

**PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK,
MOTIVASI SPIRITUAL DAN BAGI HASIL TERHADAP
KEPUTUSAN NASABAH UNTUK MENABUNG
DI BANK SYARIAH MANDIRI KUDUS**

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata S1
dalam Ilmu Perbankan Syariah



Disusun Oleh:

RISTI WULANDARI

NIM. 1605036107

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG**

2021

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) eks

Hal : NASKAH SKRIPSI

a.n Sdri RISTI WULANDARI

Kepada Yth

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini saya kirim naskah skripsi saudara:

Nama : RISTI WULANDARI

Nomor Induk : 1605036107

Judul : Pengaruh Pengetahuan Produk, Motivasi Spiritual dan Bagi Hasil terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung di Bank Syariah Mandiri Kudus

Dengan ini saya mohon kiranya skripsi saudara tersebut untuk segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



Rahman El Junusi., SE., MM.
NIP. 196911182000031001

Semarang, 2021
Pembimbing II



Ejaal Adhitya,S.Pd.,MM
NIP.198910092015031003



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

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

PENGESAHAN

Skripsi Saudara : Risti Wulandari
NIM : 1605036107
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul Skripsi : **Pengaruh Pengetahuan Produk, Motivasi Spiritual dan Bagi Hasil terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung di Bank Syariah Mandiri Kudus**

Telah dimunaqasyahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan lulus pada tanggal 16 Desember 2021.

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 tahun akademik 2021/2022.

Semarang, 16 Desember 2021

Ketua Sidang

Nurudin, S.E., M.M.
NIP. 19900523 201503 1 004

Sekretaris Sidang

Fajar Adhitya, S.Pd., M.M.
NIP. 19891009 201503 1 003

Penguji I

Fita Nurrotul Faizah, M.E.
NIP. 19940503 201903 2 026

Penguji II

Mashilal, M.Si.
NIP. 19840516 201903 1 005

Pembimbing I

Rahman El Junusi, SE., MM.
NIP. 19691118 200003 1 001

Pembimbing II

Fajar Adhitya, S.Pd., MM.
NIP. 19891009 201503 1 003



MOTTO

وَعِبَادُ الرَّحْمَنِ الَّذِينَ يَمْشُونَ عَلَى الْأَرْضِ هَوْنًا وَإِذَا خَاطَبَهُمُ الْجَاهِلُونَ قَالُوا سَلَامًا

Artinya: “Dan hamba-hamba Tuhan yang Maha Penyayang itu (ialah) orang-orang yang berjalan di atas bumi dengan rendah hati dan apabila orang-orang jahil menyapa mereka, mereka mengucapkan kata-kata (yang mengandung) keselamatan.” (Q.S. Al Furqon (25): 63)

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati dan rasa syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini dengan baik. Shalawat serta salam tidak lupa penulis haturkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW yang insyaallah memberikan Syafa'at kepada umat Nabi Muhammad SAW yang beriman.

Skripsi ini saya persembahkan kepada orang-orang yang selalu mendukung penulis sehingga skripsi ini bisa disusun sebagaimana mestinya.

1. Kedua orang tua (bapak Robin dan Ibu Yatni) serta kakak tercinta (Naylil Huda). Teruntuk bapak tercinta terimakasih atas limpahan kasih sayang dan semua yang engkau ajarkan semasa hidup kepada penulis. Teruntuk ibu tercinta terimakasih telah memberikan kasih sayang yang tak terhingga serta selalu memberikan semangat dan doa kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Teruntuk kakak tercinta terimakasih telah menjadi penyemangat dan pendengar keluh kesahku.
2. Untuk almamater tercinta Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang telah membentuk penulis menjadi lebih baik hingga saat ini.

DEKLARASI

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

Semarang, 2021

Deklarator



Risti Wulandari
NIM. 1605036107

TRANSLITERASI ARAB LATIN

Penulisan transliterasi huruf-huruf Arab Latin dalam disertai ini berpedoman pada SKB Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. 158/1987 dan Nomor 0543b/U/1987. Penyimpangan penulisan kata sandang [al-]di sengaja secara konsisten supaya sesuai teks

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

Bacaan *Madd*:

Pendek A = َ ; i = ِ u = ُ

Panjang Â = ِ ; î = ي û = و

Diftong Ay = أ ي ; aw =

ABSTRAK

Prinsip syariah diterapkan oleh Bank Syariah Mandiri (BSM) untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang ingin bertransaksi di perbankan menggunakan prinsip titipian dan bagi hasil. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan produk, motivasi spiritual dan bagi hasil terhadap keputusan nasabah untuk menabung. Sampel penelitian ini adalah nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri Kudus yang berjumlah 80 responden. Teknik analisis data menggunakan regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan pengetahuan produk berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menabung di Bank Syariah Mandiri Kudus. Motivasi spiritual berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menabung di Bank Syariah Mandiri Kudus. Bagi hasil berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menabung di Bank Syariah Mandiri Kudus. berdasarkan hasil tersebut, implikasi kebijakan yang dapat diambil oleh Bank Syariah Mandiri Kudus untuk lebih menggiatkan sosialisasi kepada masyarakat tentang produk-produk yang ada di bank tersebut.

Keyword : Pengetahuan Produk, Motivasi Spiritual, Bagi Hasil, Keputusan Menabung.

ABSTRACT

Sharia principles are applied by Bank Syariah Mandiri (BSM) to meet the needs of people who want to transact in banking using the principle of deposit and profit sharing. This study aims to determine the effect of product knowledge, spiritual motivation and profit sharing on customer decisions to save. The sample of this research is customers who save at Bank Syariah Mandiri Kudus, totaling 80 respondents. The data analysis technique used multiple regression.

The results showed that product knowledge had an effect on customer decisions to save at Bank Syariah Mandiri Kudus. Spiritual motivation affects the customer's decision to save at Bank Syariah Mandiri Kudus. Profit sharing affects the customer's decision to save at Bank Syariah Mandiri Kudus. Based on these results, the policy implications that can be taken by Bank Syariah Mandiri Kudus are to further intensify socialization to the public about the products available at the bank.

Keywords: Product Knowledge, Spiritual Motivation, Profit Sharing, Saving Decisions.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji senantiasa kita panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat, rahmat, dan hidayahNya kepada kita semua sehingga sampai dengan detik ini kita masih diberi kesempatan untuk bernafas dan menikmati dunia ini. Semoga kita semua diberikan umur panjang dan kesehatan supaya kita bisa terus beribadah dan bersujud kepadaNya.

Shalawat serta salam tidak lupa tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang menuntun kita dari jaman jahiliyah menuju jaman islamiyah yaitu agama islam. Semoga kita semua mendapat pengakuan sebagai umat beliau dan mendapatkan syafaatnya di hari akhir nanti.

Segenap rasa syukur dan kerendahan hati penulis mengucapkan Alhamdulillah telah terselesainya skripsi yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan Produk, Motivasi Spiritual dan Bagi Hasil terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung di Bank Syariah Mandiri Kudus” dengan baik dan lancar.

Penulis menyadari bahwa terselesaikannya skripsi ini bukanlah hasil jerih payah penulis pribadi, akan tetapi karena adanya wujud akumulasi dari usaha dan bantuan, pertolongan, serta doa dari berbagai pihak yang telah berkenan membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Imam Taufiq., M., Ag., selaku rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Dr. H. M. Saifullah., M., Ag., selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
3. Heny Yuningrum, SE., M.Si. Selaku ketua jurusan program studi S1 Perbankan Syariah dan Muiyasa Darah, M.Si., selaku sekretaris jurusan

program studi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.

4. Rahman El Junusi., SE., MM., selaku dosen pembimbing I dan Fajar Adhitya, S.Pd., MM., selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan masukan, serta bimbingan kepada penulis sehingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan lancar dan baik.
5. Segenap dosen UIN Walisongo Semarang beserta staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang sudah melayani dan memberikan sebagian ilmu mereka dengan penuh kesabaran.
6. Orang tua penulis yang sudah memberikan semangat dan doa yang tak pernah berhenti.
7. Teman-teman S1 Perbankan Syariah 2016 yang sama-sama berjuang menyelesaikan pendidikan.
8. Seluruh pihak yang telah membantu di dalam proses penyusunan skripsi ini.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan mereka dengan sesuatu yang lebih dibanding apa yang mereka berikan kepada penulis. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca yang bersifat membangun sangat dibutuhkan supaya penelitian yang akan datang bisa lebih baik lagi.

Wasslamu'alaikum Wr, Wb.

Semarang,

2021



Risti Wulandari
NIM. 1605036107

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
DEKLARASI	vi
TRANSLITERASI	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Penulisan	8
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Kerangka Teori.....	10
2.1.1 Perbankan Syariah	10
2.1.2 Pengetahuan Produk.....	12
2.1.3 Motivasi Spiritual.....	15
2.1.4 Bagi Hasil.....	18
2.1.5 Keputusan Menabung	20
2.2 Penelitian Terdahulu.....	24

2.3 Kerangka Berfikir.....	28
2.3.1 Pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung di BSM Kudus	29
2.3.2 Pengaruh Motivasi Spiritual terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung di BSM Kudus	29
2.3.3 Pengaruh Bagi Hasil terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung di BSM Kudus	30

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Jenis dan Sumber Data	31
3.1.1 Jenis Penelitian.....	31
3.1.2 Sumber Data.....	31
3.2. Populasi dan Sampel	32
3.3. Metode Pengumpulan Data	32
3.4. Skala Pengukuran	33
3.5. Variabel Penelitian dan Pengukuran	34
3.6. Teknik Analisis Data	36

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian	42
4.1.1 Letak Bank Syariah Mandiri Kudus	42
4.1.2 Sejarah Bank Syariah Mandiri Kudus.....	42
4.1.3 Visi dan Misi Bank Syariah Mandiri Kudus.....	44
4.1.4 Produk Bank Syariah Mandiri Kudus	44
4.2 Deskripsi Responden	45
4.2.1 Karakteristik Jenis Kelamin Responden	45
4.2.2 Karakteristik Usia Responden.....	45
4.2.3 Karakteristik Pendidikan Terakhir Responden	46
4.2.4 Karakteristik Pekerjaan Responden	46
4.2.5 Karakteristik Penghasilan Responden.....	47
4.2.6 Karakteristik Lama menjadi Nasabah Responden ...	48

4.3 Analisis Data	48
4.3.1 Statistik Deskripsi	48
4.3.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	54
4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	58
4.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda	60
4.3.5 Uji Hipotesis	61
4.4 Pembahasan	65

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan.....	70
5.2. Keterbatasan Penelitian	70
5.3. Saran	71

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Kantor BSM	3
Tabel 1.2 Penelitian Sederhana Masyarakat Kota Kudus.....	5
Tabel 2.1 Perbedaan Perbankan Syariah dengan Perbankan Konvensional	11
Tabel 2.2 Perbedaan bagi Hasil dan Bunga	19
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 4.1 Karakteristik Jenis Kelamin Responden	45
Tabel 4.2 Karakteristik Usia Responden	45
Tabel 4.3 Karakteristik Pendidikan Terakhir Responden	46
Tabel 4.4 Karakteristik Pekerjaan Responden	47
Tabel 4.5 Karakteristik Penghasilan Responden	47
Tabel 4.6 Karakteristik Laba menjadi Nasabah Responden	48
Tabel 4.7 Hasil Tanggapan Responden Berdasarkan Pengetahuan Produk (X1)	49
Tabel 4.8 Hasil Tanggapan Responden Berdasarkan Motivasi Spiritual (X2).....	50
Tabel 4.9 Hasil Tanggapan Responden Berdasarkan Bagi Hasil (X3).....	51
Tabel 4.10 Hasil Tanggapan Responden Berdasarkan Keputusan Menabung (Y).....	53
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Pengetahuan Produk (X1)	54
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Motivasi Spiritual (X2).....	55
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Bagi Hasil (X3).....	56
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Keputusan Menabung (Y).....	56
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	57
Tabel 4.16 Hasil Uji Normalitas	58
Tabel 4.17 Hasil Uji Multikolonieritas	59
Tabel 4.18 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	59
Tabel 4.19 Hasil Regresi Linier Berganda.....	60

Tabel 4.20 Hasil Koefisien Determinasi.....	61
Tabel 4.21 Hasil Uji Statistik F.....	62
Tabel 4.22 Hasil Uji t.....	63

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangak Berfikir	28

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan suatu negara merupakan hasil dari kinerja yang baik dari instrument-instrument yang ada di negara tersebut. Salah satu instrument negara yang memiliki peran penting adalah perbankan. Perbankan baik konvensional maupun syariah memegang peran penting dalam perkembangan suatu negara dari segi ekonomi dan keuangan. Sesuai dengan Undang-undang Republik Indonesia Nomor 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah, bahwa bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah, yang daam lalu lintas kegiatannya memberikan jasa terhadap lalu linta pembayaran.

Kegiatan perekonomian suatu negara selalu berkaitan dengan lalu lintas pembayaran uang dimana industri perbankan mempunyai peranan yang sangat strategis yakni sebagai urat nadu perekonomian. Bank merupakan lembaga keuangan yang melaksanakan tiga fungsi utama yaitu menghimpun, menyalurkan dana masyarakat dan melukukan pelayanan kepada masyarakat.¹

Bank merupakan salah satu lembaga keuangan yang membantu pertumbuhan ekonomi masyarakat Indonesia. Sudah diketahui bahwa bank sudah ada sejak dulu setelah Indonesia merdeka. Sejak dulu, hanya ada satu jenis bank yang diketahui oleh masyarakat Indonesia yaitu bank konvensional. Seiiring berkembangnya zaman, maka manusia menciptakan inovasi baru dalam perbankan yaitu adanya perbankan syariah yang muncul pertama kali pada tahun 1992. Inovasi tersebut diciptakan mengingat bahwa mayoritas masyaraat Indonesia adalah seorang muslim, sehingga para ulama dan pelopor bank syariah mencetuskan adanya bank syariah.

Dari pengertian diatas dapat dijelaskan secara lebih luas lagi bahwa bank merupakan perusahaan yang bergerak didalam bidang keuangan artinya aktivitas

¹ Nurul Khotimah, *Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan Citra Perusahaan dan Sistem Bagi Hasil terhadap Minat Nasabah Menabung dan Loyalitas di Bank Syariah Mandiri*, Vol.05 No. 01 April 2018 hlm. 37 (diakses pada 23 Desember 2019).

perbankan selalu berkaitan dalam bidang keuangan sehingga berbicara mengenai bank tidak terlepas dari masalah keuangan. Jenis bank jika dilihat dari cara menentukan harga dibagi menjadi dua yaitu bank berdasarkan prinsip konvensional dan prinsip syariah. Hal utama yang menjadi perbedaan antara kedua jenis bank ini adalah dalam hal penentuan harga, baik harga jual maupun harga beli. Dalam bank konvensional penentuan harga selalu didasarkan pada bunga, sedangkan pada bank syariah didasarkan pada *konsep Islam* yaitu kerjasama dalam skema bagi hasil, baik maupun rugi dan pada bank syariah dilandasi oleh Al Qur'an dan Hadist.²

Secara umum, pengertian Bank Islam (*Islamic Banking*) adalah bank yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam. Saat ini, banyak istilah diberikan untuk menyebut entitas Bank Islam selain istilah Bank Islam itu sendiri yaitu tanpa bunga (*interest-fee bank*) bank tanpa riba (*Lariba bank*) dan bank syariah (*Shari'ah bank*). Di Indonesia secara teknis yuridis, penyebutan bank Islam memprioritaskan istilah resmi "bank syariah" atau secara lengkap disebut "Bank Berdasarkan Prinsip Syariah".³

Dalam perbankan konvensional ada yang namanya bunga. Menurut sebagian ulama, hukum bunga adalah riba, jadi bunga sama dengan riba. Sedangkan karakteristik yang menonjol dari bank syariah adanya bagi hasil, bukan lagi bunga. Masyarakat yang mengerti hukuman melakukan riba pasti akan berfikir dua kali untuk menjadi nasabah di perbankan konvensional, adanya perbankan syariah yaitu menolong masyarakat muslim untuk terhindar dari riba. Sedangkan bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah, menurut jenisnya terdiri dari Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Bank konvensional harus membentuk Unit Usaha Syariah yaitu unit kerja dari kantor pusat bank konvensional yang berfungsi sebagai bank induk dari kantor atau unit yang melakukan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah.⁴

² Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada, 2002), hlm 25-26.

³ Mia Lasmi Wardiah, *Dasar-dasar Perbankan*, (Bandung, CV Pustaka Setia, 2013), hlm. 75

⁴ Nurul Khotimah, *Pengaruh Religiusitas.....* hlm.39-40

Industri perbankan syariah telah mengalami perkembangan yang sangat pesat. Menurut Hasan (2011) perkembangan syariah ini cukup impresif, dengan rata-rata pertumbuhan aset lebih dari 65% per tahun dalam lima tahun terakhir. Dengan demikian, peran industri perbankan syariah dalam mendukung perekonomian nasional semakin signifikan.⁵

Salah satu bank syariah yang menggunakan prinsip syariah dalam operasionalnya yaitu Bank Syariah Mandiri (BSM). BSM lahir guna untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang ingin bertransaksi di perbankan yang berdasarkan pada prinsip syariah baik dari kegiatan penghimpunan dana maupun penyaluran dana. Dari segi penghimpunan dana BSM menggunakan prinsip titipian dan bagi hasil, produk yang ditawarkan yaitu Tabungan Mudharabah, Tabungan Simple iB, Tabungan Berencana, Tabungan Wadiah, Tabungan Invest Cendekia, Tabungan Dollar, tabungan Pensiun, Tabunganku, Tabungan Maburr, Tabungan Maburr Junior, dan Tabungan Saham Syariah. Penyaluran dana BSM syariah menggunakan prinsip jual beli dengan menyertakan bagi hasil, produk yang ditawarkan yaitu Griya Karya, Mitra Guna Berkah, Oto Berkah, Pembiayaan Emas, Kemudian ada produk jasa BSM yaitu Internet Banking, mandiri Syariah ATM setor tarik, Mandiri Syariah Mobile.

Perkembangan BSM di Indonesia mulai berkembang pesat, jumlah kantor yang dimiliki sudah memadai. Berikut merupakan data kantor BSM dalam tiga tahun terakhir.

