorelasi dengan satu atau lebih variabel bebas yang lainnya. Jika ditemukan korelasi maka disebut problem multikolinieritas[[62]](#footnote-62).

1. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji terjadinya perbedaan *variance* residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan lainnya. Cara untuk memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model bisa dilihat pada pola gambar *Scatterplot.* Suatu regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas jika terdapat ciri sebagai berikut :

1. Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0.
2. Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.
3. Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
4. Penyebaran titik-titik data tidak berpola.

Jika hasil output *Scatterplot* masuk dalam ciri yang telah disebutkan di atas, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.[[63]](#footnote-63)

1. Uji Hipotesis
2. Uji Ttest

Uji ini merupakan pengujian koefisien regresi parsial individual. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (variabel X) secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen (variabel Y).

Uji t bertujuan untuk melihat tingkat signifikansi pengaruh setiap variabel bebas terhadap variabel terikat, dengan asumsi tidak terjadi perubahan pada variabel bebas yang lain.

1. Uji Ftest

Uji ini bertujuan untuk melihat apakah variabel independen yaitu persepsi (X1) dan tingkat religiusitas (X2) secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen yakni minat menabung (Y).

1. Uji Determinasi

Uji determinasi digunakan untuk melihat seberapa besar kemampuan variabel dapat dijelaskan oleh variabel independen.

# BAB IV

# PEMBAHASAN

## Gambaran Umum Pondok Pesantren Putri Tahfidzul Quran Al Hikmah Tugurejo Semarang

### Sejarah Pondok Pesantren

Pondok Pesantren Al Hikmah berdiri pada 15 Juli 1995, dengan pengasuh Bapak K. H Ahmad Amnan Muqoddam dan Ibu Nyai Hj. Rofiqotul Makiyah. Awalnya Pondok Pesantren Al Hikmah didirikan di tanah waqaf seluas 10 x 9 m. Seiringnya perkembangan Pondok Pesantren dan bertambahnya santri, bapak dan ibu pengasuh melakukan penambahan bangunan Pondok Pesantren seluas 207 M/Segi. Pada pembangunan ini tanahnya bukan tanah waqaf, melainkan tanah penduduk sekitar yang sudah dibeli oleh bapak Amnan Muqoddam.[[64]](#footnote-64) Nama pondok pesantren “Al Hikmah” diambilkan dari nama salah satu anak bapak Khumaidi sebagai orang yang mewaqafkan tanahnya untuk pondok pesantren tersebut.

Pendirian Pondok Pesantren Al-Hikmah Tugurejo Tugu Semarang, memiliki beberapa tujuan dari bapak dan ibu pengasuh. Salah satu diantara tujuannya adalah untuk mengembangkan atau mengamalkan ilmu yang dimilikinya.

Dalam sejarahnya jumlah santri pondok Al Hikmah pada saat pertama kali didirikan, santri hanya berjumlah 6 orang saja. Dalam perkembangannya jumlah santri juga pernah mengalami pasang surut, dikarenakan satu persatu dari mereka (santri) boyong. Hingga pernah hanya menyisakan satu orang santri saja.

Pada tahun 1996 Pondok Al Hikmah yang letaknya tidak jauh dari kampus UIN (dulu IAIN) Walisongo, akhirnya berinisiasi menerima santri dari kalangan mahasiswa. Hingga sekarang 2020, jumlah santri pondok Al Hikmah mencapai 350 santri. Jumlah tersebut terdiri dari santri salaf dan santri mahasiswa.[[65]](#footnote-65)

Meski menerima santri mahasiswa, Pondok Pesantren Al Hikmah tetap mempertahankan kegiatan-kegiatan yang bernuansa salafi. Kegiatan rutin di Pondok AL Hikmah diantaranya jama’ah salat fardhu, mengaji al quran, sorogan kitab, bandongan kitab, dzibaan dan istighosah.

### Letak Pondok Pesantren

Pondok pesantren Al Hikmah terletak di tengah-tengah perkampungan Tugurejo, yaitu dengan alamat Jl. Walisongo Desa Tugurejo RT.07, RW. 01 Kecamatan Tugu Kota Semarang.

Untuk lebih jelasnya berikut gambaran letak Pondok Pesantren Putri Al Hikmah :

1. Sisi barat dibatasi oleh musholla, dan rumah bapak hartono, bapak Asikin, serta rumah bapak Zayid.
2. Sisi utara dibatasi oleh rumah bapak Thalhah, rumah bapak Abdillah (daerah Candi Tugu).
3. Sisi selatan dibatasi oleh jalan yang dijadikan sebagai gang buntu.
4. Sisi Timur dibatasi oleh Maqbarah (makam).[[66]](#footnote-66)

### Visi Misi Pondok Pesantren Putri Tahfidzul Qur’an Al-Hikmah Tugurejo Tugu Semarang

1. Visi Pondok Pesantren

Santri yang berkemampuan diniyah-ilmiah, terampil dan profesional serta berkepribadian agamis sesuai dengan ajaran Ahlussunah Wal Jama'ah.

1. Misi Pondok Pesantren dalam menjadikan lulusan Pesantren yang diharapkan bermanfaat bagi masyarakat, seperti:

- Hafidzah yang bisa mencerminkan akhlak Qur’ani

- Santri yang berilmu yang taat beragama

- Santri yang mampu menciptakan lingkungan masyarakat yang islami sesuai ajaran Ahlussunnah Waljama’ah

### Struktur Kepengurusan Pondok Pesantren Putri Tahfidzul Qur’an Al-Hikmah Tugurejo Tugu Semarang

Struktur Organisasi Pondok Pesantren Putri Tahfidzul Qur’an Al-Hikmah Tugurejo Tugu Semarang sebagai berikut :

Pendiri : Bapak KH. Ahmad Ahmad Amnan Muqoddam

Pengasuh : Ibu Nyai Hj. Rofiqotul Maqiyyah AH

Ketua : Siti Fatimatuz Zahro

Wakil : Iffa Yuliani Ainun Najichah

Bendahara : Dian Wahyuningsih ,Ika Purnama Sari

Sekertaris : Siti Mufaizah, Sakinah

SEKSI-SEKSI

Sie.pendidikan : Dewi Husnawati, Efa Nurdiana, Syakiron Lian ‘Umih, Falasifah, Thohiroh Hasanah, Sintya Anggraeni

Sie.keamanan :Khusnul Arifah Filly, Elok Faiqoh, Avia Ma’rifatul Aini, Firda Aulia, Fitria Rachim, Hanik Nailil Muna

Sie.kegiatan :Ainun Nisa’, Naelatul Husna, Fatikhatul Amanah, Rofiqotul Izzah, Sa’adah

Sie.perlengkapan :Maulida Pangestuti, Lestari Suryaningsih, Asiyatun, Siti Rohmah

Sie.kebersihan :Listiana, Ari Yuliyana, Nailash Shofa, Lailatul Farikha

Sie.kesehatan :Vinsya Naila Zulfa, Leni Oktavianingsih, Dwi Putri Agung

Sie.perpustakaan :Ani Faridlotul Husni, Nafis Nur Shofianida.[[67]](#footnote-67)

### Peraturan Pondok Pesantren Tahfidzul Qur’an Al-Hikmah Tugurejo Tugu Semarang

Dalam upaya untuk memperlancar kegiatan belajar yang aman dan nyaman, serta meningkatkan sikap kedisiplinan para santri, maka dibentuklah beberapa peraturan yang di dalamnya berisi sebuah perintah serta larangan yang itu wajib dilakukan dan ditaati oleh santri Al-Hikmah Tugurejo Tugu Semarang.

Beberapa aturan perintah dan larangannya ialah :

1. Perintah

- Menaati syari’at islam

- Harus memiliki ideologi pancasila, beraqidah dan beramal islam Ahlussunah Wal jamaa’ah

- Wajib melaksanakan sholat jama’ah lima waktu

- Berakhlakul karimah

- Harus meminta izin pengasuh dan pengurus saat mau pulang atau pergi

- Selalu menjaga (mencipkatan) suasana lingkungan Pondok Pesantren yang aman, tertib, bersih, dan sehat.

- Wajib mengikuti seluruh kegatan yang ada di Pondok Pesantren

- Lapor kepada pengasuh dan pengurus ketika ada teman yang sakit

- Wajib memakai pakaian yang muslimah

1. Larangan

- Berperilaku yang bertolakbelakang dengan ajaran atau peraturan pondok pesantren al-hikmah Tugurejo Tugu Semarang

- Mengambil barang milik orang lain tanpa memperoleh izin dari pemilik barang tersebut terlebih dahulu

- Melihat semua pertunjukan (tontonan) dalam bentuk apapun di lingkup pondok pesantren

- Membuat gaduh

- Menggunakan celana panjang (jins) di lingkungan pondok pesantren atau sekitarnya

- Membawa sepeda motor / mobil di wilayah pondok pesantren

- Menggunakan Hp melebihi jam 23.00 Wib

- Memakai rok di dalam Pondok Pesantren (rok plisket, rok span)

- Menggunakan lipstik yang berlebihan.[[68]](#footnote-68)

### Kegiatan-kegiatan Pondok Pesantren Putri Tahfidzul Qur’an Al-Hikmah Tugurejo Tugu Semarang

Adapun pola pendidikan dan sistem pengajaran di Pondok Pesantren Putri Tahfidzul Qur’an Al-Hikmah Tugurejo Tugu Semarang sebagai berikut:

1. Sorogan

Sorogan yaitu sistem pengajaran yang dilakukan dengan cara santri membawa sebuah kitab, kemudian dihadapan kiai santri itu membacanya, dan kiai menyimaknya. Jadi jika terdapat kesalahan akan langsung dapat teguran dari kiai.

1. Ngapsahi

Ngapsahi yaitu sistem pengajaran yang dilakukan dengan periode waktu. Di mana kiai membaca kitab, dan santri membawa kitab yang sama dengan yang dibaca oleh kiai, kemudian para santri menyimak dan mendengarkan serta memaknainya (kitab yang dibawa).

1. Bandongan

Bandongan ialah sistem pengajaran yang dilakukan dengan cara santri duduk mengelilingi kiai yang sedang mengajar atau menerangkan pelajaran.

1. Setoran Unda’an

Setoran unda’an yaitu suatu aktifitas khusus bagi santri tahfidz untuk menyetorkan hafalan barunya yaitu sebanyak satu halaman setiap pagi.

1. Setoran deresan

Setoran deresan merupakan program khusus bagi santri tahfiz yang dilakukan sesudah salat maghrib. Di mana santri melakukan pembacaan dengan cara mengulangi terus ayat yang telah dihafal sebelumnya, sebanyak seperempat juz atau sekitar 5 lampir.

1. Tartilan Sima’an

Kegiatan tartilan sima’an biasa dilakukan satu minggu 1 kali yang jatuh setiap malam selasa, yang mana para santri tahfidh berkumpul dalam satu majelis dan saling melakukan simaan hafalan antara santri satu dengan santri lainnya. Biasanya dilaksanakan secara bergilir dengan ukuran per santri setengah juz.

1. Kegiatan Haul dan Khotmil Qur’an

Kegiatan haul biasanya dilakukan setiap satu tahun satu kali. Kegiatan ini diadakan dalam rangka untuk memperingati wafatnya bapak Muqoddam selaku bapak dari bapak kiai Amnan Muqoddam.[[69]](#footnote-69)

### Keadaan Pengasuh dan Santri

Kiai sebagai seorang figur yang dijadikan tuntunan oleh para santri, kiranya bukan hanya memposisikan diri sebagai guru atau pemimpin, melainkan juga sebagai seorang uswah hasanah. Seseorang yang mampu memberi teladan perilaku yang baik bijak dalam berbagai keadaan. Hingga perilaku baik tersebut, memunculkan kewibawaan atau kharisma tersendiri, yang berpengaruh cukup kuat bagi perkembangan kehidupan santrinya. Sebagaimana seorang santri akan selalu mematuhi perintah dari para kiainya, selama perintah tersebut tidak bertentangan dengan syariat Islam yang ada. Bapak Amnan Muqoddam beserta ibu Rofiqotul Makkiyah sebagai pengasuh, pemimpin, dan penanggung jawab sekaligus tenaga, edukatif, dalam melaksanakan suatu kewajibannya dalam membimbing, mengarahkan para santri, sebagian besar beliau tangani sendiri. Dengan modal ilmu yang dimilikinya, beliau berdua selalu membimbing, mengarahkan supaya para santri bisa benar-benar mengetahui, meresapi dan melaksanakan syari’at Islam. Semakin lama pondok pesantren yang didirikan oleh Bapak Amnan Muqoddam beserta Ibu Rofiqotul Makiyah berkembang pesat, dapat dilihat dari santri yang datang ke pondok pesantren semakin banyak, dapat dilihat dari tabel berikut:

Perkembangan jumlah santri di Pondok Pesantren Putri Tahfidzul Qur’an Al Hikmah tuhurejo Tugu Semarang dari Tahun 2010-2020 :

**Tabel 4.1**

**Perkembangan Jumlah Santri**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| No | Tahun | Jumlah Santri |
| 1 | 2010 | 82 |
| 2 | 2011 | 92 |
| 3 | 2012 | 102 |
| 4 | 2013 | 145 |
| 5 | 2014 | 168 |
| 6 | 2015 | 197 |
| 7 | 2016 | 211 |
| 8 | 2017 | 255 |
| 9 | 2018 | 280 |
| 10 | 2019 | 300 |
| 11 | 2020 | 350 |

Berdasarkan data tabel tersebut Pondok Pesantren Al-Hikmah dari tahun ke tahun mengalami peningkatan jumlah santri. Pada tahun 2020 terdapat 350 santri dan mempunyai 17 kamar yang 3 kamar di tempati pengurus dan yang 14 kamar di tempati seluruh santri, setiap kamar ada yang berisi 14 santri dan bagi santri bil ghoib mempunyai kamar tersendiri yang berisi 100 santri. Di Pondok Pesantren Al-Hikmah Tugurejo Tugu Semarang kebanyakan berpendidikan di kampus UIN Walisongo yang bertekad untuk mengaji demi masa depannya.

## Analisis Deskriptif

Deskripsi populasi dan waktu penelitian

### Deskriptif Data Responden

1. Jenis Kelamin

**Tabel 4. 2**

**Jenis Kelamin Responden**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Jenis Kelamin** | **Jumlah** | **Presentase** |
| 1. | Perempuan | 80 | 100% |

Berdasarkan perolehan hasil tabel tersebut maka bisa disimpulkan bahwa jenis kelamin responden santri adalah perempuan. Dengan jumlah 80 santri (responden). Hal itu disebabkan, objek yang dipilih oleh peneliti adalah pondok pesantren khusus perempuan.

1. Latar Belakang Pendidikan Responden

**Tabel 4. 3**

**Status Pendidikan**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Pendidikan** | **Jumlah** | **Presentase** |
| 1 | Santri Mahasiswa | 36 | 45% |
| 2 | Santri Tahfidz | 32 | 40% |
| 3 | Santri bin Nadhar | 12 | 15% |
|  | Total | 80 | 100% |

Berdasarkan hasil data tabel di atas, dapat dilihat bahwa status pendidikan responden sebagian banyak diisi oleh santri mahasiswa dengan jumlah 36 responden. Kemudian diikuti santri tahfidz dengan jumlah 32 responden, dan santri bin nadhar 12 responden.

1. Apakah Responden Merupakan Nasabah Perbankan Syariah

**Tabel 4.4**

**Apakah Responden Memiliki Akun Rekening Tabungan di Perbankan Syariah**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Status Kepemilikan** | **Jumlah** | **Persentasi** |
| 1 | Ya | 28 | 35% |
| 2 | Tidak | 52 | 65% |
|  | Total | 80 | 100% |

Berdasarkan keterangan data tabel di atas dapat diterangkan bahwa sebagian besar responden atau santri Pondok Pesantren Al Hikmah tidak memiliki akun rekening tabungan di bank syariah, yakni sebanyak 52 responden. Sedangkan responden atau santri yang memiliki akun rekening tabungan di bank syariah sejumlah 28 santri.

### Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Pondok Pesantren Putri Tahfidzul Quran Al Hikmah Tugurejo Semarang. Objek penelitian yaitu santri di Pondok Pesantren Putri Tahfidzul Quran Al Hikmah Tugurejo Semarang.

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran angket kuesioner dengan acak. Waktu penyebaran kuesioner atau angket penelitian ini adalah pada tanggal 25 Agustus 2020 sampai 1 September 2020.

## Analisis Data

### Gambaran Distribusi Jawaban Responden

1. Variabel X1 atau Variabel Persepsi

Ada lima pertanyaan yang diajukan kepada responden pada penelitian ini. Berikut distribusi dari jawaban responden berdasarkan variabel persepsi, dengan keterangan Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Ragu-Ragu (RR), Setuju (S), Sangat Setuju (SS).

**Tabel 4.5**

**Sistem dan produk-produk perbankan syariah sudah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah**

| **X1.1** | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | TS | 21 | 26.2 | 26.2 | 26.2 |
| RR | 20 | 25.0 | 25.0 | 51.2 |
| S | 37 | 46.2 | 46.2 | 97.5 |
| SS | 2 | 2.5 | 2.5 | 100.0 |
| Total | 80 | 100.0 | 100.0 |  |

Berdasarkan keterangan data tabel di atas dapat diterangkan bahwa sebagian besar responden menjawab setuju (S) dengan jumlah 37 responden atau 46,2%, kemudian responden yang menjawab tidak setuju (TS) sebanyak 21 atau 26,2%, selanjutnya responden yang menjawab ragu-ragu (RR) sejumlah 20 responden atau 25%, dan responden yang menjawab sangat setuju (SS) sejumlah 2 responden atau 2,5%.

**Tabel 4.6**

**Aktivitas operasional dan jenis produk yang ada di perbankan syariah berbeda dengan yang ada di bank konvensional**

| **X1.2** | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | TS | 13 | 16.2 | 16.2 | 16.2 |
| RR | 25 | 31.2 | 31.2 | 47.5 |
| S | 38 | 47.5 | 47.5 | 95.0 |
| SS | 4 | 5.0 | 5.0 | 100.0 |
| Total | 80 | 100.0 | 100.0 |  |

Berdasarkan keterangan data tabel di atas dapat diterangkan bahwa sebagian besar responden menjawab setuju (S) dengan jumlah 38 responden atau 47,5%, kemudian responden yang menjawab ragu-ragu (RR) sebanyak 25 atau 31,2%, selanjutnya responden yang menjawab tidak setuju (TS) sejumlah 13 responden atau 16,2%, dan responden yang menjawab sangat setuju (SS) sejumlah 4 responden atau 5%.

**Tabel 4.7**

**Sebagai muslim yang baik saya lebih suka menabung di bank syariah daripada bank konvensional**

| **X1.3** | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | | | | |
|  |  | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | TS | 17 | 21.2 | 21.2 | 21.2 |
| RR | 22 | 27.5 | 27.5 | 48.8 |
| S | 37 | 46.2 | 46.2 | 95.0 |
| SS | 4 | 5.0 | 5.0 | 100.0 |
| Total | 80 | 100.0 | 100.0 |  |

Berdasarkan keterangan data tabel di atas dapat diterangkan bahwa sebagian besar responden menjawab setuju (S) dengan jumlah 37 responden atau 46,2%, kemudian responden yang menjawab ragu-ragu (RR) sebanyak 22 atau 27,5%, selanjutnya responden yang menjawab tidak setuju (TS) sejumlah 17 responden atau 21,2%, dan responden yang menjawab sangat setuju sejumlah 4 responden atau 5%.

**Tabel 4.8**

**Bank syariah mempunyai reputasi yang baik**

| **X1.4** | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | TS | 12 | 15.0 | 15.0 | 15.0 |
| RR | 29 | 36.2 | 36.2 | 51.2 |
| S | 34 | 42.5 | 42.5 | 93.8 |
| SS | 5 | 6.2 | 6.2 | 100.0 |
| Total | 80 | 100.0 | 100.0 |  |

Berdasarkan keterangan data tabel di atas dapat diterangkan bahwa sebagian besar responden menjawab setuju (S) dengan jumlah 34 responden atau 42,5%, kemudian responden yang menjawab ragu-ragu (RR) sebanyak 29 atau 36,2%, selanjutnya responden yang menjawab tidak setuju (TS) sejumlah 12 responden atau 15%, dan responden yang menjawab sangat setuju sejumlah 5 responden atau 6,2%.

**Tabel 4.9**

**Tabungan di bank syariah lebih aman dibandingkan pada bank konvensional**

| **X1.5** | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | TS | 14 | 17.5 | 17.5 | 17.5 |
| RR | 28 | 35.0 | 35.0 | 52.5 |
| S | 35 | 43.8 | 43.8 | 96.2 |
| SS | 3 | 3.8 | 3.8 | 100.0 |
| Total | 80 | 100.0 | 100.0 |  |

Berdasarkan keterangan data tabel di atas dapat diterangkan bahwa sebagian besar responden menjawab setuju (S) dengan jumlah 35 responden atau 43,8%, kemudian responden yang menjawab ragu-ragu (RR) sebanyak 28 atau 35%, selanjutnya responden yang menjawab tidak setuju (TS) sejumlah 14 responden atau 17,5%, dan responden yang menjawab sangat setuju (SS) sejumlah 3 responden atau 3,8%.

1. Variabel X2 atau Variabel Tingkat Religiusitas

Ada lima pertanyaan yang diajukan kepada responden dalam penelitian ini. Berikut distribusi jawaban responden berdasarkan variabel Tingkat Religiusitas, dengan keterangan Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Ragu-Ragu (RR), Setuju (S), Sangat Setuju (SS).

**Tabel 4.10**

**Saya percaya dengan adanya Allah (Tuhan)**

| **X2.1** | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | S | 3 | 3.8 | 3.8 | 3.8 |
| SS | 77 | 96.2 | 96.2 | 100.0 |
| Total | 80 | 100.0 | 100.0 |  |

Berdasarkan keterangan data tabel di atas dapat diterangkan bahwa sebagian besar responden menjawab sangat setuju (SS) dengan jumlah 77 responden atau 96,2%, kemudian responden yang menjawab setuju (S) sebanyak 3 atau 3,8%.

**Tabel 4.11**

**Saya suka membaca buku-buku tentang agama**

| **X2.2** | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | RR | 4 | 5.0 | 5.0 | 5.0 |
| S | 34 | 42.5 | 42.5 | 47.5 |
| SS | 42 | 52.5 | 52.5 | 100.0 |
| Total | 80 | 100.0 | 100.0 |  |

Berdasarkan keterangan data tabel di atas dapat diterangkan bahwa sebagian besar responden menjawab sangat setuju (SS) dengan jumlah 42 responden atau 52,5%, kemudian responden yang menjawab setuju (S) sebanyak 34 atau 42,5%, selanjutnya responden yang menjawab ragu-ragu (RR) sejumlah 4 responden atau 5%.

**Tabel 4.12**

**Saya merasakan kehadiran Allah dimanapun dan kapanpun**

| **X2.3** | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | S | 10 | 12.5 | 12.5 | 12.5 |
| SS | 70 | 87.5 | 87.5 | 100.0 |
| Total | 80 | 100.0 | 100.0 |  |

Berdasarkan keterangan data tabel di atas dapat diterangkan bahwa sebagian besar responden menjawab sangat setuju (SS) dengan jumlah 70 responden atau 87,5%, kemudian responden yang menjawab setuju (S) sebanyak 10 atau 12,5%.

**Tabel 4.13**

**Saya rutin mengerjakan salat lima waktu**

| **X2.4** | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | S | 15 | 18.8 | 18.8 | 18.8 |
| SS | 65 | 81.2 | 81.2 | 100.0 |
| Total | 80 | 100.0 | 100.0 |  |

Berdasarkan keterangan data tabel di atas dapat diterangkan bahwa sebagian besar responden menjawab sangat setuju (SS) dengan jumlah 65 responden atau 81,2%, kemudian responden yang menjawab setuju (S) sebanyak 15 atau 18,8%.

**Tabel 4.14**

**Setiap hari saya meluangkan waktu untuk membaca Al-Quran kalau tidak ada halangan**

| **X2.5** | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | S | 25 | 31.2 | 31.2 | 31.2 |
| SS | 55 | 68.8 | 68.8 | 100.0 |
| Total | 80 | 100.0 | 100.0 |  |

Berdasarkan keterangan data tabel di atas dapat diterangkan bahwa sebagian besar responden menjawab sangat setuju (SS) dengan jumlah 55 responden atau 68,8%, kemudian responden yang menjawab setuju (S) sebanyak 25 atau 31,2%.

1. Variabel Y atau Variabel Minat Menabung

Ada lima pertanyaan yang diajukan kepada responden pada penelitian ini. Berikut distribusi jawaban responden berdasarkan variabel Minat Menabung, dengan keterangan Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Ragu-Ragu (RR), Setuju (S), Sangat Setuju (SS).

**Tabel 4.15**

**Saya ingin menabung di bank syariah karena keinginan sendiri**

| **Y.1** | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | STS | 1 | 1.2 | 1.2 | 1.2 |
| TS | 20 | 25.0 | 25.0 | 26.2 |
| RR | 15 | 18.8 | 18.8 | 45.0 |
| S | 35 | 43.8 | 43.8 | 88.8 |
| SS | 9 | 11.2 | 11.2 | 100.0 |
| Total | 80 | 100.0 | 100.0 |  |

Berdasarkan keterangan data tabel di atas dapat diterangkan bahwa sebagian besar responden menjawab setuju (S) dengan jumlah 35 responden atau 43,8%, kemudian responden yang menjawab tidak setuju (TS) sebanyak 20 atau 25%, selanjutnya responden yang menjawab ragu-ragu (RR) sejumlah 15 responden atau 18,8%, responden yang menjawab sangat setuju (SS) sejumlah 9 responden atau 11,2%, dan responden yang menjawab sangat tidak setuju (STS) sejumlah 1 responden atau 1,2%.

**Tabel 4.16**

**Saya akan menabung di bank syariah karena bebas dari riba**

| **Y.2** | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | STS | 1 | 1.2 | 1.2 | 1.2 |
| TS | 23 | 28.8 | 28.8 | 30.0 |
| RR | 18 | 22.5 | 22.5 | 52.5 |
| S | 34 | 42.5 | 42.5 | 95.0 |
| SS | 4 | 5.0 | 5.0 | 100.0 |
| Total | 80 | 100.0 | 100.0 |  |

Berdasarkan keterangan data tabel di atas dapat diterangkan bahwa sebagian besar responden menjawab setuju (S) dengan jumlah 34 responden atau 42,5%, kemudian responden yang menjawab tidak setuju (TS) sebanyak 23 atau 28,8%, selanjutnya responden yang menjawab ragu-ragu (RR) sejumlah 18 responden atau 22,5%, responden yang menjawab sangat setuju (SS) sejumlah 4 responden atau 5%, dan responden yang menjawab sangat tidak setuju (STS) sejumlah 1 responden atau 1,2%.

**Tabel 4.17**

**Saya akan menabung di bank syariah karena ingin mendapatkan berkah dan pahala**

| **Y.3** | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | STS | 2 | 2.5 | 2.5 | 2.5 |
| TS | 24 | 30.0 | 30.0 | 32.5 |
| RR | 23 | 28.8 | 28.8 | 61.2 |
| S | 25 | 31.2 | 31.2 | 92.5 |
| SS | 6 | 7.5 | 7.5 | 100.0 |
| Total | 80 | 100.0 | 100.0 |  |

Berdasarkan keterangan data tabel di atas dapat diterangkan bahwa sebagian besar responden menjawab setuju (S) dengan jumlah 25 responden atau 31,2%, kemudian responden yang menjawab tidak setuju (TS) sebanyak 24 atau 30%, selanjutnya responden yang menjawab ragu-ragu (RR) sejumlah 23 responden atau 28,8%, responden yang menjawab sangat setuju (SS) sejumlah 6 responden atau 7,5%, dan responden yang menjawab sangat tidak setuju (STS) sejumlah 2 responden atau 2,5%.

**Tabel 4.18**

**Saya akan menyimpan uang dengan cara yang diarahkan oleh islam atau sesuai dengan syariat islam**

| **Y.4** | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | STS | 1 | 1.2 | 1.2 | 1.2 |
| TS | 19 | 23.8 | 23.8 | 25.0 |
| RR | 15 | 18.8 | 18.8 | 43.8 |
| S | 30 | 37.5 | 37.5 | 81.2 |
| SS | 15 | 18.8 | 18.8 | 100.0 |
| Total | 80 | 100.0 | 100.0 |  |

Berdasarkan keterangan data tabel di atas dapat diterangkan bahwa sebagian besar responden menjawab setuju (S) dengan jumlah 30 responden atau 37,5%, kemudian responden yang menjawab tidak setuju (TS) sebanyak 19 atau 23,8%, selanjutnya responden yang menjawab ragu-ragu (RR) sejumlah 15 responden atau 18,8%, responden yang menjawab sangat setuju (SS) sejumlah 15 responden atau 18,8%, dan responden yang menjawab sangat tidak setuju (STS) sejumlah 1 responden atau 1,2%.