Tabel 1.1
Jumlah Kantor BSM

Kantor	2015	2016	2017	2018
Kantor Cabang	136	129	129	129
Kantor Cabang Pembantu	469	389	389	389
Kantor Kas	60	52	52	53
TOTAL	665	570	570	571

Sumber: laporan Keunagn Bank Syariah Mandiri, per 31 desember 2018

⁵ Hasan, "Analisis Industri Perbankan Syariah di Indonesia" Jurnal dinamika Ekonomi Pembangunan, Vol. 1 No.1 Juli 2011, hlm.1.

Dari tabel diatas diketahui bahwa jumlah kantor BSM mengalami penurunan dari tahun 2015 sampai 2018. Dimana pada tahun 2015 jumlah kantor 665 kantor dan ditahun 2016 sampai 2017 menjadi 570 kantor, kemudian di tahun 2018 jumlah kantor menjadi 571 kantor. Data tersebut berasal dari data pada tahun 2015 terdapat 136 kantor cabang, sedangkan pada tahun 2016 sampai 2018 terdapat 129 kantor cabang. Pada tahun 2015 terdapat 469 kantor cabang pembantu, sedangkan pada tahun 2016 sampai 2018 terdapat 389 kantor cabang pembantu. Pada tahun 2015 terdapat 60 kantor kas, sedangkan pada tahun 2016 sampai 2017 terdapat 52 kantor kas, pada tahun 2018 terdapat 53 kantor kas.

Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan. Selain itu juga ada beberapa faktor yang harus diperhatikan dalam pengambilan keputusan salah satunya pengetahuan produk. Pengetahuan konsumen juga memberikan dampak dalam keputusan masyarakat untuk memilih suatu model jasa tertentu dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan yang dibutuhkan oleh nasabah.⁶

Faktor lain yang mempengaruhi masyarakat agar mengambil keputusan menabung di BSM adalah motivasi spiritual. Beberapa faktor yang melatarbelakangi preferensi nasabah dalam memilih bank syariah berasal dari luar maupun dari nasabah itu sendiri. Faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi menabung nasabah dapat terbagi menjadi dua kelompok besar, antara lain faktor emosional dan faktor rasional. Faktor emosional mengandung arti bahwa nasabah memilih sasaran produk berdasarkan kriteria subjektif seperti kebanggaan atau status sedangkan faktor rasional berdasarkan kriteria objektif seperti ukuran, berat dan harga. Faktor emosional berupa tingkat religiusitas yaitu dengan cara menghindari riba dan faktor utama nasabah mempertahankan hubungannya dengan bank syariah adalah ketaatan mereka terhadap prinsip syariah. Nasabah memutuskan untuk tetap mempertahankan bank syariah berkaitan dengan masalah keimanan dan keyakinan terhadap pengharaman riba bagi umat Islam, sedangkan faktor rasional yaitu berupa

⁶ Eka Nopita Sari, Skripsi “*Pengaruh Lokasi, Produk, Reputasi, dan Pelayanan terhadap Keputusan Mahasiswa IAIN Surakarta Menggunakan Bank Syariah*”, (Surakarta 2017)

pengetahuan, kualitas produk dan kualitas pelayanan yang dipahami nasabah menjadi faktor yang mempengaruhi preferensi nasabah dalam memilih bank syariah.⁷

Selain faktor motivasi spiritual, faktor yang mempengaruhi adalah bagi hasil masyarakat menggunakan produk BSM. Bagi hasil merupakan dimana kedua belah pihak akan berbagi keuntungan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati dimana bagi hasil mensyaratkan kerjasama pemilik modal dengan usahanya untuk kepentingan yang saling menguntungkan kedua belah pihak, sekaligus untuk masyarakat.

Peneliti melakukan penelitian sederhana dengan menyebar kuesioner kepada masyarakat Kota Kudus.

Tabel 1.2
Penelitian Sederhana Masyarakat Kota Kudus

Desa	Jml	Pengguna Aktif BSM	Pengetahuan Bank Syariah	Pengetahuan produk	Jarak Kedekatan dengan kantor (km)	Pengetahuan Bagi Hasil
Undaan	10	3	10	7	8	6
Jati	4	2	4	2	3	2
Dawe	3	1	3	2	3	2
Pasuruhan	3	1	3	1	2	2
Total	20	7	20	12	16	12

Sumber: data pra riset diolah, 30 Januari 2020

Berdasarkan hasil penelitian sederhana yang dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan bahwa dari 20 Masyarakat Kota Kudus hanya 7 Masyarakat yang menggunakan produk BSM. Padahal jarak antara tempat tinggal dengan kantor tidak terlalu jauh. Dari 20 masyarakat paham bahwa bank syariah berbeda dengan bank konvensional dan hanya 12 masyarakat yang mengetahui produk dan bagi hasil BSM. Selain itu juga, masyarakat yang tidak menggunakan produk BSM

⁷ Fadhilatul Hasanah, *Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang Pada Bank Syariah*, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, 2019.

mempunyai alasan karena sudah terbiasa menggunakan produk bank konvensional ada kemauan untuk beralih ke bank syariah akan tetapi masih ragu.

Penelitian yang dilakukan oleh Anita⁸ menunjukkan hasil bahwa persepsi tentang bank syariah berpengaruh positif terhadap minat menggunakan produk bank syariah. Semakin tinggi persepsi dan pengetahuan masyarakat mengenai bank syariah maka semakin tinggi minat menggunakan produk bank syariah. Namun, penelitian yang dilakukan oleh Lestari⁹ menunjukkan bahwa pengetahuan tidak berpengaruh terhadap preferensi menabung pada perbankan syariah. Maka pengetahuan bukan menjadi pengaruh preferensi menabung pada bank syariah. Penelitian menurut Hasanah¹⁰ menunjukkan hasil bahwa religiusitas berpengaruh terhadap preferensi menabung mahasiswa UMP pada bank syariah yaitu berupa kepatuhan agama karena bagi mahasiswa menggunakan bank syariah berkaitan dengan masalah keimanan dan keyakinan terhadap pengharaman riba bagi umat Islam. Hasil penelitian Suprihati¹¹ menunjukkan bahwa religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat untuk menabung di koperasi syariah. Menurut Yulika, dkk¹² menunjukkan bahwa bagi hasil berpengaruh positif dan memiliki pengaruh yang kuat terhadap kepuasan menjadi nasabah.

Berdasarkan latar belakang dan hasil penelitian terdahulu. Peneliti ingin mengetahui sejauh mana pengaruh Pengetahuan produk masyarakat Kota Kudus akan bank syariah, motivasi spiritual dan bagi hasil di Bank Mandiri Syariah. Dilihat dari perkembangan dari tahun ke tahun masyarakat kota Kudus pasti paham akan hukum-hukum Islam dan tentunya juga masalah keberadaan perbankan syariah. Oleh karena itu, berdasarkan permasalahan tersebut maka peneliti tertarik

⁸ Anita Rahmawaty, Model Perilaku Penerimaan Internet Banking di Bank Syari'ah: Peran Motivasi Spiritual, *Annual International Conference on Islamic Studies XII*, 2014.

⁹ Alfi Mulikhah Lestari, "Pengaruh Religiusitas, Produk Bank, Kepercayaan, Pengetahuan, dan Pelayanan terhadap Preferensi Menabung pada Perbankan Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang)", *Jurnal Ekonomi*, Vol. 5 No. 2. Hal. 3.

¹⁰ Fadhilatul Hasanah, *Pengaruh Tingkat Religiusitas,* Hal. 485.

¹¹ Suprihati, dkk, *Pengaruh Religiusitas, Budaya, Pengetahuan terhadap Minat Masyarakat Menabung di Koperasi Syariah, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia, 2021.

¹² Yulika.K dan Arie.I.G "Pengaruh Sistem Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Di Kota Cirebon" *Jurnal Edunomic* Vol. 2 No.1 tahun 2014 hlm. 39-40 (diakses pada 10 Februari 2021).

untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan mengangkat judul skripsi tentang **Pengaruh Pengetahuan Produk, Motivasi Spiritual dan Bagi Hasil terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung di Bank Syariah Mandiri Kudus.**

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dibuat supaya penelitian hanya fokus kepada inti permasalahan dan tidak melebar ke pembahasan yang terlalu jauh. Dari latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah pengetahuan produk berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri Kudus?
2. Apakah motivasi spiritual berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri Kudus?
3. Apakah bagi hasil berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri Kudus?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah tersebut maka tujuan penelitian yang akan dicapai adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan produk terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri Kudus.
2. Untuk mengetahui pengaruh motivasi spiritual terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri Kudus.
3. Untuk mengetahui pengaruh bagi hasil terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri Kudus.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini digunakan untuk menambah pengetahuan dan literatur yang berkaitan dengan pengetahuan produk, motivasi spiritual dan bagi hasil guna peningkatan keputusan menabung nasabah.

2. Manfaat Praktis

Hasil peneliti ini dapat digunakan oleh pihak perbankan untuk menyusun strategi dan langkah-langkah yang diperlukan guna meningkatkan keputusan nasabah menabung di Bank Syariah dengan memperhatikan aspek pengetahuan produk, motivasi spiritual dan bagi hasil.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk lebih terarah dalam pembahasan skripsi ini, penulis membuat sistematika pembahasan sesuai dengan masing-masing bab. Penulis membagi menjadi 5 (lima) bab, masing-masing bab terdiri dari beberapa sub bab yang merupakan penjelasan dari bab tersebut, adapun sistematika pembahasan tersebut sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan berisi latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Menerangkan mengenai landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka berfikir dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan berisi tentang prosedur serta rencana yang akan dilakukan oleh peneliti guna menjawab permasalahan yang telah dirumuskan. Selanjutnya akan dipaparkan jenis penelitian, data dan teknik memperolehnya dan teknik pengumpulan data.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Setelah pembahasan yang mendalam landasan teori dan data yang telah diperoleh peneliti, kemudian peneliti mengolah data yang telah diperoleh, selanjutnya akan diuraikan pada bab ini meliputi gambaran umum perusahaan, analisis data dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Berisikan kesimpulan yang merupakan jawaban atas pokok permasalahan yang penyusun ajukan, keterbatasan peneliti dan juga saran yang berguna bagi pada khususnya dan pihak-pihak lain umumnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Kerangka Teori

2.1.1. Perbankan Syariah

Menurut Undang-undang No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah, bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dan bentuk kredit dan atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup jenisnya. Sedangkan bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah, menurut jenisnya terdiri dari Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Bank konvensional harus membentuk Unit Usaha Syariah yaitu unit kerja dari kantor pusat bank konvensional yang berfungsi sebagai bank induk dari kantor atau unit yang melakukan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah.¹

Sistem perbankan syariah di Indonesia diatur dalam Undang-undang No.07 Tahun 1992 tentang perbankan sebagaimana yang telah diubah Undang-undang No. 10 Tahun 1998. Kegiatan perbankan syariah pada dasarnya merupakan perluasan jasa perbankan bagi masyarakat yang memutuskan dan menghendaki pembayaran imbalan yang tidak didasarkan pada sistem bunga melainkan didasarkan pada prinsip syariah.

Bank syariah adalah bank operasionalnya tidak mengandalkan akan bunga akan tetapi berdasarkan prinsip bagi hasil. Bank syariah adalah lembaga keuangan perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan oleh Al Qur'an. Dengan kata lain bank syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa lainnya dalam kegiatan pembayaran dan peredaran uang yang berdasarkan prinsip syariat Islam. Karakteristik utama bank syariah adalah ketiadaan bunga sebagai representasi dari riba karena haram. Karakteristik inilah yang menjadikan bank syariah lebih unggul dari beberapa hal

¹ Nurul Khotimah, *Pengaruh Religiusitas.....*hlm.39-40

termasuk pada sistem operasional yang dijalankan. Selain itu, dalam perbankan syariah uang hanya digunakan sebagai alat ukur bukan komoditi yang diperdagangkan sehingga tidak mengenal “*time value of money*”.

Selain itu bank syariah mempunyai perbedaan dengan bank konvensional seperti investasi yang sesuai dengan syariat Islam, dan tidak adanya spekulasi dalam mata uang asing untuk meraup keuntungan. Menurut Ismail yang dikutip oleh Adenia (2017) adapun perbedaan perbankan syariah dengan perbankan konvensional sebagai berikut:²

Tabel 2.1

Perbedaan Perbankan Syariah dengan Perbankan Konvensional

No.	Bank Syariah	Bank Konvensional
1	Investasi hanya untuk proyek dan produk yang halal serta menguntungkan.	Investasi tidak mempertimbangkan halal dan haram asalkan produk yang dibiayai menguntungkan.
2	<i>Return</i> yang dibayar dan atau diterima berasal dari bagi hasil atau pendapatan lainnya berdasarkan prinsip syariah.	<i>Return</i> baik yang dibayarkan kepada nasabah penyimpan dana dan <i>return</i> yang diterima dari nasabah pengguna dana berupa bunga.
3	Perjanjian dibuat dalam bentuk sesuai akad dengan syariat Islam.	Perjanjian menggunakan hukum positif.
4	Orientasi pembiayaan tidak hanya untuk keuntungan akan tetapi juga flah orientasi yaitu beroperasi pada kesejahteraan masyarakat.	Orientasi pembiayaan untuk memperoleh keuntungan atas dana yang dipinjamkan.
5	Hubungan antara bank dan nasabah mitra.	Hubungan antara bank dan nasabah adalah kreditor dan debitur.
6	Dewan Pengawas terdiri BI, Bapepam, Komisaris, dan dewan pengawas syaiah (DPS)	Desan pengawas terdiri dari BI, Bapepam, dan komisaris.

² Adenia Mustika Fahmi Skripsi “*Pengaruh Pengetahuan Produk, Pemakaian dan Pembelian Terhadap Proses Pemngambilan Keputusan Konsumen Menjadi Nasabah Bank BNI syariah*” Jakarta (2017)

2.1.2. Pengetahuan Produk

1. Pengetahuan Produk

Menurut Notoatmodjo yang dikutip oleh Susanti. M.D, pengetahuan merupakan hasil dari tahu, pengetahuan terjadi setelah seseorang melakukan penelitian terhadap sesuatu. Sedangkan menurut Engel dalam Sangadji pengetahuan konsumen dibagi menjadi tiga bagian utama yaitu pengetahuan produk (*product knowledge*), pengetahuan pembelian (*purchase knowledge*), dan pengetahuan pemakaian (*using knowledge*). Notoatmodjo pengetahuan tercakup dalam dominan kognitif mempunyai enam tingkatan yaitu:

a. Tahu (*know*)

Tahu diartikan sebagai mengingat suatu materi yang telah dipelajari sebelumnya. Termasuk dalam pengetahuan tingkat ini adalah mengingat kembali sesuatu yang spesifik dari seluruh bahan yang dipelajari atau diterima.

b. Memahami (*Comprehension*)

Memahami diartikan sebagai kemampuan untuk menjelaskan secara benar tentang objek yang diketahui dan dapat menginterpretasikan materi tersebut secara benar.

c. Aplikasi (*Application*)

Aplikasi diartikan sebagai kemampuan untuk menggunakan materi yang telah dipelajari pada situasi atau kondisi sebenarnya, selain itu penggunaan hukum-hukum, rumus, prinsip dan sebagainya.

d. Analisis (*Analysis*)

Analisis adalah suatu kemampuan untuk menjabarkan materi atau suatu objek keadaan komponen, tetapi masih dalam struktur organisasi dan masih dalam kaitannya satu sama lain. Kemampuan ini dapat dilihat dari penggunaan kata kerja.

e. Sintetis (*Syintetis*)

Sintetis menunjukkan kepada suatu kemampuan untuk meletakkan atau menghubungkan bagian dalam suatu bentuk keseluruhan yang baru.

f. Evaluasi (*Evaluation*)

Evaluasi itu berkaitan dengan kemampuan untuk melakukan penilaian terhadap suatu materi atau objek. Penilaian itu menggunakan kriteria yang ada.³

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan suatu kebutuhan atau keinginan. Produk memiliki sifat dan karakteristik yang beragam tergantung seberapa kepuasan atau kebutuhan akan produk itu dalam kehidupan konsumen sehingga konsumen tertarik dan memutuskan untuk mengonsumsi produk.

Pengetahuan produk adalah kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk. Pengetahuan ini meliputi kategori produk, merek, terminologi produk, atribut atau fitur produk, harga produk, dan kepercayaan mengenai produk. Pembelajaran konsumen yang dianggap sebagai proses bagi para individu untuk memperoleh pengetahuan dan pengalaman pembelian dan pemakaian yang diterapkan pada perilaku yang akan datang.

2. Jenis Pengetahuan Produk

a. Pengetahuan Mengenai Atribut atau Karakteristik Produk

Pemasaran memiliki pilihan strategis pada karakteristik produk atau atribut. Berdasarkan keterbatasan pada kemampuan produk dan sumberdaya keuangan, manajer pemasaran dapat menambah atribut baru pada suatu produk. Pemasar dapat mengubah atribut merek dengan membuat produk lebih menarik konsumen.

b. Produk sebagai kumpulan keuntungan

Konsumen sering berpikir mengenai produk dan merek dalam arti pengaruhnya atau konsekuensinya dari pada atributnya. Konsekuensi adalah hasil saat produk dibeli dan digunakan atau dikonsumsi.

³ Susanti Mei Diana, "*Pengaruh Pengetahuan, Lokasi, Kualitas Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Anggota Menabung Di BMT Bina Umat Sejahtera Kalijambe*, (Surakarta 2017)

1) Konsekuensi fungsional (*Functional Consequencess*)

Hasil nyata akibat pengguna produk yang dialami konsumen secara langsung. Misalnya makan *Big Mac* memuaskan rasa lapar dan minum aqua memuaskan rasa haus.

2) Konsekuensi Psikososial (*Psyhosocial Consequencess*)

Merujuk pada hasil psikologi dan sosial pengguna produk. Pengguna produk merupakan hasil yang bersifat internal dan personal. Sebagaimana besar konsekuensi psikososial memiliki kualitas afektif seperti konsumen menggunakan mobil mewah akan merasa dihargai oleh seseorang.

c. Produk sebagai Pemuas Nilai

1) Nilai-nilai Instrument

Merupakan cara berperilaku yang lebih disukai. Ada beberapa cara berperilaku yang memiliki nilai positif untuk seseorang (memiliki waktu, bertindak secara independen, menunjukkan kemandirian).

2) Nilai-nilai Terminal

Keadaan diri yang lebih disukai atau keadaan psikologi lebih luas (gembira, damai, sukses). Konsekuensi pengetahuan produk mengenai atribut produk, konsekuensi pengetahuan produk dan nilai-nilai pribadi.⁴

3. Indikator Pengetahuan Produk

Dari kajian teori diatas, adapun indikator yang digunakan sebagai berikut:⁵

- a. Informasi
- b. Pengalaman
- c. Pengetahuan ilmiah

⁴ Adenia Mustika Fahmi "Pengaruh Pengetahuan Produk, pemakaian..... hlm. 15

⁵ Alfi Mulikhah Lestari, "Pengaruh Religiusitas, Produk Bank, Kepercayaan, Pengetahuan, dan Pelayanan terhadap Preferensi Menabung pada Perbankan Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang)", Jurnal Ekonomi, Vol. 5 No. 2. Hal. 3.

2.1.3. Motivasi Spiritual

1. Pengertian Motivasi Spiritual

Motivasi merupakan proses psikologis yang meningkatkan dan mengarahkan perilaku untuk mencapai tujuan. Manusia membutuhkan goal portfolio tiga dimensi untuk mengukur dirinya sendiri dalam tiga lapisan, yaitu: materi, intelektual dan spiritual. Sedangkan Maslow membagi dua klasifikasi motivasi: motivasi primer dan motivasi spiritual. Kebutuhan spiritual merupakan kebutuhan yang fitri yang pemenuhannya tergantung pada kesempurnaan manusia dan kematangan individu.⁶

Motivasi berasal dari bahasa latin *movere* yang berarti dorongan atau menggerakkan. Sedangkan apabila dikaitkan dengan manajemen sumber daya manusia, maka motivasi ini mempersoalkan tentang cara untuk dapat mengarahkan daya dan potensi bawahan agar mau bekerja secara produktif sehingga berhasil mencapai standar yang sudah ditetapkan mencapai tujuan yang sudah ditentukan. Sedangkan menurut Berelson dan Steiner yang dikutip oleh Abdul Mursi menyebutkan bahwa istilah motivasi merupakan kondisi internal dari seorang individu yang dapat melahirkan kekuatan, kegairahan dan dinamika serta pada akhirnya mampu mengarahkan dan membentuk pola tingkah laku individu yang bersangkutan.⁷

Dalam ajaran Islam ditegaskan bahwa tujuan hidup manusia adalah untuk beribadah kepada Allah SWT. Sementara itu, motivasi menjadi kunci utama dalam menafsirkan dan melahirkan perbuatan manusia. Dalam konsep Islam, peranan motivasi ini disebut dengan niat dan ibadah. Niat merupakan pendorong utama manusia untuk berbuat atau beramal, sedangkan ibadah adalah tujuan manusia berbuat atau beramal. Berdasarkan uraian di atas, dapat dijelaskan bahwa kata kunci dalam memahami motivasi adalah dorongan. Dorongan yang diakibatkan oleh kebutuhan itu dapat berbentuk fisik, psikis, bahkan spiritual.⁸

⁶ Yoiz Shofwa, *Pengaruh Motivasi Spiritual dan Kepemimpinan Spiritual terhadap Kinerja Religius Dosen dan Karyawan STAIN Purwokerto*, Jurnal Pro Bisnis, Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Purwokerto, 2017.

⁷ Yoiz Shofwa, *Pengaruh Motivasi Spiritual dan.....*, hlm. 6.

⁸ Anita Rahmawaty, *Model Perilaku Penerimaan Internet Banking di Bank Syari'ah: Peran Motivasi Spiritual*, Annual International Conference on Islamic Studies XII, 2012.

Berbeda dengan barat, dalam Islam pembahasan motivasi tidak bisa dilepaskan dari tahapan kehidupan manusia, terdiri dari: (1) Tahapan pra-kehidupan (alam perjanjian), pada alam ini terdapat rencana Tuhan yang memotivasi kehidupan manusia didunia ini. Isi dari motivasi itu adalah amanah yang berkenan dengan tugas dan peran kehidupan manusia di dunia. (2) Tahapan kehidupan dunia, pada tahap ini merupakan realisasi atau aktualisasi diri terhadap amanah yang telah diberikan ditahap prakehidupan dunia. (3) Tahapan alam pasca-kehidupan dunia (alam akhirat), pada kehidupan ditahap ini manusia diminta oleh Allah untuk mempertanggung jawabkan semua aktivitasnya, apakah dilakukan sesuai dengan amanah atau tidak, jika sesuai maka ia mendapatkan surga dan jika tidak maka ia mendapatkan neraka.⁹

Berkaitan dengan aspek pemenuhan kebutuhan manusia, dalam Islam, kebutuhan manusia itu dibagi menjadi kebutuhan jasmani (lahiriyah) dan kebutuhan rohani (bathiniyah), maka tingkah laku manusia tidak hanya dimotivasi untuk memenuhi kebutuhan jasmani, tetapi juga tingkah laku manusia dimotivasi untuk memenuhi kebutuhan rohani/spiritual. Dorongan-dorongan yang memotivasi tingkah laku manusia untuk memenuhi kebutuhan rohani inilah yang kemudian disebut dengan motivasi spiritual.¹⁰

Menurut Anshori religiusitas menunjuk pada aspek agama yang telah dihayati oleh seseorang dalam hati. Definisi lain mengatakan bahwa religiusitas mengarah pada kualitas penghayatan dan sikap hidup seseorang berdasarkan nilai-nilai keagamaan yang diyakininya. Sehingga religiusitas merupakan tingkat keterikatan individu terhadap agamanya. Apabila individu telah menghayati dan menginternalisasikan ajaran agamanya, maka ajaran agama akan berpengaruh dalam segala tindakan dan pandangan hidupnya. Jadi, dapat disimpulkan bahwa religiusitas adalah ekspresi atau perwujudan dari sistem kepercayaan (agama) yang dianut dengan menghayati nilai-nilainya secara

⁹ Yoiz Shofwa, *Pengaruh Motivasi Spiritual dan.....*, hlm. 7.

¹⁰ Yoiz Shofwa, *Pengaruh Motivasi Spiritual dan.....*, hlm. 7.

substansi sehingga melahirkan pilihan-pilihan sikap dan perilaku dalam mengambil keputusan.¹¹

Religiusitas untuk umat manusia khususnya untuk warga Indonesia merupakan salah satu unsur pokok yang sangat penting bagi kehidupan sehari-hari. Indonesia memiliki nilai religiusitas yang paling tinggi daripada negara-negara lainnya. Religiusitas memiliki arti sebagai berkembangnya konsep spiritualitas dalam sebuah kajian psikologi suatu agama. Observasi terhadap konsep religiusitas menemukan bahwa hasil dalam 80% observasi yang telah dikaji didapati suatu kebenaran bahwa keyakinan dan praktik dalam beragama (sebutan untuk religiusitas) berhubungan dengan semakin meningkatnya kepuasan hidup, kebahagiaan, efek positif, dan juga meningkatnya moral. Rasa percaya terhadap religiusitas yang sangat tinggi maka akan memiliki tingkat kepuasan hidup yang lebih tinggi, tingkat kebahagiaan yang tinggi, jika dibandingkan dengan manusia yang tidak memiliki tingkat rasa percaya terhadap religiusitas yang tinggi.¹²

2. Indikator Motivasi Spiritual

Indikator motivasi spiritual dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:¹³

- a. Kepatuhan agama
- b. Bisnis halal
- c. Larangan riba

¹¹ Fadhilatul Hasanah, *Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang Pada Bank Syariah, Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, 2019.

¹² Suprihati, dkk, *Pengaruh Religiusitas, Budaya, Pengetahuan terhadap Minat Masyarakat Menabung di Koperasi Syariah, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia, 2021.

¹³ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Dasar-dasar Pemasaran*, Jakarta: Prehalindo, 2016, h. 118.

2.1.4. Bagi Hasil

1. Pengertian Bagi hasil

Bagi hasil adalah suatu sistem pengolahan dana dalam perekonomian Islam yakni pembagian bagi hasil usaha antara pemilik modal (*shohibul mal*) dan pengelola (*mudharib*). Menjelaskan pelarangan riba dalam Islam adalah suatu penolakan terhadap timbulnya risiko finansial tambahan yang ditetapkan dalam transaksi uang atau modal maupun jual beli dibebankan kepada satu pihak saja. Sedangkan pihak yang lain dijamin keuntungannya. Hal ini mengindikasikan perbankan syariah menganut sistem bagi hasil dalam proses kegiatannya dan mengharamkan bunga karena mengandung unsur riba.

Pembayaran imbalan bank syariah kepada pemilik dana dalam bentuk bagi hasil besarnya sangat tergantung dari pendapatan yang diperoleh sebagai *mudharib* atas pengelolaan dana *mudharabah* tersebut. Apabila bank syariah memperoleh hasil usaha yang besar maka distribusi hasil usaha didasarkan pada jumlah yang besar, sebaliknya apabila bank syariah memperoleh hasil usaha yang kecil. Hal ini berbeda dengan bank konvensional, dimana pembayaran imbalan dalam bentuk bunga dibayarkan dengan jumlah tetap, tidak terpengaruh dengan pendapatan yang diterima bank konvensional.

Dalam sistem bagi hasil terdapat prinsip-prinsip untuk menjalankan aktivitasnya.

a. Prinsip keadilan dan kehati-hatian

Prinsip ini tercermin dari penerapan imbalan atas dasar bagi hasil dan pengambilan margin keuntungan yang disepakati bersama antar bank dengan nasabah, kemudian bank sebagai pengelola akan mengembangkan dana yang terkumpul dari nasabah untuk usaha-usaha yang baik secara profesional.

b. Prinsip kesejahteraan

Dimana prinsip ini menempatkan nasabah penyimpan dana, nasabah pengguna dana maupun bank pada kedudukan yang sama dan sederajat. Hal ini tercermin dalam hak, kewajiban, resiko dan keuntungan yang berimbang antara nasabah penyimpan dana, nasabah pengguna maupun bank.

c. Prinsip ketentraman

Produk-produk bank syariah telah sesuai dengan prinsip dan kaidah Muamalat Islam, antara lain tidak adanya unsur riba serta penerapan zakat harta. Dengan demikian nasabah akan merasakan ketentraman lahir maupun batin.

Distribusi pembagian bagi hasil usaha bank syariah dengan nasabah penghimpunan dana hanya didasarkan pada akad *mudharabah*, pembagian hasil usaha dilakukan berdasarkan pada nisbah yang disepakati pada awal akad.

Tabel 2.2

Perbedaan bagi Hasil dan Bunga

Bunga	Bagi Hasil
a) Penentuan bunga dibuat pada waktu akad tanpa berpedoman pada untung rugi.	Penentu besarnya rasio bagi hasil dibuat pada waktu akad dengan berpedoman pada kemungkinan untung rugi.
b) Besarnya presentase berdasarkan pada jumlah uang modal yang dipinjamkan.	Besarnya rasio bagi hasil berdasarkan pada jumlah keuntungan yang diperoleh.
c) Pembayaran bunga tetap seperti yang dijanjikan tanpa pertimbangan apakah proyek yang dijalankan oleh pihak nasabah untung atau rugi.	Bagi hasil tergantung pada keuntungan proyek yang dijalankan, sekiranya itu tidak mendapatkan keuntungan maka kerugian akan ditanggung bersama oleh kedua belah pihak.
d) Jumlah pembayaran bunga tidak meningkat sekalipun jumlah keuntungan berlipat.	Jumlah pembagian laba meningkat sesuai dengan peningkatan jumlah pendapatan.
e) Eksistensi bunga diragukan oleh semua agama termasuk Islam.	Tidak ada yang meragukan keabsahan bagi hasil.

Dalam bagi hasil, penentuannya dalam bentuk presentase atau biasa disebut nisbah. Nisbah dalam Sri Nurhayati dan Wasilah berjudul Akuntansi Syariah di Indonesia, sebagai besaran yang digunakan untuk pembagian keuntungan. Nisbah mencerminkan imbalan yang bentuk diterima oleh kedua belah pihak dan pemilik dana tidak boleh meminta pembagian keuntungan dengan menyatakan nominal tertentu karena dapat menimbulkan riba. Nisbah

harus diketahui jelas oleh kedua belah pihak. Jika dalam akad dijelaskan masing-masing porsi maka pembagiannya menjadi 50% dan 50%.

2. Indikator Bagi Hasil

Hal-hal yang berkaitan dengan bagi hasil meliputi indikator-indikator sebagai berikut: ¹⁴

- a. Investment rate
- b. Total dana investasi
- c. Jenis dana
- d. Nisbah

2.1.5. Keputusan Menabung

1. Keputusan Menabung

Menurut Olson dalam Sangaji dan Sopiah yang dikutip oleh Eka Nopitasari, keputusan nasabah adalah proses pengintegrasian dalam mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih dan memilih salahsatunya. Sedangkan menurut Kotler Keputusan sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah, mencari informasi, beberapa penilaian alternatif, membuat keputusan membeli dan perilaku setelah membeli yang melalau konsumen.¹⁵

Menurut Yulika dan Arie (2014) keputusan adalah pilihan dari dua lebih yang akan diputuskan kemungkinan melalui sebuah pertimbangan yang dilakukan oleh konsumen. Melalui pengambilan keputusan ini sangat berkaitan dengan perilaku konsumen yang dilakukan dalam mengambil keputusan tersebut, jadi dalam mengambil keputusan tersebut, dalam memilih keputusan kita harus melihat perilaku-perilaku konsumen yang ada didalam masyarakat luas.

¹⁴ Rafika, "Pengaruh Bagi Hasil terhadap Minat Nasabah Menabung di BTN Syariah KCPS Parepare", (Parepare, 2020).

¹⁵ Eka Nopita Sari, "Pengaruh Lokasi, Produk, Reputasi, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Mahasiswa Iain Surakarta Menggunakan Bank Syariah", (Surakarta 2017)

Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan membeli diantaranya sebagai berikut:

a. Kekuatan Sosial Budaya

1) Faktor budaya

Budaya dapat didefinisikan sebagai hasil kreativitas manusia dari satu generasi ke generasi berikutnya yang sangat menentukan bentuk perilaku dalam kehidupannya sebagai anggota masyarakat. Kebudayaan merupakan suatu hal yang kompleks yang meliputi ilmu pengetahuan, kepercayaan, seni moral, adat, kebiasaan dan norma-norma yang berlaku pada masyarakat.

2) Faktor kelas sosial

Kelas sosial didefinisikan sebagai suatu kelompok yang terdiri dari sejumlah orang yang mempunyai kedudukan yang seimbang dalam masyarakat. Kelas sosial berbeda dengan status sosial walaupun sering kedua istilah diartikan sama. Sebenarnya kedua istilah tersebut merupakan dua konsep yang berbeda.

3) Faktor kelompok acuan (*Small referenc Group*)

Kelompok acuan didefinisikan sebagai suatu kelompok orang yang mempengaruhi sikap, pendapat, norma dan perilaku konsumen. Pengaruh kelompok acuan terhadap perilaku konsumen antara lain dalam menentukan produk dan merek yang mereka gunakan sesuai dengan aspirasi kelompok.

4) Faktor keluarga

Sebagai unit masyarakat yang terkecil yang perilakunya sangat mempengaruhi dan menentukan dalam pengambilan keputusan pembelian.

b. Kekuatan Psikologi

1) Faktor pengalaman belajar

Belajar dapat didefinisikan sebagai suatu perubahan perilaku akibat pengalaman sebelumnya. Perilaku konsumen dapat dipelajari karena

sangat dipengaruhi oleh pengalaman belajarnya. Pengalaman belajar konsumen akan menentukan pengambilan keputusan membeli.

2) Faktor kepribadian

Kepribadian dapat didefinisikan sebagai suatu bentuk sifat-sifat yang ada pada diri individu yang sangat menentukan perilakunya. Kepribadian konsumen sangat ditentukan oleh faktor internal dirinya (motif, IQ, emosi, cara berpikir, dan persepsi) dan faktor eksternal dirinya (lingkungan fisik, keluarga, masyarakat, sekolah dan lingkungan alam). Kepribadian konsumen akan mempengaruhi persepsi dan pengambilan keputusan dalam membeli.

3) Faktor sikap dan keyakinan

Sikap dapat pula diartikan kesiapan seseorang untuk melakukan suatu tindakan atau aktivitas. Sikap sangat mempengaruhi keyakinan, begitu pula sebaliknya. Keyakinan menentukan sikap. Sikap dan keyakinan terhadap suatu produk atau merk dapat diubah melalui komunikasi yang persuasif dan pemberian informasi yang efektif kepada konsumen. Dengan demikian, konsumen dapat membeli produk atau merek baru atau produk yang ada pada toko itu sendiri.