**Tabel 4.19**

**Saya senang dengan produk dan layanan yang diberikan oleh bank syariah**

| **Y.5** | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | STS | 1 | 1.2 | 1.2 | 1.2 |
| TS | 17 | 21.2 | 21.2 | 22.5 |
| RR | 18 | 22.5 | 22.5 | 45.0 |
| S | 41 | 51.2 | 51.2 | 96.2 |
| SS | 3 | 3.8 | 3.8 | 100.0 |
| Total | 80 | 100.0 | 100.0 |  |

Berdasarkan keterangan data tabel di atas dapat diterangkan bahwa sebagian besar responden menjawab setuju (S) dengan jumlah 41 responden atau 51,2%, kemudian responden yang menjawab tidak setuju (TS) sebanyak 17 atau 21,2%, selanjutnya responden yang menjawab ragu-ragu (RR) sejumlah 18 responden atau 22,5%, responden yang menjawab sangat setuju (SS) sejumlah 3 responden atau 3,8%, dan responden yang menjawab sangat tidak setuju (STS) sejumlah 1 responden atau 1,2%.

### Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas

1. **Uji Validitas**

Uji Validitas merupakan uji yang memiliki fungsi untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Uji Validitas bisa dimaknai sebagai suatu ukuran yang menunjukkan tingkatan kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen dikatakan valid (sahih) jika memiliki validitas yang tinggi, begitu juga sebaliknya jika tingkat validitas rendah maka instrumen tersebut dinyatakan kurang valid atau tidak valid. Uji validitas digunakan untuk menguji dari masing-masing butir pertanyaan yang ada pada kuesioner yang diberikan pada responden, apakah dalam mendefinisikan suatu variabel valid atau tidak.

Hasil dari r hitung penelitian harus lebih besar dari r tabel. Dimana df= n-2 dengan sig 5%. Artinya jika r hitung lebih besar dari r tabel maka instrumen tersebut dinyatakan valid, sebaliknya jika r hitung lebih kecil dari r tabel maka instrumen dikatakan tidak valid. Dalam penelitian ini r tabel = 0,220.

Untuk mengetahui tingkat validitas, peneliti menggunakan program SPSS versi 16 dalam pengolahan datanya. Hasil output dari perhitungan SPSS uji validitas pada variabel X1 (Persepsi), variabel X2 (Tingkat Religiusitas), variabel Y (Minat Menabung) dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 4.20**

**Uji Validitas Variabel X1 (Persepsi)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Pertanyaan** | **R hitung** | **R tabel** | **Kesimpulan** |
| Item 1 | 0,851 | 0,220 | Valid |
| Item 2 | 0,903 | 0,220 | Valid |
| Item 3 | 0,829 | 0,220 | Valid |
| Item 4 | 0,912 | 0,220 | Valid |
| Item 5 | 0,875 | 0,220 | Valid |

Berdasarkan keterangan data tabel di atas dapat diterangkan bahwa secara keseluruhan item pertanyaan pada variabel X1 (Persepsi) dikatakan valid, sebab semua nilai dari r hitung lebih besar dari r tabel.

**Tabel 4.21**

**Uji Validitas Variabel X2 (Tingkat Religiusitas)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Pertanyaan** | **R hitung** | **R tabel** | **Kesimpulan** |
| Item 1 | 0,450 | 0,220 | Valid |
| Item 2 | 0,677 | 0,220 | Valid |
| Item 3 | 0,661 | 0,220 | Valid |
| Item 4 | 0,771 | 0,220 | Valid |
| Item 5 | 0,808 | 0,220 | Valid |

Berdasarkan keterangan data tabel di atas dapat diterangkan bahwa secara keseluruhan item pertanyaan pada variabel X2 (Tingkat Religiusitas) dinyatakan valid, sebab semua nilai dari r hitung lebih besar dari r tabel.

**Tabel 4.22**

**Uji Validitas Variabel Y (Minat Menabung)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Pertanyaan** | **R hitung** | **R tabel** | **Kesimpulan** |
| Item 1 | 0,740 | 0,220 | Valid |
| Item 2 | 0,922 | 0,220 | Valid |
| Item 3 | 0,813 | 0,220 | Valid |
| Item 4 | 0,890 | 0,220 | Valid |
| Item 5 | 0,923 | 0,220 | Valid |

Berdasarkan keterangan data tabel di atas dapat diterangkan bahwa secara keseluruhan item pertanyaan pada variabel Y (Minat Menabung) dikatakan valid, sebab semua nilai dari r hitung lebih besar dari r tabel.

1. **Uji Reliablilitas**

Uji reliabilitas merupakan uji yang berfungsi untuk mengukur suatu kuesioner..yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dapat dinyatakan reliabel jika jawaban seseorang (responden) terhadap pertanyaan kuesioner adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Dalam penelitian ini menggunakan Cronbach’s Alpha, dengan kriteria jika alpha hitung lebih besar dari kesfisien Cronbach’s Alpha sebesar 0,60 maka data yang diujikan memiliki tingkat reliabilitas yang baik. Adapun perhitungan tingkat alpha dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 16. Hasil dari perhitungan bisa dilihat pada tabel output SPSS berikut ini :

**Tabel 4.23**

**Uji Reliabilitas**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Variabel** | ***Reliability Coefficients*** | ***Cronbach’s Alpha*** | **Kesimpulan** |
| Persepsi (X1) | 5 item | 0,922 | Valid |
| Tingkat Religiusitas (X2) | 5 item | 0,684 | Valid |
| Minat Menabung (Y) | 5 item | 0,907 | Valid |

Berdasarkan keterangan data tabel di atas dapat diterangkan bahwa nilai Cronbach’s Alpha dari variabel X1 (Persepsi), X2 (Tingkat Religiusitas), dan variabel Y (Minat Menabung) yaitu reliabel, karena nilainya > 0,60. Hingga kemudian kuesioner bisa digunakan dalam penelitian ini.

### Uji Asumsi Klasik

1. **Uji Normalitas**

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya memiliki distribusi yang normal atau tidak. Uji normalitas dapat dilakukan menggunakan uji Kolmogrof smirnov satu arah. Kesimpulan yang diambil digunakan untuk menentukan apakah suatu data mengikuti distribusi normal atau tidak adalah dengan cara melihat nilai signifikannya. Jika nilai signifikannya > 0,05 maka distribusi normal dan sebaliknya jika nilai signifikannya < 0,05 maka variabel tidak berdistribusi normal.

**Tabel 4.24**

**Hasil Uji Normalitas Kolmogrov Smirnov**

| **One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test** | | |
| --- | --- | --- |
|  |  | Unstandardized Residual |
| N | | 80 |
| Normal Parametersa | Mean | .0000000 |
| Std. Deviation | 2.86771551 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .142 |
| Positive | .129 |
| Negative | -.142 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | | 1.271 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .079 |
| a. Test distribution is Normal. | |  |

Berdasarkan keterangan data tabel di atas dapat diterangkan bahwa nilai signifikansinya adalah 0,079. Nilai tersebut lebih besar dari > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal.

1. **Uji Multikolinieritas**

Uji multikolinieritas digunakan untuk melihat tentang ada atau tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam satu model. Kemiripan antar variabel independen akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Uji multikolinieritas juga digunakan untuk menghindari kebiasan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

Uji multikolinieritas dapat diketahui dari nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF) serta besaran korelasi antar variabel independen. Jika VIF yang dihasilkan lebih kecil < 10,0 maka tidak terjadi multikolinieritas, dan nilai Tolerance > 0,10.

Berikut adalah hasil dari perhitungan uji multikolinieritas pada variabel X1 (Persepsi), variabel X2 (Tingkat Religiusitas), dan variabel Y (Minatb Menabung). Perhitungan uji multikolinieritas ini diolah dengan menggunakan SPSS versi 16, hasilnya sebagai berikut :

**Tabel 4. 25**

**Hasil Uji Multikolinieritas**

| **Coefficientsa** | | | | | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. | Collinearity Statistics | |
| B | Std. Error | Beta | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | 3.587 | 5.901 |  | .608 | .545 |  |  |
| Persepsi | .860 | .089 | .739 | 9.644 | .000 | .997 | 1.003 |
| Tingkat religiusitas | -.060 | .236 | -.020 | -.256 | .799 | .997 | 1.003 |
| a. Dependent Variable: Minat Menabung | | | |  |  |  |  |  |

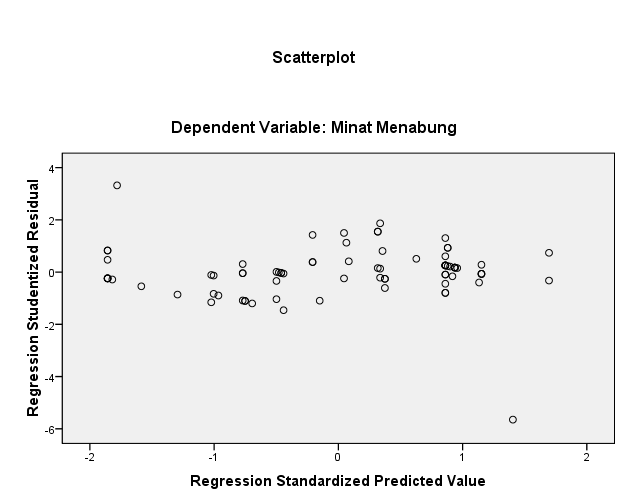
Berdasarkan keterangan data tabel di atas dapat diterangkan bahwa variabel persepsi dan tingkat religiusitas tidak terjadi multikolinieritas. Sebab nilai VIF nya kurang dari 10. Di mana nilai VIF dari variabel persepsi adalah 1,003 < 10,00, dan variabel tingkat religiusitas nilai VIF nya adalah 1,003< 10,00. Sementara itu, untuk nilai Tolerance nya, variabel persepsi 0,997> 0,10 dan nilai Tolerance dari variabel tingkat religiusitas 0,997> 0,10.

1. **Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamat ke pengamatan lainnya. Cara memprediksi ada atau tidaknya heteroskesdastisitas dalam suatu model dapat diketahui dengan pola gambar *Scatterplot*. Regresi yang dapat dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas jika titik-titik data menyebar di atas atau di bawah atau sekitar angka 0, penyebaran titik tidak berpola, titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.

**Gambar 4.1**

**Hasil Uji Heteroskedastisitas**



Berdasarkan keterangan data gambar *Scaterplot* di atas dapat diterangkan bahwa titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0, penyebaran titik-titik tidak membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali, titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja, penyebaran titik-titik data tidak berpola. Atas dasar hasil output Scaterplot tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

### Uji Hipotesis

1. **Uji T (Parsial)**

Uji T merupakan pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk melihat apakah secara individual variabel independen (X) memiliki pengaruh terhadap variabel dependen (Y).

Ketentuan pengujian hipotesis sebagai berikut :

Pengujian untuk membuktikan adanya pengaruh antara variabel X1 (Persepsi), variabel X2 (Tingkat Religiusitas) terhadap variabel Y (Minat Menabung).

1. Menentukan Hipotesis

Ho:β1= 0, Tidak terdapat pengaruh secara parsial persepsi terhadap minat menabung di perbankan syariah.

Ha:β1≠ 0, Terdapat pengaruh secara parsial persepsi terhadap minat menabung di perbankan syariah.

1. Membandingkan nilai T hitung dengan Ttabel

Jika T hitung > T tabel maka Ho ditolak dan Ha diterima.

Jika T hitung < T tabel maka Ho diterima dan Ha ditolak.

**Tabel 4.26**

**Hasil Uji T**

| **Coefficientsa** | | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| B | Std. Error | Beta |
| 1 | (Constant) | 3.587 | 5.901 |  | .608 | .545 |
| Persepsi | .860 | .089 | .739 | 9.644 | .000 |
| Tingkat religiusitas | -.060 | .236 | -.020 | -.256 | .799 |
| a. Dependent Variable: Minat Menabung | | | |  |  |  |

Sebelum membuat kesimpulan hipotesis itu diterima atau ditolak, maka terlebih dahulu menentukan nilai T tabel, yakni :

T tabel = t (α/2;n-k-1)

= t (0,025;77)

= t (1,991)

α = tingkat kepercayaan

n = jumlah sampel

k = jumlah variabel X

Melalui penghitungan di atas, nilai T tabel adalah 1,991. Kemudian melakukan pengujian untuk membuktikan adanya pengaruh antara variabel X1 (Persepsi), variabel X2 (Tingkat Religiusitas) terhadap variabel Y (Minat Menabung).

1. Pengujian apakah terdapat pengaruh antara variabel X1 (Persepsi) terhadap variabel Y (Minat Menabung).

Berdasarkan hasil data tabel di atas nilai T hitung dari variabel X1 (Persepsi) adalah 9,644 sedangkan nilai T tabel adalah 1,991. Maka dapat dibandingkan antara T hitung dengan T tabel yaitu 9,644 > 1,991. Sehingga dapat disimpulkan Ho ditolak dan Ha diterima atau persepsi berpengaruh secara parsial terhadap minat menabung. Dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05.

1. Pengujian apakah terdapat pengaruh antara variabel X2 (Tingkat Religiusitas) terhadap variabel Y (Minat Menabung).

Berdasarkan hasil data tabel di atas nilai T hitung dari variabel X2 (Tingkat Religiusitas) adalah -0,256 sedangkan nilai T tabel adalah 1,991. Maka dapat dibandingkan antara T hitung dengan T tabel yaitu -0,256 < 1,991. Sehingga dapat disimpulkan Ho diterima dan Ha ditolak atau tingkat religiusitas tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat menabung. Dengan nilai signifikansi 0,799 > 0,05.

1. **Uji F (Simultan)**

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen yaitu variabel X1 (Persepsi) dan variabel X2 (Tingkat Religiusitas) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu variabel Y (Minat Menabung).

Ketentuan :

1. Jika F hitung > T tabel, maka Ho ditolak dan Ha diterima.
2. Jika F hitung < T tabel, maka Ho diterima dan Ha ditolak.

**Tabel 4. 27**

**Hasil Uji F**

| **ANOVAb** | | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Model | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 790.120 | 2 | 395.060 | 46.823 | .000a |
| Residual | 649.680 | 77 | 8.437 |  |  |
| Total | 1439.800 | 79 |  |  |  |
| a. Predictors: (Constant), Tingkat religiusitas, Persepsi | | | | |  |  |
| b. Dependent Variable: Minat Menabung | | | |  |  |  |

F tabel = F (k;n-k)

= F (2;78)

= 3,12

Berdasarkan hasil perhitungan data di atas dapat diketahui F hitung sebesar 46,823 dan F tabel sebesar 3,12. Sehinggaa jika dibandingkan maka F hitung 46,823 > 3,12 F tabel. Maka bisa disimpulkan Ho ditolak dan Ha diterima, atau bisa diartikan variabel X1 (Persepsi) dan variabel X2 (Tingkat Religiusitas) secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y (Minat Menabung).

1. **Uji Determinasi (R²)**

Uji koefisien determinasi digunakan untuk melihat seberapa kuat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam hal ini menghitung seberapa kuat pengaruh persepsi dan tingkat religiusitas terhadap minat menabung di perbankan syariah.

**Tabel 4.28**

**Hasil Uji Determinasi**

| **Model Summary** | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .741a | .549 | .537 | 2.905 |
| a. Predictors: (Constant), Tingkat religiusitas, Persepsi | | | | |

Berdasarkan keterangan data tabel di atas dapat diterangkan bahwa nilai koefisien determinasi (R²) sebesar 0,549 atau 54,9%. Variabel persepsi dan tingkat religiusitas mempengaruhi minat menabung di perbankan syariah, sedangkan sisanya sebesar 55,1% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

1. **Interpretasi Persamaan Regresi**

| **Coefficientsa** | | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| B | Std. Error | Beta |
| 1 | (Constant) | 3.587 | 5.901 |  | .608 | .545 |
| Persepsi | .860 | .089 | .739 | 9.644 | .000 |
| Tingkat religiusitas | -.060 | .236 | -.020 | -.256 | .799 |
| a. Dependent Variable: Minat Menabung | | | |  |  |  |

Persamaan regresi

Y = 3.587 + 0.860X1 + -0.060X2

Keterangan :

Y = Minat Menabung

X1 = Persepsi\

X2 = Tingkat Religiusitas

1. Konstanta = 3.587 artinya tanpa dipengaruhi oleh Persepsi dan Tingkat Religiusitas, maka nilai Minat Menabung Santri adalah sebesar 3.587 satuan.
2. X1 = 0.860 artinya apabila Persepsi meningkat satu satuan, maka Minat Menabung Santri akan meningkat sebesar 0.860 satuan.
3. X2 = -0.060 artinya apabila Tingkat Religiusitas turun satu satuan, maka Minat Menabung Santri akan menurun sebesar -0.060 satuan.

## Pembahasan

1. **Pengaruh Persepsi, Tingkat Religiusitas Terhadap Minat Menabung di Perbankan Syariah**
2. **Pengaruh persepsi (X1) terhadap minat menabung (Y)**

Persepsi yaitu suatu proses kognitif yang dialami oleh setiap orang dalam memahami suatu informasi mengenai lingkungannya, dengan cara menggunakan indera yang dimilikinya. Bisa melalui indera penglihatan, penghayatan, pendengaran, penciuman ataupun perasaan. Kemudian aktivitas yang diterima oleh indera tersebut telah tersimpan dalam memori pikiran, yang suatu saat bisa secara tiba-tiba dikeluarkan sebagai sikap dalam rangka menanggapi sesuatu.

Berdasarkan dari hasil penelitian dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden, dalam hal ini adalah santri Pondok Pesantren Putri Tahfidzul Quran Al Hikmah Tugurejo Semarang, dan telah dilakukan analisis sebagai langkah dalam pengolahan lebih lanjut dari hasil uji hipotesis. Maka hasil dari pengujian hipotesis diketahui bahwa persepsi (X1) berpengaruh terhadap minat menabung (Y) santri Pondok Pesantren Putri Tahfidzul Quran Al Hikmah Tugurejo Semarang. Dibuktikan dengan hasil pengujian yang menyatakan T hitung > T tabel yaitu 9,644 > 1,991. Sehingga dapat disimpulkan hipotesis ini diterima pada tingkat signifikansi 5%.

Hasil penelitian yang dilakukan ini juga didukung oleh penelitian terdahulu yang telah dilakukan Sari Angriani dan Sugeng Hariadi dalam jurnalnya yang berjudul pengaruh persepsi keyakinan dan bagi hasil terhadap minat menabung di bank syariah, dalam penelitiannya disimpulkan bahwa persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di perbankan syariah.[[70]](#footnote-70)

1. **Pengaruh tingkat religiusitas (X2) terhadap minat menabung (Y) di perbankan syariah**

Religiusitas yaitu Suatu sistem yang kompleks dari sebuah keyakinan, kepercayaan, dan sikap serta upacara-upacara yang mengaitkan hubungan individu terhadap keberadaan sesuatu yang bersifat kepercayaan. Religiusitas bisa diketahui dari sejauh mana keyakinan, pengetahuan, penghayatan serta pelaksanaan (praktik) atas agama Islam.

Berdasarkan hasil uji hipotesis diketahui bahwa tingkat religiusitas (X2) berpengaruh terhadap minat menabung (Y) santri Pondok Pesantren Putri Tahfidzul Quran Al Hikmah Tugurejo Semarang. Dibuktikan dengan hasil pengujian yang menyatakan T hitung < T tabel yaitu -0,256 < 1,991. Sehingga dapat diambil kesimpulan hipotesis ini ditolak pada tingkat signifikansi 5%. Dengan nilai signifikansi 0,799 > 0,05.

Hasil dari penelitian ini kiranya didukung oleh penelitian terdahulu yang sudah dilakukan oleh Sayyidatul Maghfiroh dalam jurnalnya yang berjudul Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Pada Santri Pesantren Mahasiswi Darush Shalihat, dalam penelitian tersebut juga disimpulkan bahwa religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat menabung di perbankan syariah.[[71]](#footnote-71)

1. **Pengaruh persepsi (X1), tingkat religiusitas (X2) terhadap minat menabung di perbankan syariah**

Berdasarkan dari hasil uji hipotesis dalam penelitian ini, diketahui bahwa persepsi dan tingkat tingkat religiusitas secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap minat menabung di perbankan syariah. Dibuktikan dengan hasil pengujian uji F yaitu F hitung > F tabel, dengan perbandingan nilai F hitung 46,823 > 3,12 F tabel. Maka bisa disimpulkan Ho ditolak dan Ha diterima.

Dalam hasil uji keoefisien determinasi berganda antara variabel persepsi (X1), dan tingkat religiiusitas (X2) yaitu kuat, sebab nila R lebih besar dari 0,5 maka kesimpulannya adalah memiliki korelasi yang kuat. Berdasarkan perhitungan uji koefisien determinasi berganda nilai R Square sebesar 0,549. Artinya variabel persepsi dan variabel tingkat religiusitas memiliki pengaruh terhadap variabel minat menabung sebesar 54,9%. Sedangkan sisanya (100% - 54,9%) yaitu 55,1% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Sedangkan untuk mengetahui seberapa besar tingkat variabel persepsi dalam mempengaruhi minat menabung santri di bank syariah bisa dilihat pada hasil uji regresi linier berganda yaitu nilainya sebesar 0,860 yang memiliki nilai positif. Artinya setiap kenaikan pada persepsi santri terhadap bank syariah, akan menimbulkan peningkatan minat menabung santri di bank syariah sebesar 0,860. Kemudian bisa diambil kesimpulan bahwa persepsi santri yang semakin baik terhadap perbankan syariah, bisa meningkatkan minat menabung santri di perbankan syariah.

Begitupun dengan variabel tingkat religiusitas, untuk mengetahui seberapa besar variabel tingkat religiusitas dalam mempengaruhi minat menabung santri di bank syariah dapat diketahui pada uji regresi linier berganda dengan nilai sebesar -0,060 dan memiliki nilai negatif. Artinya semakin kecil tingkat religiusitas santri, maka akan terjadi penurunan pada minat menabung di bank syariah.

# BAB V

# PENUTUP

## Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang peneliti lakukan dengan cara mengolah dan menganalisis data perihal pengaruh persepsi dan tingkat religiusitas santri terhadap minat menabung di perbankan syariah (studi kasus pada santri Pondok Pesantren Putri Tahfidzul Quran Tugurejo Semarang), maka bisa diambil beberapa kesimpulan, yaitu :

1. Hasil dari penelitan menunjukkan bahwa persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di perbankan syariah. Hal itu dibuktikan dengan hasil dari perhitungan Uji T yang menunjukkan Thitung > Ttabel yaitu 9,644 > 1,991. Sehingga dapat disimpulkan Ho ditolak dan Ha diterima atau persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di perbankan syariah. Dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05.
2. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa tingkat religiusitas tidak berpengaruh t erhadap minat menabung di perbankan syariah. Hal itu dibuktikan dengan hasil dari perhitungan Uji T yang menunjukkan Thitung < Ttabel yakni -0,256 < 1,991. Sehingga dapat disimpulkan Ho diterima dan Ha ditolak atau tingkat religiusitas tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. Dengan nilai signifikansi 0,799 > 0,05.
3. Apabila dilihat secara simultan pada variabel independen, yaitu variabel persepsi (X1) dan variabel tingkat religiusitas (X2) berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependennya yaitu variabel minat menabung (Y).“Dibuktikan dengan hasil dari perhitungan Uji F yang menunjukkan Fhitung > Ftabel yakni 46,823 > 3,12. Maka bisa disimpulkan Ho ditolak dan Ha diterima, atau bisa diartikan variabel persepsi (X1) dan variabel tingkat religiusitas (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel minat menabung (Y).

## Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan ini, kiranya ada beberapa saran yang dapat penulis sampaikan, terlepas dari masih cukup banyaknya kekurangan dalam penelitian ini tentang pengaruh persepsi dan tingkat religiusitas santri terhadap minat menabung di bank syariah. Saran dari peneliti adalah sebagai berikut :

1. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan bisa meneliti variabel-variabel lainnya yang memiliki pengaruh terhadap minat menabung di bank syariah. Seperti pengetahuan, tingkat kualitas pelayanan, hingga obyek lokasi, supaya nantinya bisa mendapatkan suatu hasil pandangan yang lebih luas terhadap sesuatu masalah yang sedang diteliti oleh peneliti.
2. Bagi pihak bank syariah hendaknya lebih ditingkatkan lagi dalam hal sosialisasi mengenai perbankan syariah di lingkungan santri. Sehingga santri bisa mendapatkan informasi yang memadahi tentang perbankan syariah.

# DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, M. (2015). *Metodologi Penelitian Kuantitatif.* Sleman Yogyakarta: Aswaja Pressindo.

Adhitya, F. (2019). Studi Mengenai Keputusan Mahasiswa UIN Walisongo Menjadi Nasabah Produk Tabungan "SIRELA". *Al Amwal,* 70-84.

Afiyah, Evi & Muhammad Farid (2014), *“Religiusitas, Kontrol Diri dan Kenakalan Remaja”,* Persona Jurnal Psikologi Indonesia, No.2.

Andriani, A. (2015). *Pengaruh Persepsi dan Religiusitas Santri Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus di Pondok Pesantren Al-Falah Mojo Kediri).* IAIN Tulungagung.

Anggadini, Sri Dewi, & Adeh Ratna Komala (2017). *Akuntansi Syariah*. Bandung : Rekayasa Sains.

Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran.* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Bungin, B. (2011). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, Dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya.* Jakarta: Kencana.

Bisri, Kasan & Nor Khusomah (2019). *Religiusitas Mahasantri Semarang (Studi Atas Pesantren Darul Falah Besongo dan Ma’had Al-Jami’ah Walisongo Semarang)*, Jurnal Zawiyah, Vol. 5, No. 1..

Dahlan, Rahmat (2017). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Nazhir Terhadap Wakaf Uang*, Jurnal ZISWAF, Vol. 4, No. 1.

Gunawan, I. (2016). *Pengantar Statistika Inferensial.* Jakarta: Rajawali Pers.

Ismail. (2017). *Perbankan Syariah.* Jakarta: Prenada Media.

Kasmir. (2012). *Dasar-Dasar Perbankan.* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Latipah, Eva (2012). *Pengantar Psikologi Pendidikan*. Yogyakarta: Pustaka Insan Madani.

Machmud, A., & Rukmana. (2010). *Bank Syariah (Teori, Kebijakan, dan Studi Empiris di Indonesia).* Jakarta: Erlangga.

Marlius, Doni (2016). *Pengaruh Bauran Pemasaran Jas Terhadap Minat Nasabah Dalam Menabung Pada Bank Negeri Cabang Muaralabuh,* Jurmak Vol. 3, No. 01.

Muhammad. (2014). *Manajemen Dana Bank Syariah.* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Pareek, Udai. (1996) *Perilaku Organisasi*, cet. III, Jakarta : PT. Ikrar Mandiri.

Pusat Komunikasi Ekonomi Syariah. (2008). *Perbankan Syariah.* Jakarta: PKES Publishing.

Rahmawati, Anita (2014). *Pengaruh Persepsi Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk di BNI Syariah Semarang,* Jurnal ADDIN, Vol. 8, No. 1.

Rizal, d. (2014). *Akuntansi Perbankan Syariah : Teori dan Praktek Kontemporer.* Jakarta: Salemba Empat.

Romdhoni, Abdul Haris & Dita Ratnasari (2018). *Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk dan Religiusitas Terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah,* Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 4(02).

Sahlan, A. (2011). *Religiusitas Perguruan Tinggi: Potret Tradisi Keagamaan di Perguruan Tinggi Islam.* Malang: UIN Maliki Press.

Santoso & Ulfah Rahmawati (2016). *Produk Kegiatan Usaha Perbankan Syariah Dalam Mengembangkan UMKM Di Era Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA)*, Jurnal Penelitian, Vol. 10, No. 2.

Setiadi, N. (2013). *Perilaku Konsumen : Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen.* Jakarta: Prenada Media Group.

Sholihah, Isfi (2015). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Di Kecamatan Selong Kabupaten Lombok Timur*, Jurnal Educatio, Vol. 10, No. 1.

Soemitra, A. (2009). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.

Sugiono. (2014). *Metode Kuantitatif Kualitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Sunarto, R. (2013). *Pengantar Statistika.* Bandung: Alfabeta.