4) Konsep diri (*self Concept*)

Konsep diri merupakan cara pandang kita terhadap sesuatu dan pengendalian diri menjadi bagian dari diri kita sendiri untuk membentuk pengembangan diri kita. Jadi konsep yang seperti apa yang sudah ada didalam diri kita sendiri itu menjadi fakta perilaku yang paling mendasar terhadap yang kita lakukan.¹⁶

Menabung adalah tindakan yang dianjurkan oleh Islam, karena dengan menabung berarti seseorang muslim mempersiapkan diri untuk pelaksanaan perencanaan masa yang akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan. Dalam Al Qur'an terdapat

¹⁶ Yulika.K dan Arie.I.G “Pengaruh Sistem Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menjadi NasabahBank Syariah Di Kota Cirebon” Jurnal Edunomic Vol. 2 No.1 tahun 2014 hlm. 39-40 (diakses pada 10 februai 2021)

ayat-ayat yang secara tidak langsung telah memerintah kaum muslim untuk mempersiapkan hari esok secara lebih baik.¹⁷

Dalam Q.S An Nisa: 9

وَلِيَحْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكُوا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعْفًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا
قَوْلًا سَدِيدًا

“Dan, hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. Oleh sebab itu, hendaklah mereka bertaqwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar” (Q.S An Nisa :9)

أَيُّدٌ أَحَدَكُمْ أَنْ تَكُونَ لَهُ جَنَّةٌ مِّنْ نَّجِيلٍ وَأَعْنَابٍ تَجْرِي مِنْ تَحْتِهَا الْأَنْهَارُ لَهُ فِيهَا
مِنْ كُلِّ الثَّمَرَاتِ وَأَصَابَهُ الْكِبَرُ وَلَهُ ذُرِّيَّةٌ ضُعَفَاءُ فَأَصَابَهَا إِعْصَارٌ فِيهِ نَارٌ فَاحْتَرَقَتْ^ط
كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ الْآيَاتِ لَعَلَّكُمْ تَتَفَكَّرُونَ

“Apakah ada salah seorang diantaramu yang ingin mempunyai kebun kurma dan anggur yang mengalir dibawahnya sungai-sungai, dia mempunyai dalam kebun itu segala macam buah-buahan, kemudian datanglah masa tua orang itu sedang dia mempunyai keturunan yang masih kecil-kecil(lemah)..... (Al Baqarah:266)

Kedua ayat tersebut memerintahkan kita untuk bersiap-siap dan mengantisipasi masa depan keturunan, baik secara rohani (iman/takwa) maupun secara ekonomi harus diperkirakan langkah-langkah perencanaannya. Salah satu langkah perencanaannya adalah dengan menabung.¹⁸

Dalam hal ini prinsip syariah tabungan diatur dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional No.02/DSN-MUI/IV/2000 tentang tabungan. Tabungan ada dua jenis yaitu tabungan yang tidak dibenarkan secara syariah, yaitu tabungan

¹⁷ Muhammad Syafi’I Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani,, 2014), hlm.153

¹⁸ Muhammad Syafi’I Natonio, *Bank Syariah Dari Teori Praktik*, Jakrta: Gema Insani, 2014), hlm. 153-154

yang berdasarkan perhitungan bunga. Dan tabungan yang dibenarkan yaitu tabungan yang berdasarkan prinsip *wadi'ah* dan *mudharabah*.¹⁹

Dalam membuat keputusan menabung biasanya masyarakat memperhitungkan tingkat bunga yang dalam perbankan syariah diwujudkan dengan bagi hasil. Tabungan dalam pandangan ekonomi neoklasik diartikan sebagai fungsi dari tingkat bunga.²⁰

2. Indikator Keputusan Menabung

Dari kajian teori diatas, adapun indikator yang digunakan sebagai berikut:²¹

- a. Pengenalan kebutuhan
- b. Pencarian informasi
- c. Keputusan menabung
- d. Perilaku pasca menabung

2.2. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.3
Penelitian Terdahulu

Peneliti	Judul	Variabel	Hasil
Akhrad Darmawan, dkk (2019)	Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah di Bank Jateng Syariah	<ul style="list-style-type: none"> • Lokasi • Pelayanan • Pengetahuan • Promosi • Produk • Harga 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Hasil pengujian variabel Lokasi (X1) negative tidak signifikan terhadap minat menabung. ➤ Hasil pengujian variabel Pelayanan (X2) berpengaruh positif terhadap minat menabung. ➤ Hasil pengujian variabel Pengetahuan (X3)

¹⁹ Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: PT. Fajar Interpratama Mandiri, 2017), hlm.71-72.

²⁰ Novita, dkk "Penerapan bagi Hasil dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Menabung Pada nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Madiun" *Jurnal Pendidikan Ekonomi UM Metro*, Vol.5 No. 2 tahun 2017, hlm.61

²¹ Eka Nopita Sari, Skripsi "Pengaruh Lokasi, Produk, Reputasi, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Mahasiswa Iain Surakarta Menggunakan Bank Syariah", (Surakarta 2017)

Peneliti	Judul	Variabel	Hasil
			<p>berpengaruh signifikan terhadap minat menabung.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Hasil pengujian variabel Promosi (X4) berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat menabung. ➤ Hasil pengujian variabel Produk (X5) berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat menabung. ➤ Hasil pengujian variabel Harga (X6) berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat menabung.
<p>Perbedaan : Obyek penelitian ini di Bank Syariah Mandiri Kudus. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan menabung.</p>			
Fajar Mujaddid, dkk	Pengaruh Pengetahuan, Reputasi, Lingkungan dan Religiusitas terhadap Minat Pelajar Sekolah Menengah Kejuruan Prodik Perbankan Syariah dalam Menabung di Bank Syariah	<ul style="list-style-type: none"> • Pengetahuan • Reputasi • Lingkungan • Religiusitas 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Hasil pengujian variabel Pengetahuan (X1) tidak berpengaruh terhadap minat menabung. ➤ Hasil pengujian variabel Reputasi (X2) berpengaruh signifikan terhadap minat menabung. ➤ Hasil pengujian variabel Lingkungan (X3) tidak berpengaruh terhadap minat menabung. ➤ Hasil pengujian variabel Religiusitas (X4) berpengaruh signifikan terhadap minat menabung.
<p>Perbedaan : Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan menabung</p>			
Erik Rif'an Hendra Putra, dkk (2018)	Pengaruh Lokasi, Bagi Hasil dan Promosi terhadap Proses Keputusan Nasabah Menabung di PT Panin Dubai Syariah Bank	<ul style="list-style-type: none"> • Lokasi • Bagi Hasil • Promosi 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Hasil pegujian variabel Lokasi (X1) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah menabung ➤ Hasil pengujian variabel Bagi Hasil (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap

Peneliti	Judul	Variabel	Hasil
			<p>proses keputusan nasabah menabung.</p> <p>➤ Hasil pengujian variabel promosi (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap proses keputusan nasabah menabung.</p>
<p>Perbedaan : Obyek penelitian ini di Bank Syariah Mandiri Kudus.</p>			
Novita Erlina Sari, dkk (2017)	<p>Penerapan Prinsip Bagi Hasil dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Menabung pada Nasabah Bank Muamalat Kantor cabang Madiun.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Bagi Hasil • Keputusan menabung 	<p>➤ Hasil menunjukkan berpengaruh penerapan bagi hasil yang kompetitif, jelas dan adil untuk menjamin ketentraman nasabah, mengingat bagi hasil dominan mempengaruhi keputusan menabung pada Bank Muamalat Cabang Madiun</p>
<p>Perbedaan : Obyek penelitian ini di Bank Syariah Mandiri Kudus. Variabel independen dalam penelitian ini adalah pengetahuan produk dan motivasi spiritual.</p>			
Sumarlina, dkk. (2014)	<p>Pengaruh Tingkat Bagi Hasil dan Komunikasi Pemasaran Terpadu (<i>Integrated Marketing Communication</i>) terhadap Keputusan Nasabah Menabung pada Bank Muamalat Cabang Semarang</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat bagi hasil dan • Komunikasi pemasaran 	<p>➤ Hasil menunjukkan bahwa tingkat bagi hasil secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan untuk menabung. Sehingga apabila tingkat bagi hasil yang diberikan oleh Bank Muamalat Indonesia Cabang Semarang semakin adil maka akan tinggi pula keputusan nasabah untuk menabung.</p> <p>➤ Hasil komunikasi pemasaran secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menabung, dimana apabila komunikasi pemasaran semakin baik maka akan meningkatkan</p>

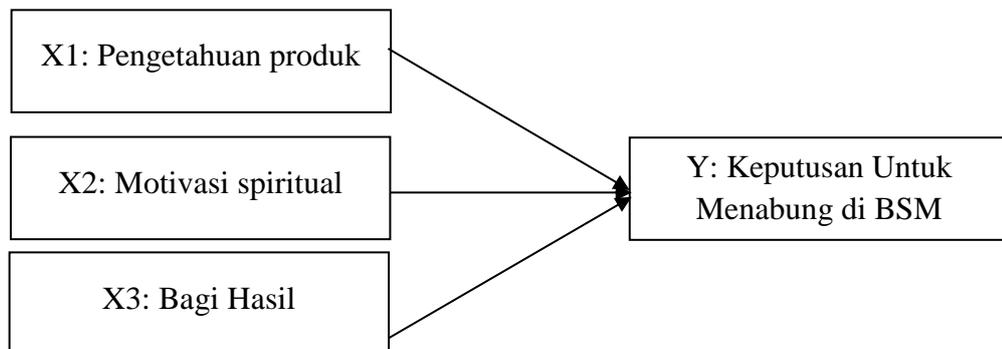
Peneliti	Judul	Variabel	Hasil
			keputusan nasabah untuk menabung.
	Perbedaan : Obyek penelitian ini di Bank Syariah Mandiri Kudus. Variabel independen dalam penelitian ini adalah pengetahuan produk dan motivasi spiritual.		
Suprihati, dkk. (2021)	Pengaruh Religiusitas, Budaya, Pengetahuan terhadap Minat Masyarakat Menabung di Koperasi Syariah	<ul style="list-style-type: none"> • Religiusitas • Budaya • Pengetahuan • Minat Masyarakat Menabung 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat untuk menabung di koperasi Syariah ➤ Budaya berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat untuk menabung di koperasi Syariah ➤ Pengetahuan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat untuk menabung di koperasi Syariah ➤ Secara simultan terdapat pengaruh antara religiusitas, budaya dan pengetahuan terhadap minat masyarakat untuk menabung di koperasi syariah.
	Perbedaan : Obyek penelitian ini di Bank Syariah Mandiri Kudus. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan menabung.		
Fadhilatul Hasanah (2019)	Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Preferensi Menabung Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang Pada Bank Syariah	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat Religiusitas • Pengetahuan • Kualitas Produk • Kualitas Pelayanan • Preferensi Menabung Mahasiswa 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Tingkat religiusitas berpengaruh terhadap preferensi menabung mahasiswa UMP pada bank Syariah. ➤ Tidak ada pengaruh pengetahuan terhadap preferensi menabung mahasiswa UMP pada Bank Syariah ➤ Tidak ada pengaruh kualitas produk terhadap preferensi menabung mahasiswa UMP pada Bank Syariah. ➤ Tidak ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap preferensi

Peneliti	Judul	Variabel	Hasil
			menabung mahasiswa UMP pada Bank Syariah ➤ Secara simultan menunjukkan tingkat religiusitas, pengetahuan, kualitas produk dan kualitas pelayan berpengaruh terhadap preferensi menabung mahasiswa UMP pada Bank Syariah.
	Perbedaan : Obyek penelitian ini di Bank Syariah Mandiri Kudus.		

2.3. Kerangka Berfikir

Berdasarkan teori-teori yang sudah dijelaskan sebelumnya, peneliti membuat kerangka berfikir mengenai Pengaruh Pengetahuan Produk, Motivasi spiritual dan Bagi Hasil terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung di Bank Syariah Mandiri Kudus.

Gambar 2.1
Kerangkak Berfikir



Hipotesis menurut tata bahasa berarti suatu pertanyaan yang kedudukannya belum sekuat proporsi atau adil. Menurut pola umum metode ilmiah, setiap penelitian terhadap suatu objek hendaknya dibawah tuntutan suatu hepotesis yang berfungsi sebagai pegangan sementara atau jawaban sementara yang masih harus dibuktikan kebenarannya didalam kenyataannya (*Emprical Verfication*), percobaan (*Experimentation*), praktek (*Implimentation*).²² Berdasarkan rumusan masalah dan

²² Husein Umar, *Research Methods in Finance and Banking*, (Jakarta: PT.SUN, 2000) hlm.42

landasan teori yang sudah dijelaskan sebelumnya maka hipotesis yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

2.3.1. Pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung di BSM Kudus

Pengetahuan produk terhadap keputusan menabung sangatlah penting untuk nasabah. Karena pada dasarnya seorang nasabah memilih atau memustukan dalam suatu penggunaan produk pada umumnya harus mengetahui produk apa saja yang terdapat di bank tersebut. Penelitian oleh Fajar Mujaddid dan Pandu Tezar Adi Nugroho pada tahun 2019 yang menunjukkan bahwa pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah. Dalam hal ini jika masyarakat Kota Kudus mengetahui pengetahuan produk bank syariah secara menyeluruh pasti cenderung untuk menabung di bank syariah.

H1: Pengetahuan produk berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah untuk menabung di Bank Syariah Mandiri Kudus.

2.3.2. Pengaruh Motivasi Spiritual terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung di BSM Kudus

Lembaga keuangan syariah khususnya koperasi syariah muncul karena ada dorongan dari religiusitas masyarakat baik secara tekstual maupun historis. Maka religiusitas bisa dikatakan memiliki peran yang besar untuk mempengaruhi masyarakat menabung di koperasi syariah. Religiusitas memiliki artian sebagai bentuk pengabdian seseorang terhadap agama yang dianutnya. Terdapat lima dimensi dalam religiusitas yaitu dimensi ideologis, ritualistik, eksperensial, intelektual, dan konsekuensi. Kelima dimensi tersebut untuk mengukut tingkat religiusitas seseorang yang mana setiap orang memiliki tingkat religiusitas yang berbeda beda. Hal tersebut lah yang menjadi faktor sedikitnya jumlah nasabah yang menabung di Koperasi Syariah dibandingkan dengan Koperasi konvensional yang mana seharusnya dengan masyarakat mayoritas beragama Islam membuat

jumlah nasabah di Koperasi Syariah lebih tinggi daripada jumlah nasabah di Koperasi konvensional.²³

H2: Motivasi spiritual berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah untuk menabung di Bank Syariah Mandiri Kudus.

2.3.3. Pengaruh Bagi Hasil terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung di BSM Kudus

Sistem bagi hasil merupakan sistem dimana dilakukannya perjanjian atau ikatan bersama didalam melakukan kegiatan usaha. Sistem bagi hasil merupakan suatu bentuk pembagian keuntungan yang akan diperoleh nasabah sebagai pemilik modal yang disimpan nasabah dan disepakati di awal perjanjian sesuai dengan porsi yang ditentukan. Apabila tingkat bagi hasil bank Syariah Mandiri semakin adil maka akan tinggi pula keputusan untuk menabung di Bank Syariah Mandiri.

H3: Bagi Hasil berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah untuk menabung di Bank Syariah Mandiri Kudus.

²³ Suprihati, dkk, *Pengaruh Religiusitas, Budaya, Pengetahuan terhadap Minat Masyarakat Menabung di Koperasi Syariah*, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia, 2021.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis dan Sumber Data

3.1.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian fenomena serta hubungan-hubungannya. Penelitian kuantitatif adalah definisi, pengukuran data kuantitatif dan statistic objektif melalui perhitungan ilmiah berasal dari sampel-sampel orang-orang atau penduduk yang diminta menjawab atas sejumlah pertanyaan tentang survey untuk menentukan frekuensi dan tanggapan mereka.¹

3.1.2. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung yaitu data tersebut diperoleh dari para nasabah yang menabung dengan cara menyebarkan kuisisioner atau angket. Data primer merupakan sumber data yang diperoleh secara langsung dilokasi penelitian tanpa melalui perantara. Data primer dari penelitian ini diperoleh dari hasil penyebaran kuisisioner kepada nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri Kudus. Kuisisioner adalah suatu rangkaian pertanyaan yang berhubungan dengan topik tertentu kepada sekelompok individu dengan maksud memperoleh data.²

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber sekunder atau data-data lain yang berhubungan dengan tujuan penelitian. Data primer adalah data yang diperoleh secara tidak langsung yang biasanya berupa data dokumentasi, buku-buku, jurnal dan arsip-arsip resmi.³

¹ <http://id.m.wikipedia.org/wiki/PenelitianKuantitatif> (diakses pada tanggal 15 Maret 2020)

² A. Muri, Yusuf, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*, (Jakarta: Kencana, 2014), hlm.199

³ Saifuddin, Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), hlm.37

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan kelompok manusia, kejadian (peristiwa) atau benda (sesuatu) yang diminati dimana peneliti akan meneliti. Jadi populasi adalah sekelompok sesuatu yang menjadi minat peneliti dimana kelompok itulah yang bisa dilakukan penganggapan umum (generalisasi) atas hasil yang diperoleh dari peneliti yang dilakukan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah yang menabung di Bank Syariah Mandiri Kota Kudus terdapat 21.062 nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri Kota Kudus.

3.2.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karekteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif. Teknik penentuan jumlah sampel menggunakan teknik Slovin:⁴

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan 12%.

Bila angka-angka itu dimasukkan dalam rumus maka akan dapat mewakili sampel yang ada. Besarnya sampel nasabah tabungan dan deposito di Bank Syariah Mandiri Kota Kudus adalah:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

⁴ Augusty Ferdinand, *Structural Equation Modelling Dalam Penelitian Manajemen*. (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016): 123.

$$\begin{aligned}
&= \frac{21.062}{1 + 21.062(0,11)^2} \\
&= \frac{21.062}{1 + 254,85} = \frac{21.062}{255,85} = 79,95 \approx 80
\end{aligned}$$

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik *convenience sampling* yaitu pengambilan sampel didasarkan pada ketersediaan elemen dan kemudahan untuk mendapatkannya.⁵ Sampel dalam penelitian ini berjumlah 80 nasabah tabungan dan deposito di Bank Syariah Mandiri Kota Kudus.

3.3. Metode Pengumpulan Data

Data adalah suatu komponen riset, artinya tanpa data tidak akan ada riset. Data yang dipakai dalam riset haruslah data yang benar karena data yang salah akan menghasilkan informasi yang salah.

3.3.1. Angket (Kuisisioner)

Teknik yang menggunakan angket (kuisisioner) adalah suatu cara pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden, dengan harapan mereka akan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut.

3.3.2. Wawancara

Wawancara adalah salah satu teknik pengumpulan data. Pelaksananya dapat dilakukan secara langsung berhadapan dengan yang diwawancarai, dapat juga secara tidak langsung seperti memberikan daftar pertanyaan untuk dijawab pada kesempatan lain.⁶

3.3.3. Dokumentasi

Studi Dokumen merupakan metode pengumpulan data kualitatif sejumlah besar fakta dan data tersimpan dalam bahan yang berbentuk dokumentasi. Dokumen-dokumen yang dikumpulkan akan membantu peneliti dalam memahami fenomena yang terjadi di lokasi penelitian dan membantu dalam membuat

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R%D*, (Bandung: Alfabeta, 2008), hlm.81

⁶ Husein Umar, *Research Methods*hlm. 114-116

interpretasi data.⁷ Teknik dokumentasi ini peneliti lakukan untuk mendapat data berupa gambaran umum perusahaan.

3.4. Skala Pengukuran

Penelitian yang dilakukan nantinya akan menggunakan alat bantu berupa kuisioner, yang mana jawaban-jawaban responden tersebut akan diukur dengan menggunakan skala *likert*. Skala *likert* adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.⁸ Fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Variabel yang diukur kemudian dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang berupa pertanyaan-pertanyaan. Jawaban setiap instrument yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negative untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor.⁹ Skala *likert* 1-5 dengan keterangan sebagai berikut:

1. Skor 5 untuk jawaban Sangat Setuju (SS)
2. Skor 4 untuk jawaban Setuju (S)
3. Skor 3 untuk jawaban Netral (N)
4. Skor 2 untuk jawaban Tidak Setuju (TS)
5. Skor 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS)

3.5. Variabel Penelitian dan Pengukuran

3.5.1. Identifikasi Variabel

Dalam penelitian ini variabel yang diteliti dibagi menjadi dua kelompok yaitu variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat (*dependen*). Dimana variabel Bebas (*Independent*) Pengetahuan Produk (X1), Motivasi Spiritual (X2) dan Bagi Hasil (X3) dan variabel terikat (*Dependent*) Keputusan Menabung (Y).

⁷ Afifuddin dan Beni Ahmad Saebani, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Pustaka Setia, 2014), 141.

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: CV, Alfabra, 2013, hlm.132

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Hlm. 133

3.5.2. Definisi Operasional Variabel

Variabel diartikan sebagai sesuatu yang akan dijadikan obyek pengamatan penelitian atau faktor-faktor yang berperan dalam peristiwa atau gejala yang akan diteliti. Perumusan definisi operasional variabel sebagai berikut:

Tabel 3.1
Definisi Operasional

No.	Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
1.	Pengetahuan Produk (X_1)	Pengetahuan produk adalah kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk.	<ul style="list-style-type: none"> a. Mengetahui produk melalui media cetak b. Mengetahui produk melalui media elektronik c. Mengetahui produk dari pengalaman teman d. Mengetahui produk dari pengalaman keluarga e. Mengetahui produk dari pengalaman karyawan f. Mengetahui produk dari publikasi dan sosialisasi g. Mengetahui produk dari publikasi yang dilakukan oleh BI h. Mengetahui produk dari penelitian 	Diukur melalui kuesioner dengan menggunakan skala interval
2.	Motivasi Spiritual (X_2)	Motivasi merupakan kondisi internal dari seorang individu yang dapat melahirkan kekuatan, kegairahan dan dinamika serta pada akhirnya mampu mengarahkan dan membentuk pola tingkah laku individu yang bersangkutan. ¹⁰	<ul style="list-style-type: none"> a. Sebagai orang muslim yang bertakwa diperintahkan untuk menjalankan perintah Allah dan menjauhi larangannya b. Berusaha menjauhi hal-hal bisnis dan usaha yang dilarang dalam Islam c. Sebagai seorang muslim dilarang melakukan aktivitas bisnis yang mengandung riba 	Diukur melalui kuesioner dengan menggunakan skala interval

¹⁰ Yoiz Shofwa, *Pengaruh Motivasi Spiritual dan.....*, hlm. 6.

3.	Bagi Hasil (X ₃)	Bagi hasil adalah suatu sistem pengeolahan dana dalam perekonomian Islam yakni pembagian bagi hasil usaha antara pemilik moda (<i>shohibul mal</i>) dan pegelola (<i>mudharib</i>).	<ul style="list-style-type: none"> a. Keuntungan yang didapatkan tergantung pada kinerja bisnis b. Nisbah keuntungan tidak ditentukan berdasarkan besar setoran tapi berdasarkan kesepakatan c. Akad yang diberikan dalam penggunaan jasa d. Nisbah bagi hasil tabungan yang ditetapkan saat ini e. Pihak lembaga menjelaskan bagi hasil sebelum melakukan perjanjian akad yang digunakan f. Berharap imbalan/<i>return</i> sesuai akad perjanjian untuk memperbesar jumlah tabungan 	Diukur melalui kuesioner dengan menggunakan skala interval
4.	Keputusan Menabung (Y)	Keputusan adalah pilihan dari uda lebih yang akan diputuskan kemungkinan melalui sebuah perimbangan yang dilakukan oleh konsumen.	<ul style="list-style-type: none"> a. Menjadi nasabah sudah sesuai dengan kebutuhan dan keinginan b. Menjadi nasabah karena pertimbangan adanya bagi hasil yang halal c. Mencari informasi mengenai lembaga keuangan d. Membandingkan dengan lembaga keuangan lain e. Lembaga keuangan melakukan iklan promosi yang menarik f. Adanya dorongan dari pihak lain (keluarga/teman/karyawan) g. Merasa puas menabung di lembaga keuangan 	Diukur melalui kuesioner dengan menggunakan skala interval

3.6. Teknik Analisis Data

3.6.1. Analisis Statistik Deskripsi

Statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atas menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana

adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Analisis deskriptif merupakan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel independen dan variabel dependent. Dalam analisis ini, dilakukan pembahasan mengenai bagaimana pengetahuan produk, motivasi spiritual dan bagi hasil dapat menjadi alasan dalam pemilihan keputusan menabung masyarakat Kota Kudus untuk bertransaksi menggunakan produk BSM.

3.6.2. Uji Validitas

Validitas adalah keadaan yang menggambarkan tingkat instrument yang bersangkutan maupun mengukur apa yang akan diukur. Suatu pengukuran valid jika itu mengukur atau menggambarkan apa yang dinyatakan untuk mengukur atau menggambarkannya. Tinggi rendahnya validitas instrument menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang digambarkan tersebut.¹¹

Menurut Wijaya yang dikutip oleh Zakaria Harahap validitas merupakan proses pengukuran untuk menguji kecermatan butir-butir dalam daftar pertanyaan untuk melaksanakan fungsi ukurnya. Dalam penelitian ini untuk menguji kevalidan digunakan uji validitas.

Suatu alat pengukur dikatakan valid atau sah atau sahih apabila alat ukur tersebut telah digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.¹² Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan diuji validitasnya. Hasil r hitung kita bandingkan dengan r table dimana $df = n - 2$ dengan sig 5%. Jika $r \text{ table} < r \text{ hitung}$ maka valid. Teknik korelasi yang digunakan adalah :¹³

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

Keterangan:

r : Koefisien korelasi antar item (X) dan skor total (Y)

X : skor tiap item

Y : Skor total

¹¹ Ricki, dkk., *Tatistika Penelitian Plus Tutorial SPSS*, (Yogyakarta: Innosian, 2017), hlm.91

¹² Jusuf Soewadji, *Pengantar Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2010), hlm.173

¹³ Wiratna dan Polly, *Statistika untuk Penelitian*, (Yogyakarta, Graha Ilmu, 2012), hlm.177

N : Jumlah responden

3.6.3. Uji Reabilitas

Reabilitas (keandalan) merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam satu bentuk kuisioner.

Untuk mengetahui reliabel atau tidaknya suatu variabel, dilakukan uji statistik dengan melihat *Cronbach Alpha*. Kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai *Cronbach Alpha* $>0,60$ maka pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah reliabel.
2. Jika nilai *Cronbach Alpha* $<0,60$ maka pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah tidak reliabel.¹⁴

3.6.4. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel bebas dan variabel terikat keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Untuk mengetahui apakah distribusi data normal atau tidak dengan menggunakan analisis grafik. Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas adalah melibatkan histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati dengan distribusi normal. Namun demikian dengan hanya melihat histogram hal ini bisa menyesatkan khususnya bagi sample yang kecil. Metode yang lebih handal adalah dengan melihat *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dengan distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk suatu garis lurus diagonal dengan plotting data akan

¹⁴ Husein Umar, “*desain Penelitian MSDM dan perilaku Karyawan*” Paradigma Positivik dan Berbasis

dibandingkan dengan garis normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.¹⁵

2. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas diperoleh untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen lain dalam satu model, kemiripan antara variabel independen dalam suatu model akan menyebabkan terjadinya korelasi yang sangat kuat antara suatu variabel independen dengan variabel independen yang lain. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dapat melihat nilai *tolerance* dan *varian inflation factor* (VIF) sebagai tolak ukur. Jika nilai VIF tidak lebih dari 10 dan nilai *tolerance* tidak kurang dari 0,1, maka model regresi tersebut dapat dikatakan terbebas dari Multikolinieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas, kebanyakan data *Cross Section* mengandung situasi Heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang, besar) adapun cara untuk mendeteksi ada tidaknya Heteroskedastisitas dengan melihat grafik plot dengan dasar analisis:

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik yang ada dan membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi Heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, setiap titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 (Nol) pada sumbu Y, maka tidak terjadi Heteroskedastisitas.¹⁶

¹⁵ Ricki,dkk., *Statistika Penelitian Plus Tutorial SPSS*..... Hlm. 113

¹⁶ Ghozali, Imam, *Apikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011, hlm. 143

3.6.5. Analisis Regresi Linier

Analisis regresi adalah suatu analisis yang digunakan untuk mengukur pengaruh variabel bebas terhadap variabel terkait. Tujuan analisis regresi adalah untuk memprediksi seberapa besar hubungan yang ada diantara variabel-variabel tersebut, sehingga output dari analisis regresi adalah persamaan.¹⁷ Pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linear dari satu variabel dan juga digunakan untuk alat ukur mengenai hubungan yang terjadi antara variabel terkait (Y) dengan dua atau lebih variabel bebas.¹⁸ Uji ini digunakan untuk menjawab permasalahan apakah variabel Pengetahuan produk, motivasi spiritual dan bagi hasil secara parsial maupun stimulant berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menabung di Bank Syariah Mandiri Kota Kudus. Rumus yang dipakai untuk prediktor adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan:

- Y : Keputusan nasabah untuk menabung di Bank Syariah Mandiri
- a : Nilai intersep (konstanta)
- X1 : Pengetahuan produk
- X2 : Motivasi spiritual
- X3 : Bagi hasil
- B : koefisien regresi

Yaitu besarnya perubahan yang terjadi pada Y jika satu unit perubahan pada variabel bebas (variabel X)

1. Uji Koefisien Determinasi

Analisis digunakan untuk mengetahui besarnya proporsi atau sumbangan variabel-variabel bebas (*independent*) yaitu pengetahuan produk, motivasi spiritual dan bagi hasil secara bersama-sama terhadap variabel terikat (*dependent*) yaitu keputusan nasabah untuk menabung di Bank Mandiri Syariah Kota Kudus.

¹⁷ Sutrisni, Badri, *Metode Statistik untuk Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2012) Hlm.120

¹⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*..... hlm.275

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar prosentase sumbangan pengaruh variabel independent secara bersama-sama terhadap variabel dependent.¹⁹ Nilai R Square dikatakan baik jika diatas 0,5 karena R Square berkisar antara 0 sampai 1.

Table 3.2
Skala Interval

No.	Interval	R^2
1.	0-0,2	Sangat Tidak Kuat
2.	0,3-0,49	Tidak Kuat
3.	0,5-0,79	Kuat
4.	0,8-1	Sangat Kuat

2. Uji F (Anova)

Uji F atau koefisien regresi secara serentak digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent secara stimulant atau bersama-sama, apakah pengaruhnya signifikan atau tidak. Maka dapat dilihat dari hasil perhitungan dengan menggunakan uji F, dimana F hitung yang diperoleh kemudian dikonsultasikan dengan F table. Jika F hitung lebih besar dari F table maka dapat disimpulkan variabel independent berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependent. Sebaliknya, bila F hitung lebih kecil dari F table maka dapat disimpulkan variabel independent tidak berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependent.

3. Uji T

Menurut Soedibjo yang dikutip oleh Zakaria Harahap Uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dengan yang diuji kriteria pengujian yang dilakukan yaitu:

- a) Jika nilai sig < 0,05 atau jika t hitung > t table maka terhadap pengaruh variabel X secara parsial terhadap variabel Y.
- b) Jika nilai sig > 0,05 atau t hitung < t table maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara parsial terhadap variabel Y.²⁰

¹⁹ Duwi Priyanto, *SPSS Analisis Korelasi, Regresi dan Multivar*, hlm. 56

²⁰ Zakaria.H dan Juwira.A, *Pengaruh Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Sumsel Babel Cabang Prabumulih Unit layanan Syariah*, I-Finance, Vol 04, No.01 Juni 2018 (diakses pada tanggal 04 April 2020)

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

4.1.1 Letak Bank Syariah Mandiri Kudus

Secara geografis Bank Syariah Mandiri KC Kudus terletak di lingkungan perkotaan, tepatnya di Ruko Ahmad Yani No. 9 Jl. Ahmad Yani Kabupaten Kudus Provinsi Jawa Tengah. Letak yang sangat strategis dan mudah di jangkau. Untuk melayani nasabah dan konsumennya Bank Syariah Mandiri Kc Kudus juga (0291) 439272 dan website resmi PT. Bank Syariah Mandiri adalah www.syariahmandiri.co.id.

4.1.2 Sejarah Bank Syariah Mandiri Kudus

Untuk menyelamatkan perekonomian secara global pada tahun 1997/1998, pemerintah mengambil inisiatif untuk melakukan penggabungan (merger) 4 (empat) bank pemerintah, yaitu Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim dan Bapindo, menjadi 1 (satu) bank yang kokoh dengan nama PT Bank Mandiri (Persero) Tbk pada tanggal 31 Juli 1999. Kebijakan penggabungan tersebut juga menetapkan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk sebagai pemilik mayoritas PT Bank Susila Bakti (BSB). Sebagai tindak lanjut dari pemikiran pengembangan sistem ekonomi syariah, pemerintah memberlakukan UU No.10 tahun 1998 yang memberi peluang bagi bank umum untuk melayani transaksi syariah (dual banking system). Sebagai respon, PT Bank Mandiri (Persero) Tbk melakukan konsolidasi serta membentuk Tim Pengembangan Perbankan Syariah, yang bertujuan untuk mengembangkan layanan perbankan syariah di kelompok perusahaan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk.

Tim Pengembangan Perbankan Syariah memandang bahwa pemberlakuan UU tersebut merupakan momentum yang tepat untuk melakukan konversi PT Bank Susila Bakti dari Bank Konvensional menjadi

Bank Syariah. Oleh karenanya, Tim Pengembangan Perbankan Syariah segera mempersiapkan sistem dan infrastrukturnya, sehingga kegiatan usaha Bank Susila Bakti bertransformasi dari bank konvensional menjadi bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan nama PT Bank Syariah Mandiri sebagaimana tercantum dalam Akta Notaris: Sutjipto, SH, No. 23 tanggal 8 September 1999. Perubahan kegiatan usaha Bank Susila Bakti menjadi bank umum syariah dikukuhkan oleh Gubernur Bank Indonesia melalui SK Gubernur BI No. 1/24/KEP.BI/1999, 25 Oktober 1999. Selanjutnya, melalui Surat Keputusan Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/1999, BI menyetujui perubahan nama menjadi PT Bank Syariah Mandiri (BSM). Menyusul pengukuhan dan pengakuan legal tersebut, PT Bank Syariah Mandiri secara resmi mulai beroperasi sejak Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999. PT Bank Syariah Mandiri hadir, tumbuh dan berkembang sebagai bank yang mampu memadukan idealisme usaha dengan menggunakan prinsip-prinsip syariah dalam kegiatan operasionalnya.

Bank Syariah Mandiri KC Kudus merupakan bank yang berada di bawah naungan PT. Bank Syariah Mandiri. Bank Syariah Mandiri Kudus ini berdiri pada tanggal 5 September 2005. Hal yang melatarbelakangi berdirinya Bank Syariah Mandiri KC Kudus ini adalah banyaknya sektor industri besar maupun kecil yang berada di wilayah Kudus. Selain itu berdirinya Bank Syariah Mandiri KC Kudus juga tidak terlepas dari keadaan masyarakat di Kota Kudus yang mayoritas besar beragama Islam dan sangat kental dengan nilai – nilai keislamannya. Sehingga dengan adanya Bank Syariah Mandiri KC Kudus sangat membantu masyarakat sekitar untuk tidak khawatir dalam menggunakan jasa perbankan. Ekonomi syariah saat ini merupakan alternatif ditengah ketidakpastian ekonomi global, Bank Syariah Mandiri KC Kudus hadir sebagai pejuang syariah yang menjawab ketidakpastian tersebut dan meyakinkan kepada masyarakat bahwa ekonomi syariah memang benar – benar syariah, bukan hanya sistem yang berganti baju, dalam artian “Bukan Rekayasa Manusia”.

4.1.3 Visi dan Misi Bank Syariah Mandiri Kudus

1. Visi

“Bank Syariah Terdepan dan Modern”

Bank Syariah Terdepan: Menjadi bank syariah yang selalu unggul di antara pelaku industri perbankan syariah di Indonesia pada segmen *consumer, micro, SME, commercial* dan *corporate*.

Bank Syariah Modern: Menjadi bank syariah dengan sistem layanan dan teknologi mutakhir yang melampaui harapan nasabah.

2. Misi

- a. Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan di atas rata-rata industry yang berkesinambungan.
- b. Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah.
- c. Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel.
- d. Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah universal.
- e. Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat.
- f. Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.

4.1.4 Produk Bank Syariah Mandiri Kudus

Berikut ini merupakan produk tabungan yang ditawarkan Bank BSM Syariah, di antaranya:

1. Tabungan Mudharabah
2. Tabungan Sempel iB
3. Tabungan Berencana
4. Tabungan Wadiah
5. Tabungan Investa Cendekia
6. Tabungan Dolar
7. Tabungan Pensiun
8. TabunganKu
9. Tabungan Maburr

- 10. Tabungan Mabrur Junior
- 11. Tabungan Saham Syariah

4.2 Deskripsi Responden

4.2.1 Karakteristik Jenis Kelamin Responden

Karakteristik responden penelitian berdasarkan jenis kelamin menurut hasil penelitian pada tabel 4.1 berikut.

Tabel 4.1

Karakteristik Jenis Kelamin Responden

Keterangan	Responden	Persentase
Laki-laki	37	46,3%
Perempuan	43	53,7%
Jumlah	80	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.1 diketahui dari total sampel responden yang diambil untuk melakukan penelitian, sebanyak 46,3% orang laki-laki dan 53,7% orang perempuan. Dengan demikian diketahui bahwa sebagian besar nasabah yang menabung di Bank Syariah Mandiri Kudus adalah perempuan.

4.2.2 Karakteristik Usia Responden

Karakteristik responden penelitian berdasarkan usia menurut hasil penelitian pada tabel 4.2 berikut.

Tabel 4.2

Karakteristik Usia Responden

Keterangan	Responden	Persentase
< 20 tahun	14	17,5%
21-30 tahun	20	25%
31-40 tahun	18	22,5%
41-50 tahun	21	26,3%
> 50 tahun	7	8,7%
Jumlah	80	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.2 diketahui dari total sampel responden yang diambil untuk melakukan penelitian, sebanyak 17,5% berusia < 20 tahun, 25% berusia 21-30 tahun, 22,5% berusia 31-40 tahun, 26,3% berusia 41-50 tahun dan 8,7% berusia > 50 tahun. Dengan demikian diketahui bahwa sebagian besar nasabah yang menabung di Bank Syariah Mandiri Kudus adalah berusia 41-50 tahun.

4.2.3 Karakteristik Pendidikan Terakhir Responden

Karakteristik responden penelitian berdasarkan pendidikan terakhir menurut hasil penelitian pada tabel 4.3 berikut.