Veithzal Rivai Zainal, Muliaman Darmansyah Hadad, Mansyur Ramly. (2014). *Kepemimpinan dan Perilaku Organiasi.* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Viethzal, R., & Deddy, M. (2012). *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi.* Jakarta: Rajawali Pers.

Yuliardi, R., & Nuraeni, Z. (2017). *Statistika Penelitian Plus Tutorial SPSS.* Yogyakarta: Innosain.

# LAMPIRAN

**Kuesioner Penelitian Skripsi**

**“Pengaruh Persepsi dan Tingkat Religiusitas Santri Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah”**

(Studi Kasus di Pondok Pesantren Tahfidzul Quran Putri Al Hikmah Tugurejo, Semarang)

**Identitas Responden :**

Nama Lengkap :

Tempat, tanggal Lahir :

Usia :

Status Pendidikan (pilih salah satu):.........

1. Mahasiswa Sekaligus Santri
2. Santri Tahfidz Al Quran
3. Santri

Saya memiliki akun rekening di bank syariah :........ (Ya/Tidak)

**Petunjuk Pengisian :**

Berilah tanda (X) pada pertanyaan/ pernyataan berikut ini. Keterangan untuk skala dalam kuesioner ada lima, yaitu :

1. Sangat Setuju (SS)
2. Setuju (S)
3. Ragu-ragu (RR)
4. Tidak Setuju (TS)
5. Sangat Tidak Setuju (STS)

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| No | Daftar Pertanyaan | SS (5) | S (4) | RR (3) | TS (2) | STS (1) |
| **Variabel Persepsi** | | | | | | |
| 1. | Sistem dan produk-produk perbankan syariah sudah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah |  |  |  |  |  |
| 2. | Aktivitas operasional dan jenis produk yang ada di perbankan syariah berbeda dengan yang ada di bank konvensional. |  |  |  |  |  |
| 3. | Sebagai muslim yang baik saya lebih suka menabung di bank syariah daripada bank konvensional. |  |  |  |  |  |
| 4. | Bank syariah mempunyai reputasi yang baik. |  |  |  |  |  |
| 5. | Tabungan di bank syariah lebih aman dibandingkan pada bank konvensional. |  |  |  |  |  |
| **Variabel Tingkat Religiusitas** | | | | | | |
| 1. | Saya percaya dengan adanya Allah (Tuhan). |  |  |  |  |  |
| 2. | Saya suka membaca buku-buku tentang agama. |  |  |  |  |  |
| 3. | Saya merasakan kehadiran Allah dimanapun dan kapanpun. |  |  |  |  |  |
| 4. | Saya rutin mengerjakan salat lima waktu. |  |  |  |  |  |
| 5. | Setiap hari saya meluangkan waktu untuk membaca Al-Quran kalau tidak ada halangan. |  |  |  |  |  |
| **Variabel Minat Menabung** | | | | | | |
| 1. | Saya ingin menabung di bank syariah karena keinginan sendiri. |  |  |  |  |  |
| 2. | Saya akan menabung di bank syariah karena bebas dari riba. |  |  |  |  |  |
| 3. | Saya akan menabung di bank syariah karena ingin mendapatkan berkah dan pahala. |  |  |  |  |  |
| 4. | Saya akan menyimpan uang dengan cara yang diarahkan oleh islam atau sesuai dengan syariat islam. |  |  |  |  |  |
| 5. | Saya senang dengan produk dan layanan yang diberikan oleh bank syariah. |  |  |  |  |  |

*Periode Isi Kuesioner : Selasa, 25 Agustus 2020 – Selasa 1 September 2020*

HASIL DATA RESPONDEN

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Variabel Persepsi | | | | | | | | | | | | | | |  |
| No. | | | X1.1 | | | X1.2 | | | X1.3 | | | X1.4 | | X1.5 | Total X1 |
| 1 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | 4 | 20 |
| 2 | | | 4 | | | 4 | | | 3 | | | 3 | | 3 | 17 |
| 3 | | | 3 | | | 3 | | | 4 | | | 4 | | 4 | 18 |
| 4 | | | 4 | | | 4 | | | 5 | | | 4 | | 4 | 21 |
| 5 | | | 5 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | 4 | 21 |
| 6 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | 4 | 20 |
| 7 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | 4 | 20 |
| 8 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | 4 | 20 |
| 9 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | 4 | 20 |
| 10 | | | 5 | | | 5 | | | 4 | | | 5 | | 4 | 23 |
| 11 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | 4 | 20 |
| 12 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | 4 | 20 |
| 13 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | 4 | 20 |
| 14 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | 4 | 20 |
| 15 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | 4 | 20 |
| 16 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | 4 | 20 |
| 17 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | 4 | 20 |
| 18 | | | 3 | | | 2 | | | 5 | | | 3 | | 3 | 16 |
| 19 | | | 3 | | | 4 | | | 2 | | | 3 | | 4 | 16 |
| 20 | | | 4 | | | 5 | | | 5 | | | 4 | | 5 | 23 |
| 21 | | | 3 | | | 3 | | | 4 | | | 3 | | 3 | 16 |
| 22 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | | 3 | | 3 | 18 |
| 23 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | | 3 | | 3 | 18 |
| 24 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | | 5 | | 4 | 21 |
| 25 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | | 5 | | 4 | 21 |
| 26 | | | 4 | | | 3 | | | 3 | | | 4 | | 3 | 17 |
| 27 | | | 3 | | | 4 | | | 3 | | | 4 | | 2 | 16 |
| 28 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | 4 | 20 |
| 29 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | 4 | 20 |
| 30 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | 4 | 20 |
| 31 | | | 3 | | | 3 | | | 4 | | | 4 | | 4 | 18 |
| 32 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | 4 | 20 |
| 33 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | 3 | 19 |
| 34 | | | 3 | | | 3 | | | 4 | | | 4 | | 4 | 18 |
| 35 | | | 4 | | | 5 | | | 4 | | | 3 | | 2 | 18 |
| 36 | | | 4 | | | 4 | | | 2 | | | 4 | | 4 | 18 |
| 37 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | 4 | 20 |
| 38 | | | 4 | | | 4 | | | 3 | | | 3 | | 4 | 18 |
| 39 | | | 4 | | | 4 | | | 3 | | | 5 | | 5 | 21 |
| 40 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | 4 | 20 |
| 41 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | 4 | 20 |
| 42 | | | 2 | | | 3 | | | 4 | | | 4 | | 4 | 17 |
| 43 | | | 4 | | | 4 | | | 3 | | | 4 | | 3 | 18 |
| 44 | | | 3 | | | 3 | | | 2 | | | 3 | | 3 | 14 |
| 45 | | | 3 | | | 4 | | | 4 | | | 3 | | 4 | 18 |
| 46 | | | 3 | | | 3 | | | 2 | | | 3 | | 3 | 14 |
| 47 | | | 2 | | | 2 | | | 2 | | | 2 | | 2 | 10 |
| 48 | | | 3 | | | 3 | | | 3 | | | 3 | | 3 | 15 |
| 49 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | 4 | 20 |
| 50 | | | 3 | | | 3 | | | 3 | | | 3 | | 3 | 15 |
| 51 | | | 3 | | | 3 | | | 3 | | | 3 | | 3 | 15 |
| 52 | | | 2 | | | 2 | | | 2 | | | 2 | | 2 | 10 |
| 53 | | | 2 | | | 2 | | | 2 | | | 2 | | 2 | 10 |
| 54 | | | 3 | | | 3 | | | 3 | | | 3 | | 3 | 15 |
| 55 | | | 4 | | | 4 | | | 3 | | | 3 | | 3 | 17 |
| 56 | | | 2 | | | 2 | | | 2 | | | 2 | | 2 | 10 |
| 57 | | | 2 | | | 2 | | | 2 | | | 2 | | 2 | 10 |
| 58 | | | 2 | | | 2 | | | 2 | | | 2 | | 2 | 10 |
| 59 | | | 2 | | | 2 | | | 2 | | | 2 | | 2 | 10 |
| 60 | | | 3 | | | 3 | | | 3 | | | 3 | | 3 | 15 |
| 61 | | | 2 | | | 2 | | | 2 | | | 2 | | 2 | 10 |
| 62 | | | 2 | | | 3 | | | 2 | | | 3 | | 3 | 13 |
| 63 | | | 2 | | | 2 | | | 3 | | | 2 | | 2 | 11 |
| 64 | | | 3 | | | 3 | | | 3 | | | 3 | | 3 | 15 |
| 65 | | | 2 | | | 3 | | | 3 | | | 3 | | 3 | 14 |
| 66 | | | 2 | | | 2 | | | 2 | | | 2 | | 2 | 10 |
| 67 | | | 2 | | | 2 | | | 3 | | | 3 | | 3 | 13 |
| 68 | | | 2 | | | 3 | | | 2 | | | 3 | | 3 | 13 |
| 69 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | 4 | 20 |
| 70 | | | 2 | | | 2 | | | 2 | | | 3 | | 3 | 12 |
| 71 | | | 2 | | | 3 | | | 3 | | | 3 | | 3 | 14 |
| 72 | | | 2 | | | 3 | | | 4 | | | 3 | | 3 | 15 |
| 73 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | 4 | 20 |
| 74 | | | 3 | | | 3 | | | 3 | | | 3 | | 2 | 14 |
| 75 | | | 2 | | | 3 | | | 3 | | | 2 | | 3 | 13 |
| 76 | | | 2 | | | 3 | | | 3 | | | 3 | | 3 | 14 |
| 77 | | | 3 | | | 3 | | | 3 | | | 2 | | 2 | 13 |
| 78 | | | 2 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | 5 | 22 |
| 79 | | | 3 | | | 3 | | | 2 | | | 3 | | 3 | 14 |
| 80 | | | 3 | | | 3 | | | 3 | | | 3 | | 3 | 15 |
|  | | |  | | |  | | |  | | |  | |  |  |
| Variabel Tingkat Religiusitas | | | | | | | | | | | | | | |  |
| No. | X2.1 | | | X2.2 | | | X2.3 | | | X2.4 | | | X2.5 | | Total X2 |
| 1 | 4 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | 20 |
| 2 | 5 | | | 4 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | 24 |
| 3 | 5 | | | 4 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | 24 |
| 4 | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 4 | | 24 |
| 5 | 5 | | | 4 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | 24 |
| 6 | 4 | | | 4 | | | 5 | | | 4 | | | 4 | | 21 |
| 7 | 4 | | | 4 | | | 5 | | | 4 | | | 4 | | 21 |
| 8 | 5 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | 21 |
| 9 | 5 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | 21 |
| 10 | 5 | | | 4 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | 24 |
| 11 | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | 25 |
| 12 | 5 | | | 4 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | 24 |
| 13 | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | 25 |
| 14 | 5 | | | 4 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | 24 |
| 15 | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | 25 |
| 16 | 5 | | | 4 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | 24 |
| 17 | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | 25 |
| 18 | 5 | | | 4 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | 24 |
| 19 | 5 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | 21 |
| 20 | 5 | | | 4 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | 24 |
| 21 | 5 | | | 4 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | 24 |
| 22 | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | 25 |
| 23 | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | 25 |
| 24 | 5 | | | 4 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | 24 |
| 25 | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | 25 |
| 26 | 5 | | | 4 | | | 4 | | | 5 | | | 5 | | 23 |
| 27 | 5 | | | 4 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | 24 |
| 28 | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | 25 |
| 29 | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | 25 |
| 30 | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | 25 |
| 31 | 5 | | | 4 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | 24 |
| 32 | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | 25 |
| 33 | 5 | | | 4 | | | 5 | | | 4 | | | 5 | | 23 |
| 34 | 5 | | | 5 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | 22 |
| 35 | 5 | | | 4 | | | 5 | | | 4 | | | 4 | | 22 |
| 36 | 5 | | | 4 | | | 5 | | | 5 | | | 4 | | 23 |
| 37 | 5 | | | 4 | | | 4 | | | 5 | | | 4 | | 22 |
| 38 | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | 25 |
| 39 | 5 | | | 4 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | 24 |
| 40 | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | 25 |
| 41 | 5 | | | 4 | | | 5 | | | 5 | | | 4 | | 23 |
| 42 | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | 25 |
| 43 | 5 | | | 5 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | 22 |
| 44 | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | 25 |
| 45 | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 4 | | 24 |
| 46 | 5 | | | 4 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | 24 |
| 47 | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 4 | | | 4 | | 23 |
| 48 | 5 | | | 4 | | | 5 | | | 4 | | | 4 | | 22 |
| 49 | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | 25 |
| 50 | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | 25 |
| 51 | 5 | | | 3 | | | 5 | | | 5 | | | 4 | | 22 |
| 52 | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | 25 |
| 53 | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | 25 |
| 54 | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 4 | | 24 |
| 55 | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | 25 |
| 56 | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | 25 |
| 57 | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | 25 |
| 58 | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | 25 |
| 59 | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | 25 |
| 60 | 5 | | | 4 | | | 5 | | | 5 | | | 4 | | 23 |
| 61 | 5 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | 21 |
| 62 | 5 | | | 3 | | | 5 | | | 4 | | | 4 | | 21 |
| 63 | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | 25 |
| 64 | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | 25 |
| 65 | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | 25 |
| 66 | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | 25 |
| 67 | 5 | | | 3 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | 23 |
| 68 | 5 | | | 4 | | | 5 | | | 5 | | | 4 | | 23 |
| 69 | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | 25 |
| 70 | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 4 | | 24 |
| 71 | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | 25 |
| 72 | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 4 | | | 4 | | 23 |
| 73 | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | 25 |
| 74 | 5 | | | 3 | | | 4 | | | 5 | | | 4 | | 21 |
| 75 | 5 | | | 4 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | 24 |
| 76 | 5 | | | 4 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | 24 |
| 77 | 5 | | | 4 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | 24 |
| 78 | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | 25 |
| 79 | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | 25 |
| 80 | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | 25 |
| Variabel Minat Menabung | | | | | | | | | | | | | | |  |
| No. | | Y.1 | | | Y.2 | | | Y.3 | | | Y.4 | | | Y.5 | Total Y |
| 1 | | 4 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | 20 |
| 2 | | 4 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | 20 |
| 3 | | 5 | | | 3 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | 23 |
| 4 | | 4 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | 20 |
| 5 | | 5 | | | 4 | | | 3 | | | 4 | | | 4 | 20 |
| 6 | | 4 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | 20 |
| 7 | | 4 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | 20 |
| 8 | | 4 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | 20 |
| 9 | | 4 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | 20 |
| 10 | | 4 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | | | 5 | 24 |
| 11 | | 4 | | | 4 | | | 3 | | | 4 | | | 4 | 19 |
| 12 | | 4 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | 20 |
| 13 | | 4 | | | 4 | | | 3 | | | 5 | | | 4 | 20 |
| 14 | | 4 | | | 5 | | | 4 | | | 5 | | | 4 | 22 |
| 15 | | 4 | | | 4 | | | 4 | | | 5 | | | 4 | 21 |
| 16 | | 4 | | | 5 | | | 4 | | | 5 | | | 4 | 22 |
| 17 | | 5 | | | 5 | | | 4 | | | 5 | | | 4 | 23 |
| 18 | | 4 | | | 4 | | | 1 | | | 5 | | | 3 | 17 |
| 19 | | 2 | | | 2 | | | 2 | | | 4 | | | 3 | 13 |
| 20 | | 5 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | 21 |
| 21 | | 3 | | | 3 | | | 3 | | | 5 | | | 3 | 17 |
| 22 | | 4 | | | 4 | | | 5 | | | 5 | | | 4 | 22 |
| 23 | | 4 | | | 4 | | | 5 | | | 5 | | | 4 | 22 |
| 24 | | 4 | | | 4 | | | 4 | | | 5 | | | 4 | 21 |
| 25 | | 5 | | | 3 | | | 2 | | | 4 | | | 5 | 19 |
| 26 | | 4 | | | 4 | | | 3 | | | 3 | | | 4 | 18 |
| 27 | | 4 | | | 4 | | | 3 | | | 5 | | | 4 | 20 |
| 28 | | 4 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | 20 |
| 29 | | 4 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | 20 |
| 30 | | 4 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | 20 |
| 31 | | 2 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | 18 |
| 32 | | 3 | | | 3 | | | 4 | | | 4 | | | 3 | 17 |
| 33 | | 2 | | | 4 | | | 5 | | | 5 | | | 4 | 20 |
| 34 | | 3 | | | 3 | | | 3 | | | 4 | | | 3 | 16 |
| 35 | | 4 | | | 3 | | | 2 | | | 4 | | | 4 | 17 |
| 36 | | 4 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | 20 |
| 37 | | 3 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | 19 |
| 38 | | 4 | | | 3 | | | 3 | | | 4 | | | 4 | 18 |
| 39 | | 3 | | | 4 | | | 4 | | | 5 | | | 4 | 20 |
| 40 | | 4 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | 20 |
| 41 | | 4 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | 20 |
| 42 | | 4 | | | 4 | | | 5 | | | 4 | | | 4 | 21 |
| 43 | | 4 | | | 3 | | | 3 | | | 3 | | | 4 | 17 |
| 44 | | 3 | | | 3 | | | 3 | | | 3 | | | 3 | 15 |
| 45 | | 4 | | | 3 | | | 3 | | | 3 | | | 4 | 17 |
| 46 | | 2 | | | 2 | | | 2 | | | 2 | | | 3 | 11 |
| 47 | | 2 | | | 2 | | | 2 | | | 2 | | | 2 | 10 |
| 48 | | 2 | | | 2 | | | 2 | | | 3 | | | 2 | 11 |
| 49 | | 4 | | | 4 | | | 2 | | | 4 | | | 4 | 18 |
| 50 | | 2 | | | 3 | | | 3 | | | 3 | | | 3 | 14 |
| 51 | | 3 | | | 3 | | | 3 | | | 3 | | | 3 | 15 |
| 52 | | 2 | | | 2 | | | 2 | | | 2 | | | 2 | 10 |
| 53 | | 2 | | | 2 | | | 2 | | | 3 | | | 3 | 12 |
| 54 | | 3 | | | 3 | | | 3 | | | 3 | | | 3 | 15 |
| 55 | | 4 | | | 3 | | | 2 | | | 3 | | | 4 | 16 |
| 56 | | 5 | | | 2 | | | 2 | | | 2 | | | 2 | 13 |
| 57 | | 5 | | | 2 | | | 2 | | | 2 | | | 2 | 13 |
| 58 | | 2 | | | 2 | | | 2 | | | 2 | | | 2 | 10 |
| 59 | | 2 | | | 2 | | | 2 | | | 2 | | | 2 | 10 |
| 60 | | 3 | | | 3 | | | 3 | | | 3 | | | 3 | 15 |
| 61 | | 4 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | | | 4 | 20 |
| 62 | | 3 | | | 2 | | | 2 | | | 2 | | | 2 | 11 |
| 63 | | 2 | | | 2 | | | 2 | | | 2 | | | 2 | 10 |
| 64 | | 3 | | | 3 | | | 3 | | | 3 | | | 3 | 15 |
| 65 | | 3 | | | 2 | | | 3 | | | 3 | | | 3 | 14 |
| 66 | | 2 | | | 2 | | | 2 | | | 2 | | | 2 | 10 |
| 67 | | 2 | | | 3 | | | 3 | | | 3 | | | 2 | 13 |
| 68 | | 2 | | | 2 | | | 3 | | | 2 | | | 2 | 11 |
| 69 | | 5 | | | 4 | | | 2 | | | 2 | | | 4 | 17 |
| 70 | | 2 | | | 2 | | | 2 | | | 2 | | | 2 | 10 |
| 71 | | 5 | | | 2 | | | 2 | | | 2 | | | 3 | 14 |
| 72 | | 3 | | | 2 | | | 3 | | | 4 | | | 3 | 15 |
| 73 | | 4 | | | 4 | | | 3 | | | 4 | | | 4 | 19 |
| 74 | | 2 | | | 2 | | | 3 | | | 2 | | | 2 | 11 |
| 75 | | 2 | | | 2 | | | 2 | | | 2 | | | 2 | 10 |
| 76 | | 3 | | | 2 | | | 2 | | | 2 | | | 2 | 11 |
| 77 | | 2 | | | 2 | | | 3 | | | 3 | | | 3 | 13 |
| 78 | | 1 | | | 1 | | | 1 | | | 1 | | | 1 | 5 |
| 79 | | 2 | | | 2 | | | 2 | | | 2 | | | 3 | 11 |
| 80 | | 3 | | | 3 | | | 2 | | | 2 | | | 2 | 12 |

ANALISIS DATA

| **X1.1** | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | TS | 21 | 26.2 | 26.2 | 26.2 |
| RR | 20 | 25.0 | 25.0 | 51.2 |
| S | 37 | 46.2 | 46.2 | 97.5 |
| SS | 2 | 2.5 | 2.5 | 100.0 |
| Total | 80 | 100.0 | 100.0 |  |

| **X1.2** | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | TS | 13 | 16.2 | 16.2 | 16.2 |
| RR | 25 | 31.2 | 31.2 | 47.5 |
| S | 38 | 47.5 | 47.5 | 95.0 |
| SS | 4 | 5.0 | 5.0 | 100.0 |
| Total | 80 | 100.0 | 100.0 |  |

| **X1.3** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | Frequency | | | | | | | | | | | | Percent | | | | | | | | | | | | Valid Percent | | | | | | | | | | | Cumulative Percent | | | | | | | | | | | | |
| Valid | | | | | | | | | | | | TS | | | | | | | | | | | | 17 | | | | | | | | | | | | 21.2 | | | | | | | | | | | | 21.2 | | | | | | | | | | | 21.2 | | | | | | | | | | | | |
| RR | | | | | | | | | | | | 22 | | | | | | | | | | | | 27.5 | | | | | | | | | | | | 27.5 | | | | | | | | | | | 48.8 | | | | | | | | | | | | |
| S | | | | | | | | | | | | 37 | | | | | | | | | | | | 46.2 | | | | | | | | | | | | 46.2 | | | | | | | | | | | 95.0 | | | | | | | | | | | | |
| SS | | | | | | | | | | | | 4 | | | | | | | | | | | | 5.0 | | | | | | | | | | | | 5.0 | | | | | | | | | | | 100.0 | | | | | | | | | | | | |
| Total | | | | | | | | | | | | 80 | | | | | | | | | | | | 100.0 | | | | | | | | | | | | 100.0 | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | |
| **X1.4** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | Frequency | | | | | | | | | | | | Percent | | | | | | | | | | | | Valid Percent | | | | | | | | | | | Cumulative Percent | | | | | | | | | | | | |
| Valid | | | | | | | | | | | | TS | | | | | | | | | | | | 12 | | | | | | | | | | | | 15.0 | | | | | | | | | | | | 15.0 | | | | | | | | | | | 15.0 | | | | | | | | | | | | |
| RR | | | | | | | | | | | | 29 | | | | | | | | | | | | 36.2 | | | | | | | | | | | | 36.2 | | | | | | | | | | | 51.2 | | | | | | | | | | | | |
| S | | | | | | | | | | | | 34 | | | | | | | | | | | | 42.5 | | | | | | | | | | | | 42.5 | | | | | | | | | | | 93.8 | | | | | | | | | | | | |
| SS | | | | | | | | | | | | 5 | | | | | | | | | | | | 6.2 | | | | | | | | | | | | 6.2 | | | | | | | | | | | 100.0 | | | | | | | | | | | | |
| Total | | | | | | | | | | | | 80 | | | | | | | | | | | | 100.0 | | | | | | | | | | | | 100.0 | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | |
| **X1.5** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | Frequency | | | | | | | | | | | | Percent | | | | | | | | | | | Valid Percent | | | | | | | | | | | | Cumulative Percent | | | | | | | | | | | | |
| Valid | | | | | | | | | | | | TS | | | | | | | | | | | | 14 | | | | | | | | | | | | 17.5 | | | | | | | | | | | 17.5 | | | | | | | | | | | | 17.5 | | | | | | | | | | | | |
| RR | | | | | | | | | | | | 28 | | | | | | | | | | | | 35.0 | | | | | | | | | | | 35.0 | | | | | | | | | | | | 52.5 | | | | | | | | | | | | |
| S | | | | | | | | | | | | 35 | | | | | | | | | | | | 43.8 | | | | | | | | | | | 43.8 | | | | | | | | | | | | 96.2 | | | | | | | | | | | | |
| SS | | | | | | | | | | | | 3 | | | | | | | | | | | | 3.8 | | | | | | | | | | | 3.8 | | | | | | | | | | | | 100.0 | | | | | | | | | | | | |
| Total | | | | | | | | | | | | 80 | | | | | | | | | | | | 100.0 | | | | | | | | | | | 100.0 | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | |
| **X2.1** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | Frequency | | | | | | | | | | | Percent | | | | | | | | | | | | Valid Percent | | | | | | | | | | | | Cumulative Percent | | | | | | | | | | | | |
| Valid | | | | | | | | | | | | S | | | | | | | | | | | | 3 | | | | | | | | | | | 3.8 | | | | | | | | | | | | 3.8 | | | | | | | | | | | | 3.8 | | | | | | | | | | | | |
| SS | | | | | | | | | | | | 77 | | | | | | | | | | | 96.2 | | | | | | | | | | | | 96.2 | | | | | | | | | | | | 100.0 | | | | | | | | | | | | |
| Total | | | | | | | | | | | | 80 | | | | | | | | | | | 100.0 | | | | | | | | | | | | 100.0 | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | |
| **X2.2** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | Frequency | | | | | | | | | | | Percent | | | | | | | | | | | | Valid Percent | | | | | | | | | | | | Cumulative Percent | | | | | | | | | | | | |
| Valid | | | | | | | | | | | | RR | | | | | | | | | | | | 4 | | | | | | | | | | | 5.0 | | | | | | | | | | | | 5.0 | | | | | | | | | | | | 5.0 | | | | | | | | | | | | |
| S | | | | | | | | | | | | 34 | | | | | | | | | | | 42.5 | | | | | | | | | | | | 42.5 | | | | | | | | | | | | 47.5 | | | | | | | | | | | | |
| SS | | | | | | | | | | | | 42 | | | | | | | | | | | 52.5 | | | | | | | | | | | | 52.5 | | | | | | | | | | | | 100.0 | | | | | | | | | | | | |
| Total | | | | | | | | | | | | 80 | | | | | | | | | | | 100.0 | | | | | | | | | | | | 100.0 | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | |
| **X2.3** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | Frequency | | | | | | | | | | | | Percent | | | | | | | | | | | | Valid Percent | | | | | | | | | | | | Cumulative Percent | | | | | | | | | | | | |
| Valid | | | | | | | | | | | | S | | | | | | | | | | | 10 | | | | | | | | | | | | 12.5 | | | | | | | | | | | | 12.5 | | | | | | | | | | | | 12.5 | | | | | | | | | | | | |
| SS | | | | | | | | | | | 70 | | | | | | | | | | | | 87.5 | | | | | | | | | | | | 87.5 | | | | | | | | | | | | 100.0 | | | | | | | | | | | | |
| Total | | | | | | | | | | | 80 | | | | | | | | | | | | 100.0 | | | | | | | | | | | | 100.0 | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | |
| **X2.4** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | Frequency | | | | | | | | | | | | Percent | | | | | | | | | | | | Valid Percent | | | | | | | | | | | | Cumulative Percent | | | | | | | | | | | | |
| Valid | | | | | | | | | | | S | | | | | | | | | | | | 15 | | | | | | | | | | | | 18.8 | | | | | | | | | | | | 18.8 | | | | | | | | | | | | 18.8 | | | | | | | | | | | | |
| SS | | | | | | | | | | | | 65 | | | | | | | | | | | | 81.2 | | | | | | | | | | | | 81.2 | | | | | | | | | | | | 100.0 | | | | | | | | | | | | |
| Total | | | | | | | | | | | | 80 | | | | | | | | | | | | 100.0 | | | | | | | | | | | | 100.0 | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | |
| **X2.5** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | Frequency | | | | | | | | | | | | Percent | | | | | | | | | | | | Valid Percent | | | | | | | | | | | | Cumulative Percent | | | | | | | | | | | | |
| Valid | | | | | | | | | | | | S | | | | | | | | | | | | 25 | | | | | | | | | | | | 31.2 | | | | | | | | | | | | 31.2 | | | | | | | | | | | | 31.2 | | | | | | | | | | | | |
| SS | | | | | | | | | | | | 55 | | | | | | | | | | | | 68.8 | | | | | | | | | | | | 68.8 | | | | | | | | | | | | 100.0 | | | | | | | | | | | | |
| Total | | | | | | | | | | | | 80 | | | | | | | | | | | | 100.0 | | | | | | | | | | | | 100.0 | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | |
| **Y.1** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | Frequency | | | | | | | | | | | | Percent | | | | | | | | | | | | Valid Percent | | | | | | | | | | | | Cumulative Percent | | | | | | | | | | | | |
| Valid | | | | | | | | | | | | STS | | | | | | | | | | | | 1 | | | | | | | | | | | | 1.2 | | | | | | | | | | | | 1.2 | | | | | | | | | | | | 1.2 | | | | | | | | | | | | |
| TS | | | | | | | | | | | | 20 | | | | | | | | | | | | 25.0 | | | | | | | | | | | | 25.0 | | | | | | | | | | | | 26.2 | | | | | | | | | | | | |
| RR | | | | | | | | | | | | 15 | | | | | | | | | | | | 18.8 | | | | | | | | | | | | 18.8 | | | | | | | | | | | | 45.0 | | | | | | | | | | | | |
| S | | | | | | | | | | | | 35 | | | | | | | | | | | | 43.8 | | | | | | | | | | | | 43.8 | | | | | | | | | | | | 88.8 | | | | | | | | | | | | |
| SS | | | | | | | | | | | | 9 | | | | | | | | | | | | 11.2 | | | | | | | | | | | | 11.2 | | | | | | | | | | | | 100.0 | | | | | | | | | | | | |
| Total | | | | | | | | | | | | 80 | | | | | | | | | | | | 100.0 | | | | | | | | | | | | 100.0 | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | |
| **Y.2** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | | Frequency | | | | | | | | | | | | | | Percent | | | | | | | | | | | | | Valid Percent | | | | | | | | | | | | | | Cumulative Percent | | | | | | | | | | | | |
| Valid | | | | | | | | | | | | | STS | | | | | | | | | | | | | 1 | | | | | | | | | | | | | | 1.2 | | | | | | | | | | | | | 1.2 | | | | | | | | | | | | | | 1.2 | | | | | | | | | | | | |
| TS | | | | | | | | | | | | | 23 | | | | | | | | | | | | | | 28.8 | | | | | | | | | | | | | 28.8 | | | | | | | | | | | | | | 30.0 | | | | | | | | | | | | |
| RR | | | | | | | | | | | | | 18 | | | | | | | | | | | | | | 22.5 | | | | | | | | | | | | | 22.5 | | | | | | | | | | | | | | 52.5 | | | | | | | | | | | | |
| S | | | | | | | | | | | | | 34 | | | | | | | | | | | | | | 42.5 | | | | | | | | | | | | | 42.5 | | | | | | | | | | | | | | 95.0 | | | | | | | | | | | | |
| SS | | | | | | | | | | | | | 4 | | | | | | | | | | | | | | 5.0 | | | | | | | | | | | | | 5.0 | | | | | | | | | | | | | | 100.0 | | | | | | | | | | | | |
| Total | | | | | | | | | | | | | 80 | | | | | | | | | | | | | | 100.0 | | | | | | | | | | | | | 100.0 | | | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | |
| **Y.3** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | Frequency | | | | | | | | | | | | Percent | | | | | | | | | | | | Valid Percent | | | | | | | | | | | | Cumulative Percent | | | | | | | | | | | | |
| Valid | | | | | | | | | | | | STS | | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | 2.5 | | | | | | | | | | | | 2.5 | | | | | | | | | | | | 2.5 | | | | | | | | | | | | |
| TS | | | | | | | | | | | | 24 | | | | | | | | | | | | 30.0 | | | | | | | | | | | | 30.0 | | | | | | | | | | | | 32.5 | | | | | | | | | | | | |
| RR | | | | | | | | | | | | 23 | | | | | | | | | | | | 28.8 | | | | | | | | | | | | 28.8 | | | | | | | | | | | | 61.2 | | | | | | | | | | | | |
| S | | | | | | | | | | | | 25 | | | | | | | | | | | | 31.2 | | | | | | | | | | | | 31.2 | | | | | | | | | | | | 92.5 | | | | | | | | | | | | |
| SS | | | | | | | | | | | | 6 | | | | | | | | | | | | 7.5 | | | | | | | | | | | | 7.5 | | | | | | | | | | | | 100.0 | | | | | | | | | | | | |
| Total | | | | | | | | | | | | 80 | | | | | | | | | | | | 100.0 | | | | | | | | | | | | 100.0 | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | |
| **Y.4** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | Frequency | | | | | | | | | | | | Percent | | | | | | | | | | | | Valid Percent | | | | | | | | | | | | Cumulative Percent | | | | | | | | | | | | |
| Valid | | | | | | | | | | | | STS | | | | | | | | | | | | 1 | | | | | | | | | | | | 1.2 | | | | | | | | | | | | 1.2 | | | | | | | | | | | | 1.2 | | | | | | | | | | | | |
| TS | | | | | | | | | | | | 19 | | | | | | | | | | | | 23.8 | | | | | | | | | | | | 23.8 | | | | | | | | | | | | 25.0 | | | | | | | | | | | | |
| RR | | | | | | | | | | | | 15 | | | | | | | | | | | | 18.8 | | | | | | | | | | | | 18.8 | | | | | | | | | | | | 43.8 | | | | | | | | | | | | |
| S | | | | | | | | | | | | 30 | | | | | | | | | | | | 37.5 | | | | | | | | | | | | 37.5 | | | | | | | | | | | | 81.2 | | | | | | | | | | | | |
| SS | | | | | | | | | | | | 15 | | | | | | | | | | | | 18.8 | | | | | | | | | | | | 18.8 | | | | | | | | | | | | 100.0 | | | | | | | | | | | | |
| Total | | | | | | | | | | | | 80 | | | | | | | | | | | | 100.0 | | | | | | | | | | | | 100.0 | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | |
| **Y.5** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | Frequency | | | | | | | | | | | | Percent | | | | | | | | | | | | Valid Percent | | | | | | | | | | | | Cumulative Percent | | | | | | | | | | | | |
| Valid | | | | | | | | | | | | STS | | | | | | | | | | | | 1 | | | | | | | | | | | | 1.2 | | | | | | | | | | | | 1.2 | | | | | | | | | | | | 1.2 | | | | | | | | | | | | |
| TS | | | | | | | | | | | | 17 | | | | | | | | | | | | 21.2 | | | | | | | | | | | | 21.2 | | | | | | | | | | | | 22.5 | | | | | | | | | | | | |
| RR | | | | | | | | | | | | 18 | | | | | | | | | | | | 22.5 | | | | | | | | | | | | 22.5 | | | | | | | | | | | | 45.0 | | | | | | | | | | | | |
| S | | | | | | | | | | | | 41 | | | | | | | | | | | | 51.2 | | | | | | | | | | | | 51.2 | | | | | | | | | | | | 96.2 | | | | | | | | | | | | |
| SS | | | | | | | | | | | | 3 | | | | | | | | | | | | 3.8 | | | | | | | | | | | | 3.8 | | | | | | | | | | | | 100.0 | | | | | | | | | | | | |
| Total | | | | | | | | | | | | 80 | | | | | | | | | | | | 100.0 | | | | | | | | | | | | 100.0 | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | |

UJI VALIDITAS

PERSEPSI

| **Correlations** | | | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | X1.1 | X1.2 | X1.3 | X1.4 | X1.5 | Total\_X1 |
| X1.1 | Pearson Correlation | 1 | .802\*\* | .594\*\* | .702\*\* | .609\*\* | .851\*\* |
| Sig. (2-tailed) |  | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| N | 80 | 80 | 80 | 80 | 80 | 80 |
| X1.2 | Pearson Correlation | .802\*\* | 1 | .661\*\* | .766\*\* | .719\*\* | .903\*\* |
| Sig. (2-tailed) | .000 |  | .000 | .000 | .000 | .000 |
| N | 80 | 80 | 80 | 80 | 80 | 80 |
| X1.3 | Pearson Correlation | .594\*\* | .661\*\* | 1 | .686\*\* | .672\*\* | .829\*\* |
| Sig. (2-tailed) | .000 | .000 |  | .000 | .000 | .000 |
| N | 80 | 80 | 80 | 80 | 80 | 80 |
| X1.4 | Pearson Correlation | .702\*\* | .766\*\* | .686\*\* | 1 | .841\*\* | .912\*\* |
| Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 |  | .000 | .000 |
| N | 80 | 80 | 80 | 80 | 80 | 80 |
| X1.5 | Pearson Correlation | .609\*\* | .719\*\* | .672\*\* | .841\*\* | 1 | .875\*\* |
| Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 |  | .000 |
| N | 80 | 80 | 80 | 80 | 80 | 80 |
| Total\_X1 | Pearson Correlation | .851\*\* | .903\*\* | .829\*\* | .912\*\* | .875\*\* | 1 |
| Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |  |
| N | 80 | 80 | 80 | 80 | 80 | 80 |
| \*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed). | | | | |  |  |  |

TINGKAT RELIGIUSITAS

| **Correlations** | | | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | X2.1 | X2.2 | X2.3 | X2.4 | X2.5 | Total\_X2 |
| X2.1 | Pearson Correlation | 1 | .159 | .124 | .411\*\* | .293\*\* | .450\*\* |
| Sig. (2-tailed) |  | .160 | .272 | .000 | .008 | .000 |
| N | 80 | 80 | 80 | 80 | 80 | 80 |
| X2.2 | Pearson Correlation | .159 | 1 | .240\* | .223\* | .314\*\* | .677\*\* |
| Sig. (2-tailed) | .160 |  | .032 | .046 | .005 | .000 |
| N | 80 | 80 | 80 | 80 | 80 | 80 |
| X2.3 | Pearson Correlation | .124 | .240\* | 1 | .496\*\* | .479\*\* | .661\*\* |
| Sig. (2-tailed) | .272 | .032 |  | .000 | .000 | .000 |
| N | 80 | 80 | 80 | 80 | 80 | 80 |
| X2.4 | Pearson Correlation | .411\*\* | .223\* | .496\*\* | 1 | .643\*\* | .771\*\* |
| Sig. (2-tailed) | .000 | .046 | .000 |  | .000 | .000 |
| N | 80 | 80 | 80 | 80 | 80 | 80 |
| X2.5 | Pearson Correlation | .293\*\* | .314\*\* | .479\*\* | .643\*\* | 1 | .808\*\* |
| Sig. (2-tailed) | .008 | .005 | .000 | .000 |  | .000 |
| N | 80 | 80 | 80 | 80 | 80 | 80 |
| Total\_X2 | Pearson Correlation | .450\*\* | .677\*\* | .661\*\* | .771\*\* | .808\*\* | 1 |
| Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |  |
| N | 80 | 80 | 80 | 80 | 80 | 80 |
| \*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed). | | | | |  |  |  |
| \*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed). | | | | |  |  |  |

MINAT MENABUNG

| **Correlations** | | | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Y.1 | Y.2 | Y.3 | Y.4 | Y.5 | Total\_y |
| Y.1 | Pearson Correlation | 1 | .620\*\* | .375\*\* | .497\*\* | .687\*\* | .740\*\* |
| Sig. (2-tailed) |  | .000 | .001 | .000 | .000 | .000 |
| N | 80 | 80 | 80 | 80 | 80 | 80 |
| Y.2 | Pearson Correlation | .620\*\* | 1 | .719\*\* | .803\*\* | .817\*\* | .922\*\* |
| Sig. (2-tailed) | .000 |  | .000 | .000 | .000 | .000 |
| N | 80 | 80 | 80 | 80 | 80 | 80 |
| Y.3 | Pearson Correlation | .375\*\* | .719\*\* | 1 | .711\*\* | .682\*\* | .813\*\* |
| Sig. (2-tailed) | .001 | .000 |  | .000 | .000 | .000 |
| N | 80 | 80 | 80 | 80 | 80 | 80 |
| Y.4 | Pearson Correlation | .497\*\* | .803\*\* | .711\*\* | 1 | .790\*\* | .890\*\* |
| Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 |  | .000 | .000 |
| N | 80 | 80 | 80 | 80 | 80 | 80 |
| Y.5 | Pearson Correlation | .687\*\* | .817\*\* | .682\*\* | .790\*\* | 1 | .923\*\* |
| Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 |  | .000 |
| N | 80 | 80 | 80 | 80 | 80 | 80 |
| Total\_y | Pearson Correlation | .740\*\* | .922\*\* | .813\*\* | .890\*\* | .923\*\* | 1 |
| Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |  |
| N | 80 | 80 | 80 | 80 | 80 | 80 |
| \*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed). | | | | |  |  |  |

UJI RELIABILITAS

PERSEPSI

| **Reliability Statistics** | |
| --- | --- |
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .922 | 5 |

TINGKAT RELIGIUSITAS

| **Reliability Statistics** | |
| --- | --- |
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .684 | 5 |

MINAT MENABUNG

| **Reliability Statistics** | |
| --- | --- |
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .907 | 5 |

UJI ASUMSI KLASIK

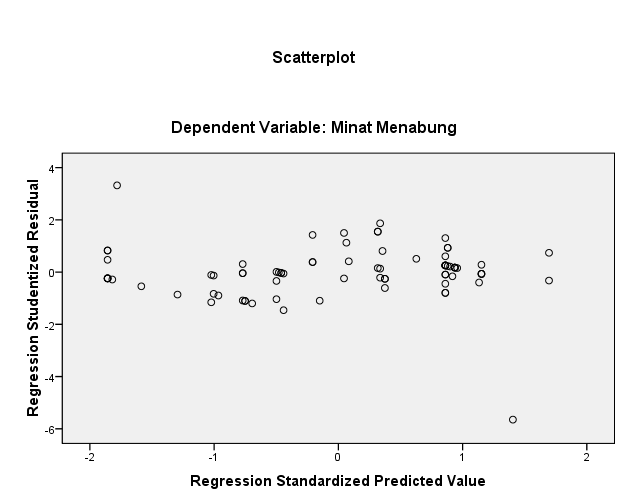
UJI NORMALITAS

| **One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test** | | |
| --- | --- | --- |
|  |  | Unstandardized Residual |
| N | | 80 |
| Normal Parametersa | Mean | .0000000 |
| Std. Deviation | 2.86771551 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .142 |
| Positive | .129 |
| Negative | -.142 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | | 1.271 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .079 |
| a. Test distribution is Normal. | |  |

UJI MULTIKOLINIERITAS

| **Coefficientsa** | | | | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. | Collinearity Statistics | |
| B | Std. Error | Beta | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | 3.587 | 5.901 |  | .608 | .545 |  |  |
| Persepsi | .860 | .089 | .739 | 9.644 | .000 | .997 | 1.003 |
| Tingkat religiusitas | -.060 | .236 | -.020 | -.256 | .799 | .997 | 1.003 |
| a. Dependent Variable: Minat Menabung | | | |  |  |  |  |  |

UJI HETEROSKEDASTISITAS



**UJI STATISTIK**

UJI T (UJI PARSIAL)

| **Coefficientsa** | | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| B | Std. Error | Beta |
| 1 | (Constant) | 3.587 | 5.901 |  | .608 | .545 |
| Persepsi | .860 | .089 | .739 | 9.644 | .000 |
| Tingkat religiusitas | -.060 | .236 | -.020 | -.256 | .799 |
| a. Dependent Variable: Minat Menabung | | | |  |  |  |

UJI F (SIMULTAN)

| **ANOVAb** | | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Model | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 790.120 | 2 | 395.060 | 46.823 | .000a |
| Residual | 649.680 | 77 | 8.437 |  |  |
| Total | 1439.800 | 79 |  |  |  |
| a. Predictors: (Constant), Tingkat religiusitas, Persepsi | | | | |  |  |
| b. Dependent Variable: Minat Menabung | | | |  |  |  |

UJI DETERMINASI

| **Model Summary** | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .741a | .549 | .537 | 2.905 |
| a. Predictors: (Constant), Tingkat religiusitas, Persepsi | | | | |

# RIWAYAT HIDUP

Nama : Mohammad Iqbal Shukri

Tempat, Tanggal Lahir : Blora, 03 April 1998

Jenis Kelamin : Laki-laki

Alamat : Dk. Kedungpoh, Rt/04 Rw/02 Ds. Kedungsatriyan Kecamatan Ngawen, Kabupaten Blora, Jawa Tengah.