Tabel 4.3

Karakteristik Pendidikan Terakhir Responden

Keterangan	Responden	Persentase
SD	11	13,7%
SMP	16	20%
SMA	21	26,3%
Sarjana (S1, S2, S3)	27	33,7%
Lainnya	5	6,3%
Jumlah	80	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.3 diketahui dari total sampel responden yang diambil untuk melakukan penelitian, sebanyak 13,7% berpendidikan SD, 20% berpendidikan SMP, 26,3% berpendidikan SMA, 33,7% berpendidikan Sarjana (S1, S2, S3) dan 6,3% lainnya. Dengan demikian diketahui bahwa sebagian besar nasabah yang menabung di Bank Syariah Mandiri Kudus adalah berpendidikan terakhir Sarjana (S1, S2, S3).

4.2.4 Karakteristik Pekerjaan Responden

Karakteristik responden penelitian berdasarkan pekerjaan menurut hasil penelitian pada tabel 4.4 berikut.

Tabel 4.4
Karakteristik Pekerjaan Responden

Keterangan	Responden	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	5	6,3%
Pegawai Swasta	17	21,3%
PNS	11	13,7%
Wiraswasta	19	23,7%
Ibu Rumah Tangga	8	10%
Lainnya	20	25%
Jumlah	80	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.4 diketahui dari total sampel responden yang diambil untuk melakukan penelitian, sebanyak 6,3% pelajar/mahasiswa, 21,3% pegawai swasta, 13,7% PNS, 23,7% wiraswasta, 10% ibu rumah tangga dan 25% lainnya. Dengan demikian diketahui bahwa sebagian besar nasabah yang menabung di Bank Syariah Mandiri Kudus adalah pekerjaan sebagai wiraswasta.

4.2.5 Karakteristik Penghasilan Responden

Karakteristik responden penelitian berdasarkan pekerjaan menurut hasil penelitian pada tabel 4.5 berikut.

Tabel 4.5
Karakteristik Penghasilan Responden

Keterangan	Responden	Persentase
< Rp. 1.000.000	5	6,3%
Rp 1.100.000 – Rp 2.000.000	14	17,5%
Rp 2.100.000 – Rp 3.000.000	37	46,3%
> Rp 3.100.000	24	29,9%
Jumlah	80	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.5 diketahui dari total sampel responden yang diambil untuk melakukan penelitian, sebanyak 6,3% berpenghasilan < Rp. 1.000.000, 17,5% berpenghasilan Rp 1.100.000 – Rp 2.000.000, 46,3% berpenghasilan Rp 2.100.000 – Rp 3.000.000 dan 29,9%

berpenghasilan > Rp 3.100.000. Dengan demikian diketahui bahwa sebagian besar nasabah yang menabung di Bank Syariah Mandiri Kudus adalah berpenghasilan Rp 2.100.000 – Rp 3.000.000.

4.2.6 Karakteristik Lama menjadi Nasabah Responden

Karakteristik responden penelitian berdasarkan lama menjadi nasabah menurut hasil penelitian pada tabel 4.6 berikut.

Tabel 4.6
Karakteristik Lama menjadi Nasabah Responden

Keterangan	Responden	Persentase
< 1 tahun	5	6,3%
2 tahun	21	26,3%
3 tahun	38	47,5%
> 4 tahun	16	19,9%
Jumlah	80	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.6 diketahui dari total sampel responden yang diambil untuk melakukan penelitian, sebanyak 6,3% menjadi nasabah < 1 tahun, 26,3% menjadi nasabah selama 2 tahun, 47,5% menjadi nasabah selama 3 tahun dan 19,9% menjadi nasabah > 4 tahun. Dengan demikian diketahui bahwa sebagian besar nasabah yang menabung di Bank Syariah Mandiri Kudus adalah lama menjadi nasabah selama 3 tahun.

4.3 Analisis Data

4.3.1 Statistik Deskripsi

1. Tanggapan Responden Berdasarkan Pengetahuan Produk (X1)

Tanggapan responden berdasarkan pengetahuan produk dapat ditunjukkan seperti tabel dibawah ini:

Tabel 4.7**Hasil Tanggapan Responden Berdasarkan Pengetahuan Produk (X1)**

Indikator	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
	SS		S		N		TS		STS	
X1Q1	14	17,5	40	50,0	20	25,0	4	5,0	2	2,5
X1Q2	18	22,5	38	47,5	22	27,5	1	1,3	1	1,3
X1Q3	24	30,0	39	48,8	12	15,0	3	3,8	2	2,5
X1Q4	9	11,3	40	50,0	24	30,0	5	6,3	2	2,5
X1Q5	16	20,0	40	50,0	22	27,5	2	2,5	0	0,0
X1Q6	20	25,0	38	47,5	20	25,0	2	2,5	0	0,0
X1Q7	20	25,0	42	52,5	12	15,0	5	6,3	1	1,3
X1Q8	20	25,0	42	52,5	13	16,3	4	5,0	1	1,3

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.7 di atas dapat diketahui bahwa responden mengetahui produk tabungan Bank Syariah Mandiri Kudus melalui media cetak sebanyak 17,5% responden menyatakan sangat setuju, 50,0% responden menyatakan setuju, 25,0% responden menyatakan netral, 5,0% responden menyatakan tidak setuju, 2,5% responden menyatakan sangat tidak setuju. Responden mengetahui produk tabungan Bank Syariah Mandiri Kudus melalui media elektronik, sebanyak 22,5% responden menyatakan sangat setuju, 47,5% responden menyatakan setuju, 27,5% responden menyatakan netral, 1,3% responden menyatakan tidak setuju, 1,3% responden menyatakan sangat tidak setuju. Responden mengetahui produk tabungan Bank Syariah Mandiri Kudus dari pengalaman teman, sebanyak 30,0% responden menyatakan sangat setuju, 48,8% responden menyatakan setuju, 15,0% responden menyatakan netral, 3,8% responden menyatakan tidak setuju, 2,5% responden menyatakan sangat tidak setuju. Responden mengetahui produk tabungan Bank Syariah Mandiri Kudus dari pengalaman keluarga, sebanyak 11,3% responden menyatakan sangat setuju, 50,0% responden menyatakan setuju, 30,0% responden menyatakan netral, 6,3% responden menyatakan tidak setuju, 2,5% responden menyatakan sangat tidak setuju. Responden mengetahui produk

tabungan Bank Syariah Mandiri Kudus dari pengalaman karyawan, sebanyak 20,0% responden menyatakan sangat setuju, 50,0% responden menyatakan setuju, 27,5% responden menyatakan netral, 2,5% responden menyatakan tidak setuju, 0,0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Responden mengetahui produk tabungan Bank Syariah Mandiri Kudus dari publikasi dan sosialisasi, sebanyak 25,0% responden menyatakan sangat setuju, 47,5% responden menyatakan setuju, 25,0% responden menyatakan netral, 2,5% responden menyatakan tidak setuju, 0,0% responden menyatakan sangat tidak setuju. Responden mengetahui produk tabungan Bank Syariah Mandiri Kudus dari publikasi yang dilakukan oleh BI, sebanyak 25,0% responden menyatakan sangat setuju, 52,5% responden menyatakan setuju, 15,0% responden menyatakan netral, 6,3% responden menyatakan tidak setuju, 1,3% responden menyatakan sangat tidak setuju. Responden mengetahui produk tabungan Bank Syariah Mandiri Kudus dari penelitian yang dilakukan oleh mahasiswa UIN Walisongo Semarang, sebanyak 25,0% responden menyatakan sangat setuju, 52,5% responden menyatakan setuju, 16,3% responden menyatakan netral, 5,0% responden menyatakan tidak setuju, 1,3% responden menyatakan sangat tidak setuju.

2. Tanggapan Responden Berdasarkan Motivasi Spiritual (X2)

Tanggapan responden berdasarkan motivasi spiritual dapat ditunjukkan seperti tabel dibawah ini:

Tabel 4.8

Hasil Tanggapan Responden Berdasarkan Motivasi Spiritual (X2)

Indikator	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
	SS		S		N		TS		STS	
X2Q1	20	25,0	42	52,5	13	16,3	4	5,0	1	1,3
X2Q2	23	28,8	37	46,3	14	17,5	6	7,5	0	0,0
X2Q3	20	25,0	38	47,5	20	25,0	2	2,5	0	0,0

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.8 diatas dapat diketahui bahwa sebagai orang muslim yang bertakwa saya diperintahkan untuk menjalankan perintah Allah dan menjauhi laranganNya, sebanyak 25,0% responden menyatakan sangat setuju, 52,5% responden menyatakan setuju, 16,3% responden menyatakan netral, 5,0% responden menyatakan tidak setuju, 1,3% responden menyatakan sangat tidak setuju. Responden hanya berusaha menjauhi hal-hal bisnis dan usaha yang dilarang dalam Islam, sebanyak 28,8% responden menyatakan sangat setuju, 46,3% responden menyatakan setuju, 17,5% responden menyatakan netral, 7,5% responden menyatakan tidak setuju, 0,0% responden menyatakan sangat tidak setuju. Sebagai seorang muslim responden dilarang melakukan aktivitas bisnis yang mengandung riba, sebanyak 25,0% responden menyatakan sangat setuju, 47,5% responden menyatakan setuju, 25,0% responden menyatakan netral, 2,5% responden menyatakan tidak setuju, 0,0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

3. Tanggapan Responden Berdasarkan Bagi Hasil (X3)

Tanggapan responden berdasarkan bagi hasil dapat ditunjukkan seperti tabel dibawah ini:

Tabel 4.9

Hasil Tanggapan Responden Berdasarkan Bagi Hasil (X3)

Indikator	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
	SS		S		N		TS		STS	
X3Q1	14	17,5	40	50,0	20	25,0	4	5,0	2	2,5
X3Q2	18	22,5	38	47,5	22	27,5	1	1,3	1	1,3
X3Q3	24	30,0	39	48,8	12	15,0	3	3,8	2	2,5
X3Q4	9	11,3	41	51,3	24	30,0	5	6,3	1	1,3
X3Q5	16	20,0	40	50,0	23	28,8	1	1,3	0	0,0
X3Q6	24	30,0	39	48,8	13	16,3	2	2,5	2	2,5

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.9 di atas dapat diketahui bahwa responden mengetahui bahwa keuntungan yang didapatkan tergantung pada kinerja

bisnis sebanyak 17,5% responden menyatakan sangat setuju, 50,0% responden menyatakan setuju, 25,0% responden menyatakan netral, 5,0% responden menyatakan tidak setuju, 2,5% responden menyatakan sangat tidak setuju. Responden mengetahui akad yang diberikan oleh Bank Syariah Mandiri Kudus kepada saya dalam menggunakan jasa, sebanyak 22,5% responden menyatakan sangat setuju, 47,5% responden menyatakan setuju, 27,5% responden menyatakan netral, 1,3% responden menyatakan tidak setuju, 1,3% responden menyatakan sangat tidak setuju. Responden mengetahui akad yang diberikan oleh Bank Syariah Mandiri Kudus kepada responden dalam menggunakan jasa, sebanyak 30,0% responden menyatakan sangat setuju, 48,8% responden menyatakan setuju, 15,0% responden menyatakan netral, 3,8% responden menyatakan tidak setuju, 2,5% responden menyatakan sangat tidak setuju. Responden mengetahui nisbah bagi hasil tabungan yang ditetapkan saat ini, sebanyak 11,3% responden menyatakan sangat setuju, 51,3% responden menyatakan setuju, 30,0% responden menyatakan netral, 6,3% responden menyatakan tidak setuju, 1,3% responden menyatakan sangat tidak setuju. Pihak bank menjelaskan bagi hasil sebelum melakukan perjanjian akad yang digunakan, sebanyak 20,0% responden menyatakan sangat setuju, 50,0% responden menyatakan setuju, 28,8% responden menyatakan netral, 1,3% responden menyatakan tidak setuju, 0,0% responden menyatakan sangat tidak setuju. Responden mengharapakan imbalan/*return* sesuai akad perjanjian untuk memperbesar jumlah tabungannya, sebanyak 30,0% responden menyatakan sangat setuju, 48,8% responden menyatakan setuju, 16,3% responden menyatakan netral, 2,5% responden menyatakan tidak setuju, 2,5% responden menyatakan sangat tidak setuju.

4. Tanggapan Responden Berdasarkan Keputusan Menabung (Y)

Tanggapan responden berdasarkan keputusan menabung dapat ditunjukkan seperti tabel dibawah ini:

Tabel 4.10**Hasil Tanggapan Responden Berdasarkan Keputusan Menabung (Y)**

Indikator	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
	SS		S		N		TS		STS	
YQ1	16	20,0	40	50,0	23	28,8	1	1,3	0	0,0
YQ2	24	30,0	39	48,8	13	16,3	2	2,5	2	2,5
YQ3	20	25,0	41	51,3	14	17,5	4	5,0	1	1,3
YQ4	15	18,8	40	50,0	21	26,3	2	2,5	2	2,5
YQ5	15	18,8	40	50,0	21	26,3	2	2,5	2	2,5
YQ6	15	18,8	31	38,8	32	40,0	2	2,5	0	0,0
YQ7	14	17,5	40	50,0	20	25,0	4	5,0	2	2,5

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.10 di atas dapat diketahui bahwa menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri Kudus sudah sesuai dengan kebutuhan dan keinginan responden, sebanyak 20,0% responden menyatakan sangat setuju, 50,0% responden menyatakan setuju, 28,8% responden menyatakan netral, 1,3% responden menyatakan tidak setuju, 0,0% responden menyatakan sangat tidak setuju. Menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri Kudus karena pertimbangan adanya bagi hasil yang halal, sebanyak 30,0% responden menyatakan sangat setuju, 48,8% responden menyatakan setuju, 16,3% responden menyatakan netral, 2,5% responden menyatakan tidak setuju, 2,5% responden menyatakan sangat tidak setuju. Responden berusaha mencari informasi mengenai Bank Syariah Mandiri Kudus, sebanyak 25,0% responden menyatakan sangat setuju, 51,3% responden menyatakan setuju, 17,5% responden menyatakan netral, 5,0% responden menyatakan tidak setuju, 1,3% responden menyatakan sangat tidak setuju. Sebelum menjadi nasabah responden membandingkan Bank Syariah Mandiri Kudus dengan bank lain, sebanyak 18,8% responden menyatakan sangat setuju, 50,0% responden menyatakan setuju, 26,3% responden menyatakan netral, 2,5% responden menyatakan tidak setuju, 2,5% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Bank Syariah Mandiri Kudus melakukan iklan promosi yang menarik, sebanyak 18,8% responden menyatakan sangat setuju, 50,0% responden menyatakan setuju, 26,3% responden menyatakan netral, 2,5% responden menyatakan tidak setuju, 2,5% responden menyatakan sangat tidak setuju. Responden menggunakan Bank Syariah Mandiri Kudus karena dorongan dari pihak lain (keluarga/teman/karyawan), sebanyak 18,8% responden menyatakan sangat setuju, 38,8% responden menyatakan setuju, 40,0% responden menyatakan netral, 2,5% responden menyatakan tidak setuju, 0,0% responden menyatakan sangat tidak setuju. Responden merasa puas menabung di Bank Syariah Mandiri Kudus, sebanyak 17,5% responden menyatakan sangat setuju, 50,0% responden menyatakan setuju, 25,0% responden menyatakan netral, 5,0% responden menyatakan tidak setuju, 2,5% responden menyatakan sangat tidak setuju.

4.3.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

a. Pengetahuan Produk (X1)

Hasil uji validitas dapat ditunjukkan seperti dibawah ini:

Tabel 4.11

Hasil Uji Validitas Pengetahuan Produk (X1)

No	Indikator	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
1	X1Q1	0,736	0,2199	Valid
2	X1Q2	0,655	0,2199	Valid
3	X1Q3	0,759	0,2199	Valid
4	X1Q4	0,738	0,2199	Valid
5	X1Q5	0,641	0,2199	Valid
6	X1Q6	0,363	0,2199	Valid
7	X1Q7	0,516	0,2199	Valid
8	X1Q8	0,497	0,2199	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Untuk tingkat validitas, dilakukan uji signifikan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dan r_{tabel} untuk *Degree of freedom* (df) = n

$- 2 = 80 - 2 = 78$. Dalam hal ini n adalah jumlah sampel yang diuji coba. Pada kasus ini besarnya df dapat dihitung 78 dengan α 0.05 didapat r_{tabel} 0,2199. Jika r_{hitung} (untuk r tiap butir dapat dilihat pada kolom *pearson correlation*) lebih besar dari r_{tabel} dan nilai r positif. Berdasarkan hasil pengujian validitas tersebut, pada variabel pengetahuan produk yang terdiri dari 8 pernyataan semua itemnya valid. Dengan demikian maka variabel penelitian dapat dilakukan pengujian ke tahap selanjutnya.

b. Motivasi Spiritual (X2)

Hasil uji validitas dapat ditunjukkan seperti dibawah ini:

Tabel 4.12

Hasil Uji Validitas Motivasi Spiritual (X2)

No	Indikator	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	X2Q1	0,659	0,2199	Valid
2	X2Q2	0,710	0,2199	Valid
3	X2Q3	0,424	0,2199	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Untuk tingkat validitas, dilakukan uji signifikan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dan r_{tabel} untuk *Degree of freedom* (df) = $n - 2 = 80 - 2 = 78$. Dalam hal ini n adalah jumlah sampel yang diuji coba. Pada kasus ini besarnya df dapat dihitung 78 dengan α 0.05 didapat r_{tabel} 0,2199. Jika r_{hitung} (untuk r tiap butir dapat dilihat pada kolom *pearson correlation*) lebih besar dari r_{tabel} dan nilai r positif. Berdasarkan hasil pengujian validitas tersebut, pada variabel motivasi spiritual yang terdiri dari 3 pernyataan semua itemnya valid. Dengan demikian maka variabel penelitian dapat dilakukan pengujian ke tahap selanjutnya.

c. Bagi Hasil (X3)

Hasil uji validitas dapat ditunjukkan seperti dibawah ini:

Tabel 4.13
Hasil Uji Validitas Bagi Hasil (X3)

No	Indikator	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
1	X3Q1	0,601	0,2199	Valid
2	X3Q2	0,581	0,2199	Valid
3	X3Q3	0,563	0,2199	Valid
4	X3Q4	0,450	0,2199	Valid
5	X3Q5	0,409	0,2199	Valid
6	X3Q6	0,581	0,2199	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Untuk tingkat validitas, dilakukan uji signifikan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dan r_{tabel} untuk *Degree of freedom* ($df = n - 2 = 80 - 2 = 78$). Dalam hal ini n adalah jumlah sampel yang diuji coba. Pada kasus ini besarnya df dapat dihitung 78 dengan alpha 0.05 didapat r_{tabel} 0,2199. Jika r_{hitung} (untuk r tiap butir dapat dilihat pada kolom *pearson correlation*) lebih besar dari r_{tabel} dan nilai r positif. Berdasarkan hasil pengujian validitas tersebut, pada variabel bagi hasil yang terdiri dari 6 pernyataan semua itemnya valid. Dengan demikian maka variabel penelitian dapat dilakukan pengujian ke tahap selanjutnya.

d. Keputusan Menabung (Y)

Hasil uji validitas dapat ditunjukkan seperti dibawah ini:

Tabel 4.14
Hasil Uji Validitas Keputusan Menabung (Y)

No	Indikator	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
1	YQ1	0,352	0,2199	Valid
2	YQ2	0,639	0,2199	Valid
3	YQ3	0,521	0,2199	Valid
4	YQ4	0,756	0,2199	Valid
5	YQ5	0,756	0,2199	Valid
6	YQ6	0,414	0,2199	Valid
7	YQ7	0,523	0,2199	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Untuk tingkat validitas, dilakukan uji signifikan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dan r_{tabel} untuk *Degree of freedom* (df) = $n - 2 = 80 - 2 = 78$. Dalam hal ini n adalah jumlah sampel yang diuji coba. Pada kasus ini besarnya df dapat dihitung 78 dengan α 0.05 didapat r_{tabel} 0,2199. Jika r_{hitung} (untuk r tiap butir dapat dilihat pada kolom *pearson correlation*) lebih besar dari r_{tabel} dan nilai r positif. Berdasarkan hasil pengujian validitas tersebut, pada variabel keputusan menabung yang terdiri dari 7 pernyataan semua itemnya valid. Dengan demikian maka variabel penelitian dapat dilakukan pengujian ke tahap selanjutnya.

2. Uji Reliabilitas

Selanjutnya pengukuran keandalan suatu kuesioner dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengukuran konsisten atau terhindar dari bias. Reliabilitas menunjukkan stabilitas dan konsistensi alat ukur untuk menilai *goodness of measure*. Pengukuran reliabilitas menggunakan koefisien *Alpha Cronbach*, apabila koefisien $\alpha > 0,60$ maka instrumen dikatakan handal. Berikut hasil pengujian reliabilitas.

Tabel 4.15

Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	<i>Reliability Coefficiens</i>	Alpha	Keterangan
Pengetahuan Produk (X1)	8 Item	0,751	Reliabel
Motivasi Spiritual (X2)	3 Item	0,694	Reliabel
Bagi Hasil (X3)	6 Item	0,704	Reliabel
Keputusan Menabung (Y)	7 Item	0,732	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki *Alpha Cronbach* $> 0,60$, dengan demikian semua variabel (X1, X2, X3 dan Y) dapat dikatakan reliabel.

4.3.3 Uji Asumsi Klasik

Untuk mengetahui apakah suatu data dapat dianalisa lebih lanjut diperlukan suatu uji asumsi klasik agar hasil dan analisa nantinya efisien dan tidak bias. Adapun kriteria pengujian tersebut sebagai berikut :

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi dapat dikatakan baik jika memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Uji normalitas dalam penelitian ini dengan melihat uji statistik *one-sample Kolmogorov-Smirnov*. Berikut ini output SPSS penelitian ini adalah :

Tabel 4.16
Hasil Uji Normalitas

Uji Normalitas	Nilai Signifikansi	Keterangan
<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	0,200	Data terdistribusi normal

Sumber: Data primer yang diolah, 2021.

Berdasarkan tabel 4.16 diketahui bahwa diperoleh nilai sig (ρ value) dari *Asymp. Sig* adalah sebesar 0,200 yang lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai residual regresi adalah normal. Dengan demikian asumsi normalitas terpenuhi.

2. Uji Multikolonieritas

Pengujian multikolonieritas dilakukan untuk mengetahui apakah antara variabel bebas terdapat hubungan atau saling berkorelasi. Cara yang dipakai untuk mendeteksi gejala multikolonieritas adalah dengan melihat VIF (*variance inflation factor*), jika nilai VIF kurang dari angka 10, maka tidak terjadi multikolonieritas.

Tabel 4.17
Hasil Uji Multikolonieritas

Variabel	<i>Collinearity Statistic</i>	
	<i>Tolerance</i>	VIF
Pengetahuan Produk (X1)	0,336	2,977
Motivasi Spiritual (X2)	0,467	2,140
Bagi Hasil (X3)	0,566	1,767

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Hasil pengujian multikolonieritas tersebut menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala multikolonieritas pada semua variabel penjelas model regresi yang digunakan yaitu pengetahuan produk (X1), motivasi spiritual (X2) dan bagi hasil (X3) karena semua nilai VIF kurang dari angka 10.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Uji *glejser* merupakan salah satu uji yang digunakan untuk menguji heterokedastisitas data selain menggunakan grafik. Kaidah pengambilan keputusan uji heterokedastisitas adalah jika terbukti bahwa tidak terdapat heterokedastisitas antara variabel independen dengan variabel dependen, yaitu jika nilai signifikansi menunjukkan nilai yang lebih besar dari 0,05.

Tabel 4.18
Hasil Uji Heterokedastisitas

Variabel	Nilai Sig.
Pengetahuan Produk	0,227
Motivasi Spiritual	0,257
Bagi Hasil	0,216

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan uji tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat heterokedastisitas antara variabel independen dengan variabel dependen,

yaitu jika nilai signifikansi menunjukkan nilai yang lebih besar dari 0,05, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi pengaruh pengetahuan produk, motivasi spiritual dan bagi hasil terhadap keputusan nasabah untuk menabung di Bank Syariah Mandiri Kudus.

4.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Model analisis regresi berganda ini digunakan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan produk, motivasi spiritual dan bagi hasil terhadap keputusan nasabah untuk menabung di Bank Syariah Mandiri Kudus. Dari estimasi diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.19

Hasil Regresi Linier Berganda

Keterangan	Nilai Koefisien
Konstanta	6,975
Pengetahuan Produk (X1)	0,048
Motivasi Spiritual (X2)	0,057
Bagi Hasil (X3)	0,767

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Dari tabel di atas diperoleh persamaan regresi pengaruh pengetahuan produk, motivasi spiritual dan bagi hasil terhadap keputusan nasabah untuk menabung di Bank Syariah Mandiri Kudus sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 6,975 + 0,048X_1 + 0,057X_2 + 0,767X_3 + e$$

Berdasarkan nilai koefisien regresi dari variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk menabung di Bank Syariah Mandiri Kudus dengan menggunakan tingkat signifikansi α 0.05 dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta dari hasil penelitian menunjukkan nilai yang positif yaitu sebesar 6,975, dapat diartikan bahwa jika tidak ada pengaruh dari variabel

bebas seperti pengetahuan produk, motivasi spiritual dan bagi hasil maka variabel terikat keputusan menabung sudah memiliki pengaruh sendiri sebesar 6,975.

2. Variabel pengetahuan produk (X1) mempunyai pengaruh terhadap keputusan menabung (Y), dengan koefisien regresi sebesar 0,048. Artinya apabila variabel pengetahuan produk naik 1 satuan maka keputusan menabung akan naik sebesar 0,048.
3. Variabel motivasi spiritual (X2) mempunyai pengaruh terhadap keputusan menabung (Y), dengan koefisien regresi sebesar 0,057. Artinya apabila variabel motivasi spiritual naik 1 satuan maka keputusan menabung akan naik sebesar 0,057.
4. Variabel bagi hasil (X3) mempunyai pengaruh terhadap keputusan menabung (Y), dengan koefisien regresi sebesar 0,767. Artinya apabila variabel bagi hasil naik 1 satuan maka keputusan menabung akan naik sebesar 0,767.

4.3.5 Uji Hipotesis

1. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Berapa besar pengaruh variabel diluar model regresi tersebut (variabel pengganggu) berpengaruh terhadap keputusan menabung dapat dilihat melalui *adjusted R square* terlihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.20

Hasil Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	0,669 ^a	0,447	0,425

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan perhitungan pada tabel 4.20, nilai *adjusted R square* sebesar 0,425. Artinya variabel independen yang terdiri variabel

pengetahuan produk, motivasi spiritual dan bagi hasil memberikan kontribusi sebesar 42,5% terhadap keputusan menabung. Dari angka tersebut berarti ada variabel independen diluar model regresi ini yang berpengaruh terhadap keputusan menabung sebesar 57,5%, misalnya promosi, kualitas pelayanan dan lain-lain.

2. Uji F

Langkah pertama yaitu merumuskan hipotesis yaitu diduga terdapat pengaruh pengetahuan produk, motivasi spiritual dan bagi hasil terhadap keputusan nasabah untuk menabung di Bank Syariah Mandiri Kudus. Langkah kedua menentukan besarnya F tabel dengan ukuran sampel. Dimana dk pembilang= 3 dk penyebut= 80 dan nilai $\alpha = 0.05$, sehingga di dapat F tabel = 2,72, sedangkan hasil output SPSS untuk uji F terlihat pada tabel berikut:

Tabel 4.21

Hasil Uji Statistik F

Koefisien	Nilai
Nilai F	20,480
Nilai Sig.	0,000

Sumber : Data primer diolah, 2021.

Langkah ketiga menentukan besarnya F hitung = 20,480 yang telah disajikan tabel ANOVA dalam persamaan regresi. Langkah keempat yaitu membuat keputusan pengujian dengan cara membandingkan antara F hitung dengan F tabel. Karena F hitung lebih besar dari F tabel ($20,480 > 2,72$) maka hipotesis yang menyatakan bahwa diduga terdapat pengaruh pengetahuan produk, motivasi spiritual dan bagi hasil terhadap keputusan nasabah untuk menabung di Bank Syariah Mandiri Kudus dapat diterima dan terbukti benar.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh pengetahuan produk, motivasi spiritual dan bagi hasil terhadap keputusan

nasabah untuk menabung di Bank Syariah Mandiri Kudus, berdasarkan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Sehingga secara bersama-sama baik pengetahuan produk, motivasi spiritual dan bagi hasil berpengaruh terhadap keputusan menabung.

3. Uji t

Dalam rangka pengujian hipotesis bahwa variabel pengetahuan produk, motivasi spiritual dan bagi hasil berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan menabung (Y) digunakan uji t. Dari tabel berikut hasil persamaan regresi pada variabel-variabel penelitian akan diperlihatkan satu persatu dengan memperlihatkan t_{hitung} dari olah data SPSS.

Tabel 4.22

Hasil Uji t

Variabel	Nilai t	Nilai Sig.
Pengetahuan Produk (X1)	3,404	0,007
Motivasi Spiritual (X2)	2,205	0,038
Bagi Hasil (X3)	5,422	0,000

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

a. Pengujian terhadap Variabel Pengetahuan Produk (X1)

Dengan pengujian dua sisi yang menggunakan tingkat signifikan sebesar $\alpha = 0.5$ dan dengan derajat kebebasan $df (N-k-1) = 80-3-1 = 76$ diperoleh $t_{tabel} = 1,99167$. Hasil perhitungan pada regresi linier berganda diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,404. Dengan demikian t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} ($3,404 > 1,99167$), seperti terlihat pada tabel 4.22. Dengan demikian, t_{hitung} berada pada daerah H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga **H1 diterima** yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pengetahuan produk terhadap keputusan nasabah untuk menabung di Bank Syariah Mandiri Kudus.

Terdapat pengaruh yang signifikan antara pengetahuan produk terhadap keputusan nasabah untuk menabung di Bank Syariah Mandiri Kudus, berdasarkan nilai signifikansi sig. lebih kecil dari 0.05, yaitu sebesar 0,007 sehingga indikator yang menggambarkan pengetahuan produk terbukti berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menabung di Bank Syariah Mandiri Kudus.

b. Pengujian terhadap Variabel Motivasi Spiritual (X2)

Dengan pengujian dua sisi yang menggunakan tingkat signifikan sebesar $\alpha = 0.5$ dan dengan derajat kebebasan $df (N-k-1) = 80-3-1 = 76$ diperoleh $t_{tabel} = 1,99167$. Hasil perhitungan pada regresi linier berganda diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,205. Dengan demikian t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} ($2,205 > 1,99167$), seperti terlihat pada tabel 4.22. Dengan demikian, t_{hitung} berada pada daerah H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga **H2 diterima** yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara motivasi spiritual terhadap keputusan nasabah untuk menabung di Bank Syariah Mandiri Kudus.

Terdapat pengaruh yang signifikan antara motivasi spiritual terhadap keputusan nasabah untuk menabung di Bank Syariah Mandiri Kudus, berdasarkan nilai signifikansi sig. lebih kecil dari 0.05, yaitu sebesar 0,038 sehingga indikator yang menggambarkan motivasi spiritual terbukti berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menabung di Bank Syariah Mandiri Kudus.

c. Pengujian terhadap Variabel Bagi Hasil (X3)

Dengan pengujian dua sisi yang menggunakan tingkat signifikan sebesar $\alpha = 0.5$ dan dengan derajat kebebasan $df (N-k-1) = 80-3-1 = 76$ diperoleh $t_{tabel} = 1,99167$. Hasil perhitungan pada regresi linier berganda diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 5,422. Dengan demikian t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} ($5,422 > 1,99167$), seperti terlihat pada tabel 4.22. Dengan demikian, t_{hitung} berada pada daerah H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga **H3 diterima** yang menyatakan bahwa terdapat

pengaruh yang signifikan antara bagi hasil terhadap keputusan nasabah untuk menabung di Bank Syariah Mandiri Kudus.

Terdapat pengaruh yang signifikan antara bagi hasil terhadap keputusan nasabah untuk menabung di Bank Syariah Mandiri Kudus, berdasarkan nilai signifikansi sig. lebih kecil dari 0.05, yaitu sebesar 0,000 sehingga indikator yang menggambarkan bagi hasil terbukti berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menabung di Bank Syariah Mandiri Kudus.

4.4 Pembahasan

4.4.1 Pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Menabung

Pengetahuan produk berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menabung di Bank Syariah Mandiri Kudus. Berdasarkan nilai t hitung $> t$ tabel ($3,404 > 1,99167$) serta nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,007 ($0,007 < 0,05$). Penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pengetahuan nasabah dalam mengetahui produk tabungan Bank Syariah Mandiri Kudus terbukti mempengaruhi keputusan nasabah untuk menabung di Bank Syariah Mandiri Kudus.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden menjawab setuju atas variabel pengetahuan produk sebesar 52,5% yang artinya sebagian besar responden menjawab setuju bahwa responden mengetahui produk tabungan Bank Syariah Mandiri Kudus melalui media cetak. Responden mengetahui produk tabungan Bank Syariah Mandiri Kudus melalui media elektronik. Responden mengetahui produk tabungan Bank Syariah Mandiri Kudus dari pengalaman teman. Responden mengetahui produk tabungan Bank Syariah Mandiri Kudus dari pengalaman keluarga. Responden mengetahui produk tabungan Bank Syariah Mandiri Kudus dari pengalaman karyawan. Responden mengetahui produk tabungan Bank Syariah Mandiri Kudus dari publikasi dan sosialisasi. Responden mengetahui produk tabungan Bank Syariah Mandiri Kudus dari publikasi yang dilakukan oleh BI. Responden

mengetahui produk tabungan Bank Syariah Mandiri Kudus dari penelitian yang dilakukan oleh mahasiswa UIN Walisongo Semarang.

Pengetahuan nasabah memberikan dampak dalam keputusan masyarakat untuk memilih suatu model jasa tertentu dalam memenuhi kebutuhan atau keinginan yang ada. Setiap orang yang berada di satu komunitas pasti mempunyai pengetahuan yang berbeda mengenai setiap model jasa yang tersedia, beserta dengan perusahaan jasa yang mengeluarkan jasa tersebut. Terdapat kemungkinan beberapa konsumen telah mengetahui dengan baik kelebihan dan kekurangan dari setiap perusahaan jasa yang menyediakan suatu model jasa dan tidak menutup kemungkinan ada pula banyak orang yang belum terlalu mengerti mengenai bagaimana model jasa itu dijalankan oleh pihak perusahaan.¹

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian Maulana, dkk² serta Widowati³ menunjukkan bahwa pengetahuan produk berpengaruh terhadap keputusan menabung. Semakin tinggi pengetahuan nasabah dalam mengetahui produk tabungan terbukti mempengaruhi keputusan nasabah untuk menabung.

4.4.2 Pengaruh Motivasi Spiritual terhadap Keputusan Menabung

Motivasi spiritual berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menabung di Bank Syariah Mandiri Kudus. Berdasarkan nilai t hitung $> t$ tabel ($2,205 > 1,99167$) serta nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,038 ($0,038 < 0,05$). Penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas masyarakat maka akan semakin tinggi pula keputusan masyarakat untuk menabung di bank syariah. Dengan demikian,

¹ Lilis Suganda, "Pengaruh Pengetahuan nasabah, Religiusitas Nasabah dan Reputasi Bank terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Sumsel Babel Syariah Palembang", Skripsi Perbankan Syariah, Palembang, 2018, h. 36.

² Fajar Rezky Maulana, Nevi Hasnita dan Evriyenni, "Pengaruh Pengetahuan Produk dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah", *JHIBIZ: Global Journal of Islamic Banking and Finance*, Vol. 2 No. 2, 2020, h. 124.

³ Ayun Sekar Widowati, "Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, dan Persepsi Nasabah Mengenai Suku Bunga Simpanan terhadap Keputusan Menabung Nasabah", *Jurnal Nominal*, Vol. VII No. 2, 2018, h. 141.

hipotesis 1 terbukti secara statistik dan dapat disimpulkan bahwa motivasi spiritual berhubungan positif dengan keputusan nasabah untuk menabung di Bank Syariah. Temuan baru ini memperkuat model teoretis yang dibangun dalam penelitian ini mengenai peran motivasi spiritual dalam penerimaan keputusan menabung di bank syari'ah. Temuan ini berarti bahwa bagi nasabah bank syari'ah, motivasi spiritual merupakan elemen penting yang mempengaruhi minat dan perilaku dalam menggunakan produk bank syari'ah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden menjawab setuju atas variabel motivasi spiritual sebesar 52,5% yang artinya sebagian besar responden menjawab setuju bahwa sebagai orang muslim yang bertakwa responden diperintahkan untuk menjalankan perintah Allah dan menjauhi laranganNya. Responden berusaha menjauhi hal-hal bisnis dan usaha yang dilarang dalam Islam. Sebagai seorang muslim responden dilarang melakukan aktivitas bisnis yang mengandung riba.