Riwayat Pendidikan :

1. SD N Karangtengah lulus tahun 2009
2. MTS Sultan Agung lulus tahun 2012
3. MA Khozinatul Ulum lulus tahun 2015

Pengalaman Organisasi :

Surat Kabar Mahasiswa (SKM) Amanat UIN Walisongo Semarang

1. Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan* (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2012), h.3 [↑](#footnote-ref-1)
2. Rizal Yaya dkk, *Akuntansi Perbankan Syariah*: Teori dan Praktek Kontemporer, (Jakarta: Salemba Empat, 2014), h. 20 [↑](#footnote-ref-2)
3. Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2009), h. 72 [↑](#footnote-ref-3)
4. Sri Dewi Anggadini, Adeh Ratna Komala, *Akuntansi Syariah* (Bandung: Rekayasa Sains, 20017), h. 75 [↑](#footnote-ref-4)
5. Ayu Andriani, *Pengaruh Persepsi dan Religiusitas Santri Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah* *(Studi Kasus di Pondok Pesantren Al-Falah Mojo Kediri)*, IAIN Tulungangung: 2015, h.2

   [↑](#footnote-ref-5)
6. Fajar Adhitya, *Studi Mengenai Keputusan Mahasiswa UIN Walisongo Menjadi Nasabah Produk Tabungan “SIRELA”,* Jurnal Al Amwal Februari 2019, Vol. 1, No. 2, h. 73 [↑](#footnote-ref-6)
7. Nugrogo J Setiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen* (Jakarta: Prenada Media Group, 2013), h. 42 [↑](#footnote-ref-7)
8. Wawancara 11-16 Maret 2020 [↑](#footnote-ref-8)
9. Imran, Bambang Hendrawan, *Pengaruh Persepsi Masyarakat Batam Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah*, Journal of Business Administration September 2017, Vol 1, No 2, h. 209-218 [↑](#footnote-ref-9)
10. Fitria Nurma Sari, Moch Khoirul Anwar, *Pengaruh Tingkat Religiusitas Santri Pondok Pesantren Darussalam Kediri Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah*, Jurnal Ekonomi Islam 2018, Vol. 1, No. 1, h. 25-35 [↑](#footnote-ref-10)
11. Putri Hartini, *Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas Terhadap Minat Santri Memilih Produk Perbankan Syariah (Studi Pada Pesantren di Aceh Besar),* (Skripsi: UIN Ar-Raniry, 2019), h. 80 [↑](#footnote-ref-11)
12. Fajar Adhitya, *Studi Mengenai Keputusan Mahasiswa UIN Walisongo Menjadi Nasabah Produk Tabungan “SIRELA”,* Jurnal Al Amwal Februari 2019, Vol. 1, No. 2, h. 70-84 [↑](#footnote-ref-12)
13. Khoirun Nisa, Analisis Pengaruh Tingkat Pendapatan dan Religiusitas Mahasiswa Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi pada Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Angkatan 2015 dan 2016 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung), (Skripsi : UIN Raden Intan, 2018), h. 106 [↑](#footnote-ref-13)
14. Nugroho J Setiadi, Perilaku Konsumen : *Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2013), h.13 [↑](#footnote-ref-14)
15. Anita Rahmawati, *Pengaruh Persepsi Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk di BNI Syariah Semarang,* Jurnal ADDIN Februari 2014, Vol. 8, No. 1, h. 10 [↑](#footnote-ref-15)
16. Rivai Viethzal dan Mulyadi Deddy, *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi,* (Jakarta:Rajawali Pers, 2012), h. 326 [↑](#footnote-ref-16)
17. Udai Pareek, *Perilaku Organisasi*, cet. III (Jakarta: PT. Ikrar Mandiri, 1996), hlm. 14 [↑](#footnote-ref-17)
18. Eva Latipah, *Pengantar Psikologi Pendidikan* (Yogyakarta: Pustaka Insan Madani, 2012), h. 66 [↑](#footnote-ref-18)
19. Jhon R. Schermerhorn, Jr. James G, Hunt, dan Richard N. Osborn. (Eds.), *Managing Organizational Behavior* (Canada: Fifth Edition) Jhone Wiley & Sons, Inc. h. 153-155 [↑](#footnote-ref-19)
20. Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum* (Yogyakarta: Andi Offset) h. 102-103 [↑](#footnote-ref-20)
21. Kasan Bisri, Nor Khusomah,*Religiusitas Mahasantri Semarang (Studi Atas Pesantren Darul Falah Besongo dan Ma’had Al-Jami’ah Walisongo Semarang)*, Jurnal Zawiyah, Juli 2019, Vol. 5, No. 1, h. 44 [↑](#footnote-ref-21)
22. Akrim Ashal Lubis, *Analisis Aspek Religiusitas Terhadap Etika Bisnis Pedagang Pasar Muslim Pusat Pasar Kota Medan*, Jurnal Hukum Islam, Perundang-undangan dan Pranata Sosial, Januari-Juni 2017, Vol. VII No. 1, h. 4-8 [↑](#footnote-ref-22)
23. Evi Afiyah dan Muhammad Farid, *“Religiusitas, Kontrol Diri dan Kenakalan Remaja”,* Persona Jurnal Psikologi Indonesia, Mei 2014, No.2, h. 127 [↑](#footnote-ref-23)
24. Harun Nasution, *Filsafat Mistisisme dalam Islam*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1974), h. 10 [↑](#footnote-ref-24)
25. Djamaluddin Ancok dan Fuat Nashori Suroso, *Psikologi Islami,* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005), h. 77-78 [↑](#footnote-ref-25)
26. Thouless, H. Robert, *Pengantar Psikologi Agama*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada 1995), h. 34 [↑](#footnote-ref-26)
27. [https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/minat akses pada Rabu 08/07/2020 Pukul 12.08](https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/minat%20akses%20pada%20Rabu%2008/07/2020%20Pukul%2012.08) [↑](#footnote-ref-27)
28. Lestar D.Crow., Alice Crow., *Psychologi Pendidikan*, terj. Abd. Rahman Abror, (Yogyakarta: Nur Cahaya, 1989), h. 302-303 [↑](#footnote-ref-28)
29. Doni Marlius, *Pengaruh Bauran Pemasaran Jas Terhadap Minat Nasabah Dalam Menabung Pada Bank Negeri Cabang Muaralabuh,* Jurmak, April 2016, Vol. 3, No. 01, h. 15 [↑](#footnote-ref-29)
30. Harun Nasution, *Islam Ditinjau dari Berbagai Aspeknya,* Jilid I, (Jakarta: UI Press, 1979), h. 9 [↑](#footnote-ref-30)
31. Nurcholis Madjid, *Masyarakat Religius*. (Jakarta: Paramadina, 1997) h. 124 [↑](#footnote-ref-31)
32. Soekartawi, *Factor-Factor Produksi,* (Jakarta : Salemba Empat, 2002), h. 132 [↑](#footnote-ref-32)
33. Sahade dan Chalid Imran Musa, *Manajemen Pemasaran*, (Makassar: 2009), h. 24 [↑](#footnote-ref-33)
34. Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015), h. 265 [↑](#footnote-ref-34)
35. Deliyanti Oentoro, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Jakarta: Kencana, 2004), h. 176 [↑](#footnote-ref-35)
36. Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah,* (Jakarta: Sinar Grafika, 2010), h. 1 [↑](#footnote-ref-36)
37. Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Prenada Media, 2017), h. 33 [↑](#footnote-ref-37)
38. Imamul Arifin, *Membuka Cakrawala Ekonomi*, (Jakarta: Setia Purna Inves, 2007), h. 14 [↑](#footnote-ref-38)
39. Isfi Sholihah, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Di Kecamatan Selong Kabupaten Lombok Timur*, Jurnal Educatio, Juni 2015, Vol. 10, No. 1, h. 74-75 [↑](#footnote-ref-39)
40. Santoso dan Ulfah Rahmawati, *Produk Kegiatan Usaha Perbankan Syariah Dalam Mengembangkan UMKM Di Era Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA)*, Jurnal Penelitian, Agustus 2016, Vo. 10, No. 2, h. 333-335 [↑](#footnote-ref-40)
41. Yasmadi, *Modernisasi Pesantren*, (Jakarta: Ciputat ress, 2002), h. 62 [↑](#footnote-ref-41)
42. Zamakhsyari Dhofier, *Tradisi Pesantren Studi Tentang Pandangan Hidup Kiai*, LP3S, 1983, h. 18 [↑](#footnote-ref-42)
43. Abdur Rahman Saleh, *Pedoman Pembinaan Pondok Pesantren,* (Jakarta: Departemen Agama RI, 1982), h. 10 [↑](#footnote-ref-43)
44. Nurcholish Madjid, *Modernisasi Pesantren,* (Jakarta: Ciputat press, 2002), h. 63 [↑](#footnote-ref-44)
45. Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif dan R&D*, (Bandung; Alfabeta, 2014) h. 64 [↑](#footnote-ref-45)
46. Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif : Teori dan Aplikasi,* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006), h. 49 [↑](#footnote-ref-46)
47. Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014) h. 8 [↑](#footnote-ref-47)
48. Imam Gunawan, *Pengantar Statistika Inferensial*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2016) h. 6 [↑](#footnote-ref-48)
49. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, Dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2011) h. 132 [↑](#footnote-ref-49)
50. Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif...* h. 80 [↑](#footnote-ref-50)
51. Ricki Yuliardi dan Zuli Nuraeni, *Statistika Penelitian Plus Tutorial SPSS*, (Yogyakarta : Innosain,2017) h. 6 [↑](#footnote-ref-51)
52. Juliansah Noor, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2011), h. 158 [↑](#footnote-ref-52)
53. M. Ma’ruf Abdullah, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Aswaja Pressindo : Sleman Yogyakarta, 2015), h. 248 [↑](#footnote-ref-53)
54. M. Ma’ruf Abdullah, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Aswaja Pressindo : Sleman Yogyakarta, 2015), h. 255 [↑](#footnote-ref-54)
55. Arikunto*, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta : PT. Rineka Cipta, 2006), h. 161 [↑](#footnote-ref-55)
56. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif…*, h. 39 [↑](#footnote-ref-56)
57. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif…*, h. 39 [↑](#footnote-ref-57)
58. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif…*, h. 29 [↑](#footnote-ref-58)
59. Ridwan, Sunarto, *Pengantara Statistika* (Bandung: Alfabeta, 2013) h. 348 [↑](#footnote-ref-59)
60. Setiadji, *Panduan Riset dengan Pendekatan Kuantitatif,* (PPS Universitas Muhammadiyah, Surakarta, 2004) h. 59 [↑](#footnote-ref-60)
61. Ricki Yuliardi dan Zuli Nuraeni, *Statistika Penelitian Plus Tutorial SPSS*..., h.113 [↑](#footnote-ref-61)
62. Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS,* (Semarang, Universitas Diponegoro, 2005), h. 110. [↑](#footnote-ref-62)
63. Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS,* (Semarang, Universitas Diponegoro, 2005), h. 186-187. [↑](#footnote-ref-63)
64. Wawancara Ustadzah Fitria Rachim Pondok Pesantren tahfidzul Qur’an Al-Hikmah Tugurejo Tugu Semarang, 26 Agustus 2020 [↑](#footnote-ref-64)
65. Wawancara ke Ustadzah Ari yuliyana Pondok Pesantren putri Tahfidzul Qur’an Al-Hikmah Tugurejo Tugu Semarang, 25 Agustus 2020 [↑](#footnote-ref-65)
66. Wawancara kepada Ustadzah Falasifah Pondok Pesantren Tahfidzul Al-Qur’an Al-Hikmah Tugurejo Tugu Semarang, 28 Maret 2020 [↑](#footnote-ref-66)
67. Wawancara kepada wakil Ketua Pondok Ainun Najichah, 28 Agustus 2020 [↑](#footnote-ref-67)
68. Wawancara kepada pengurus keamanan Khusnul Arifah Pondok Pesantren Al-Hikmah, 25 Agustus 2020 [↑](#footnote-ref-68)
69. Wawancara Ustadzah Nafisah Nur Shofianida Pondok Pesantren Putri tahfidzul Qur’an Al-Hikmah Tugurejo Tugu Semarang, 31 Agustus 2020 [↑](#footnote-ref-69)
70. Sari Angriani dan Sugeng Hariadi, *Pengaruh Persepsi Keyakinan dan Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah,* Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 23, No. 1, November 2018, h. 1-10. [↑](#footnote-ref-70)
71. Sayyidatul Maghfiroh, *Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Pada Santri Pesantren Mahasiswi Darush Shalihat*, Jurnal Pendidikan dan Ekonomi, Vol. 7, No. 3, Tahun 2018, h. 213-222. [↑](#footnote-ref-71)