Perilaku ekonomi sangat ditentukan oleh tingkat keimanan seseorang atau masyarakat. Perilaku ini kemudian membentuk kecenderungan perilaku konsumsi dan produksi di pasar. Perspektif tersebut juga berpengaruh terhadap perilaku menabung. Sehingga semakin religius seseorang, berarti semakin sering menjalankan perintah dalam Islam serta menjauhi larangan-larangannya pula. Dalam hal ini, kereligiusan seseorang pasti akan berpengaruh pada perilaku konsumsinya. Sehingga keputusan untuk menabung juga akan semakin tinggi apabila diikuti dengan tingkat religiusitas yang tinggi pula.⁴

⁴ Rokhmania Nurmaeni, Siti Hasanah dan Mustika Widowati, "Analisis Pengaruh Hedonisme, Religiusitas, Motivasi, dan Promosi terhadap Keputusan Menabung pada Bank Syariah (Studi Kasus pada PT Bank Bri Syariah, Tbk Kantor Cabang Pembantu Majapahit Semarang)", *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, Vol. 3 No. 2, 2020, h. 308.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian Parastika, dkk⁵ serta Nurmaeni, dkk⁶ menunjukkan bahwa motivasi spiritual berpengaruh terhadap keputusan menabung. Semakin tinggi tingkat religiusitas masyarakat maka akan semakin tinggi pula keputusan masyarakat untuk menabung.

4.4.3 Pengaruh Bagi Hasil terhadap Keputusan Menabung

Bagi hasil berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menabung di Bank Syariah Mandiri Kudus. Berdasarkan nilai t hitung $>$ t tabel ($5,422 > 1,99167$) serta nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$). Penelitian ini menunjukkan bahwa semakin adil tingkat bagi hasil bank Syariah Mandiri maka akan tinggi pula keputusan untuk menabung di Bank Syariah Mandiri.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden menjawab setuju atas variabel bagi hasil sebesar 51,3% yang artinya sebagian besar responden menjawab setuju bahwa responden mengetahui bahwa keuntungan yang didapatkan tergantung pada kinerja bisnis. Responden mengetahui nisbah keuntungan tidak ditentukan berdasarkan besar setoran tapi berdasarkan kesepakatan. Responden mengetahui akad yang diberikan oleh Bank Syariah Mandiri Kudus kepada saya dalam menggunakan jasa. Responden mengetahui nisbah bagi hasil tabungan yang ditetapkan saat ini. Pihak bank menjelaskan bagi hasil sebelum melakukan perjanjian akad yang digunakan. Responden mengharapkan imbalan/*return* sesuai akad perjanjian untuk memperbesar jumlah tabungannya.

Bagi hasil adalah suatu sistem pengolahan dana dalam perekonomian Islam yakni pembagian hasil usaha antara pemilik modal (*shahibul maal*) dan pengelola (*Mudharib*). Makin tinggi tingkat bagi hasil atau bertambah

⁵ Parastika, Titin Hartini dan Ulil Amri, "Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah dengan Minat Sebagai Variabel Intervening", Jurnal Intelektualita: Keislaman, Sosial, dan Sains, Vol. 10 No. 1, 2021, h. 177.

⁶ Rokhmania Nurmaeni, Siti Hasanah dan Mustika Widowati, "Analisis Pengaruh Hedonisme, Religiusitas, Motivasi, dan Promosi terhadap Keputusan Menabung pada Bank Syariah (Studi Kasus pada PT Bank Bri Syariah, Tbk Kantor Cabang Pembantu Majapahit Semarang)", Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance, Vol. 3 No. 2, 2020, h. 303.

optimalnya bagi hasil serta makin jelas ketentuan dalam ketentuan pembagian hasil maka memperbesar kemungkinan nasabah semakin terpengaruh untuk memutuskan menabung di bank syariah. Bagi Hasil secara positif mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan bank syariah karena nasabah yakin makin tinggi tingkat bagi hasil makin besar keuntungannya dan bank bisa mengoptimalkan bagi hasil untuk tidak merugikan nasabah.⁷

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian Hapsari, dkk⁸ serta Khasanah dan Gunawan⁹ menunjukkan bahwa bagi hasil berpengaruh terhadap keputusan menabung. Semakin adil tingkat bagi hasil bank Syariah Mandiri maka akan tinggi pula keputusan untuk menabung di Bank Syariah Mandiri.

⁷ Aminatuz Zahro, "Pengaruh Bagi Hasil dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Menabung pada Bank Syariah di Jepara", Skripsi Perbankan Syariah, Semarang, 2019, h. 28.

⁸ Trisera Renny Hapsari, Handoyo dan Widayanto, "Pengaruh Kualitas Produk dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Nasabah dalam Menabung pada Bank Muamalat Indonesia Syariah (Studi kasus pada Kantor Kas Baiturrahman Bank Muamalat Indonesia Syariah Semarang)", Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, Vol. 4 No. 1, 2016, h. 311.

⁹ Yulika Khasanah dan Arie Indra Gunawan, "Pengaruh Sistem Bagi Hasil terhadap Keputusan menjadi Nasabah Bank Syariah di Kota Cirebon (Penelitian Survei terhadap Nasabah Bank Syariah di Kota Cirebon)", Edunomic, Vol. 2 No. 1, 2016, h. 37.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil olah data dilanjutkan dengan analisis mengenai pengaruh pengetahuan produk, motivasi spiritual dan bagi hasil terhadap keputusan nasabah untuk menabung di Bank Syariah Mandiri Kudus, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pengetahuan produk berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menabung di Bank Syariah Mandiri Kudus. Berdasarkan nilai t hitung $> t$ tabel ($3,404 > 1,99167$) serta nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,007 ($0,007 < 0,05$). Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin tinggi pengetahuan nasabah dalam mengetahui produk tabungan Bank Syariah Mandiri Kudus terbukti mempengaruhi keputusan nasabah untuk menabung di Bank Syariah Mandiri Kudus.
2. Motivasi spiritual berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menabung di Bank Syariah Mandiri Kudus. Berdasarkan nilai t hitung $> t$ tabel ($2,205 > 1,99167$) serta nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,038 ($0,038 < 0,05$). Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas masyarakat maka akan semakin tinggi pula keputusan masyarakat untuk menabung di bank syariah.
3. Bagi hasil berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menabung di Bank Syariah Mandiri Kudus. Berdasarkan nilai t hitung $> t$ tabel ($5,422 > 1,99167$) serta nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$). Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin adil tingkat bagi hasil bank Syariah Mandiri maka akan tinggi pula keputusan untuk menabung di Bank Syariah Mandiri.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan yaitu meliputi:

1. Keterbatasan dalam kerangka konsep : Kerangka konsep penelitian ini hanya menghubungkan komponen-komponen yang diperkirakan terkait dengan variabel terkait (independen), sehingga besar kemungkinan ada beberapa variabel lain yang belum masuk atau belum ikut dalam kerangka konsep yang juga berhubungan dengan keputusan menabung.
2. Penelitian ini mengambil obyek yang terbatas yakni pada nasabah Bank Syariah Mandiri.
3. Keterbatasan desain penelitian : Teknik analisis data menggunakan uji regresi berganda, sehingga interpretasi yang diperoleh tidak cukup untuk menentukan kekuatan atau besarnya hubungan masing-masing indikator variabel.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, analisis, pembahasan serta kesimpulan, maka penulis memberikan masukan atau saran-saran yaitu :

1. Pada penelitian selanjutnya diharapkan menambah variabel penelitian yang juga berpengaruh terhadap keputusan menabung misalnya promosi, kualitas pelayanan dan lain-lain.
2. Pada penelitian selanjutnya perlu dilakukan pengamatan dengan obyek yang lebih luas, sehingga dapat dijadikan acuan bagi kepentingan generalisasi permasalahan.
3. Perlu ditambahkan metode wawancara dalam upaya pengumpulan data untuk menghindari kemungkinan responden tidak obyektif dalam mengisi kuesioner.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Antonio, Muhammad Syafi'i, *Bank Syariah dari Teori Ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani,, 2014.
- Azwar, Saifuddin, *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013.
- Ghozali, Imam, *Apikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011.
- Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada, 2002.
- Priyanto, Duwi, *Analisis Korelasi, Regresi dan Multivariate dengan SPSS*, Yogyakarta: Gava Media, 2013.
- Ricki, dkk., *Tatistika Penelitian Plus Tutorial SPSS*, Yogyakarta: Innosian, 2017.
- Soemitra, Andri, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: PT. Fajar Interpretama Mandiri, 2017.
- Soewadji, Jusuf, *Pengantar Metodologi Penelitian*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2010.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: CV. Alfabeta, 2013.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R%D*, Bandung: Alfabeta, 2008.
- Sutrisni, Badri, *Metode Statistik unruk Penelitian Kuantitatif*, Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2012.
- Umar, Husein, "*Desain Penelitian MSDM dan Perilaku Karyawan*" *Paradigma Positivik dan Berbasis Pemecahan Masalah*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2015.
- Umar, Husein, *Research Methods in Finance and Banking*, Jakarta: PT.SUN, 2000.
- Wardiah, Mia Lasmi, *Dasar-Dasar Perbankan*, Bandung, CV Pustaka Setia, 2013.
- Wiratna dan Polly, *Statistika untuk Penelitian*, Yogyakarta, Graha Ilmu, 2012.
- Yusuf, A. Muri, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*, Jakarta: Kencana, 2014

Jurnal dan Skripsi

- Diana, Susanti Mei, *“Pengaruh Pengetahuan, Lokasi, Kualitas Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Anggota Menabung Di BMT Bina Umat Sejahtera Kalijambe, Surakarta (2017)*
- Fahmi, Adenia Mustika, *“Pengaruh Pengetahuan Produk, Pemakaian dan Pembelian Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Konsumen Menjadi Nasabah Bank BNI syariah” Jakarta (2017)*
- Hardian, Atanasius, *“Pengaruh Bagi Hasil, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Musharabah”, Yogyakarta (2015)*
- Hasan, *Analisis Industri Perbankan Syariah di Indonesia, Jurnal dinamika Ekonomi Pembangunan, Vol. 1 No.1 Juli 2011.*
- Hasanah, Fadhilatul, *Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang Pada Bank Syariah, Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, 2019.*
- Khotimah, Nurul, *Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan Citra Perusahaan dan Sistem Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah Menabung dan Loyalitas di Bank Syariah Mandiri, Vol.05 No. 01 April 2018.*
- Novita, dkk, *Penerapan bagi Hasil dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Menabung Pada nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Madiun, Jurnal Pendidikan Ekonomi UM Metro, Vol.5 No. 2 tahun 2017.*
- Rafika, *“Pengaruh Bagi Hasil terhadap Minat Nasabah Menabung di BTN Syariah KCPS Parepare”, Parepare (2020).*
- Sari, Eka Nopita, *“Pengaruh Lokasi, Produk, Reputasi, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Mahasiswa Iain Surakarta Menggunakan Bank Syariah”, Surakarta (2017)*
- Shofwa, Yoiz, *Pengaruh Motivasi Spiritual dan Kepemimpinan Spiritual terhadap Kinerja Religius Dosen dan Karyawan STAIN Purwokerto, Jurnal Pro Bisnis, Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Purwokerto, 2017.*
- Suganda, Lilis, *“Pengaruh Pengetahuan nasabah, Religiusitas Nasabah dan Reputasi Bank terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Sumsel Babel Syariah Palembang”, Palembang (2018)*
- Suprihati, dkk, *Pengaruh Religiusitas, Budaya, Pengetahuan terhadap Minat Masyarakat Menabung di Koperasi Syariah, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia, 2021.*

Yulika. K dan Arie.I.G, *Pengaruh Sistem Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah di Kota Cirebon, Jurnal Edunomic*, Vol. 2 No.1 tahun 2014,

Zakaria. H dan Juwira.A, *Pengaruh Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Sumsel Babel Cabang Prabumulih Unit layanan Syariah, I-Finance*, Vol 04, No.01 Juni 2018.

Website

<http://id.m.wikipedia.org/wiki/PenelitianKuantitatif> (diakses pada tanggal 15 Maret 2020)

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN UNTUK NASABAH BANK SYARIAH MANDIRI KUDUS

Assalamualaikum wr. wb.

Responden yang terhormat,

Dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul “**Pengaruh Pengetahuan produk, Motivasi Spiritual dan Bagi Hasil terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung di Bank Syariah Mandiri Kudus**” di Jurusan Perbankan Syariah S1, fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, maka saya:

Nama : Risti Wulandari

NIM : 1605036107

Saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/i untuk meluangkan waktu guna mengisi kuesioner ini. Kuesioner ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh produk, motivasi spiritual dan bagi hasil terhadap keputusan nasabah untuk menabung di Bank Syariah Mandiri Kudus.

Dalam pengisian kuesioner ini disarankan untuk membaca petunjuk umum yang sudah tertera dengan seksama sebelum menjawab pertanyaan sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu/Sdr/i. Jawaban jujur yang diberikan sangat berguna bagi penelitian yang sedang saya lakukan.

Atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum wr. wb.

Hormat saya,

Risti Wulandari
(Mahasiswa UIN Walisongo)

A. Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : a. Laki-laki
b. Perempuan
3. Usia : a. < 20 tahun
b. 21-30 tahun
c. 31-40 tahun
d. 41-50 tahun
e. > 50 tahun
4. Pendidikan Terakhir : a. SD d. Sarjana (S1, S2, S3)
b. SMP e. Lainnya
c. SMA
5. Pekerjaan : a. Pelajar/Mahasiswa
b. Pegawai swasta
c. PNS
d. Wiraswasta
e. Ibu Rumah Tangga
f. Lainnya
6. Penghasilan : a. < Rp. 1.000.000
b. Rp 1.100.000 – Rp 2.000.000
c. Rp 2.100.000 – Rp 3.000.000
d. > Rp 3.100.000
7. Lama Menjadi Nasabah : a. < 1 tahun
b. 2 tahun
c. 3 tahun
d. > 4 tahun

B. Petunjuk Pengisian

1. Sebelum mengisi pernyataan berikut, saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/sdr/i untuk membaca terlebih dahulu petunjuk pengisian
2. Setiap pernyataan pilihlah salah satu jawaban yang paling sesuai dengan keadaan bapak/Ibu/sdr/i
3. Berikan tanda (√) pada kolom skala pengukuran yang tersedia dengan format sebagai berikut:
SS : Sangat setuju
S : Setuju
RR : Ragu-ragu
TS : Tidak setuju
STS : Sangat tidak setuju

Variabel Pengetahuan Produk

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1.	Saya mengetahui produk tabungan Bank Syariah Mandiri Kudus melalui media cetak					
2.	Saya mengetahui produk tabungan Bank Syariah Mandiri Kudus melalui media elektronik					
3.	Saya mengetahui produk tabungan Bank Syariah Mandiri Kudus dari pengalaman teman					
4.	Saya mengetahui produk tabungan Bank Syariah Mandiri Kudus dari pengalaman keluarga					
5.	Saya mengetahui produk tabungan Bank Syariah Mandiri Kudus dari pengalaman karyawan					

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
6.	saya mengetahui produk tabungan Bank Syariah Mandiri Kudus dari publikasi dan sosialisasi					
7.	Saya mengetahui produk tabungan Bank Syariah Mandiri Kudus dari publikasi yang dilakukan oleh BI					
8.	Saya mengetahui produk tabungan Bank Syariah Mandiri Kudus dari penelitian yang dilakukan oleh mahasiswa UIN Walisongo Semarang					

Variabel Motivasi Spiritual

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1.	Sebagai orang muslim yang bertakwa saya diperintahkan untuk menjalankan perintah Allah dan menjauhi laranganNya					
2.	Saya hanya berusaha menjauhi hal-hal bisnis dan usaha yang dilarang dalam Islam					
3.	Sebagai seorang muslim saya dilarang melakukan aktivitas bisnis yang mengandung riba					

Variabel Bagi Hasil

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1.	Saya mengetahui bahwa keuntungan yang didapatkan tergantung pada kinerja bisnis					
2.	Saya mengetahui nisbah keuntungan tidak ditentukan berdasarkan besar setoran tapi berdasarkan kesepakatan					

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
3.	Saya mengetahui akad yang diberikan oleh Bank Syariah Mandiri Kudus kepada saya dalam menggunakan jasa					
4.	Saya mengetahui nisbah bagi hasil tabungan yang ditetapkan saat ini					
5.	Pihak bank menjelaskan bagi hasil sebelum melakukan perjanjian akad yang digunakan					
6.	Saya mengharapkan imbalan/return sesuai akad perjanjian untuk memperbesar jumlah tabungan saya					

Variabel Keputusan Nasabah

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1.	Menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri Kudus sudah sesuai dengan kebutuhan dan keinginan saya					
2.	Menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri Kudus karena pertimbangan adanya bagi hasil yang halal					
3.	Saya berusaha mencari informasi mengenai Bank Syariah Mandiri Kudus					
4.	Sebelum menjadi nasabah saya membandingkan Bank Syariah Mandiri Kudus dengan bank lain					
5.	Bank Syariah Mandiri Kudus melakukan iklan promosi yang menarik					
6.	Saya menggunakan Bank Syariah Mandiri Kudus karena dorongan dari pihak lain (keluarga/teman/karyawan)					

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
7.	Saya merasa puas menabung di Bank Syariah Mandiri Kudus					

Lampiran 2 Tabulasi Kuesioner Variabel Pengetahuan Produk (X1)

No	Pengetahuan Produk (X1)								Total X1
	X1Q1	X1Q2	X1Q3	X1Q4	X1Q5	X1Q6	X1Q7	X1Q8	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	32
2	1	3	2	1	2	4	2	4	19
3	5	3	3	5	3	3	3	5	30
4	4	4	3	3	3	3	3	3	26
5	5	5	5	4	4	4	4	5	36
6	4	4	4	2	4	3	3	4	28
7	5	4	4	3	3	4	4	4	31
8	4	5	3	4	3	4	5	2	30
9	5	5	5	4	5	5	4	4	37
10	4	4	4	4	4	5	4	4	33
11	5	4	3	4	3	4	4	3	30
12	4	2	4	4	4	4	4	4	30
13	5	5	4	5	5	4	4	5	37
14	5	5	4	4	4	4	4	4	34
15	4	4	4	4	3	4	4	3	30
16	4	4	4	4	4	4	4	4	32
17	3	1	1	2	4	3	2	3	19
18	3	4	5	3	3	3	5	3	29
19	3	3	4	3	3	3	3	4	26
20	5	4	5	4	4	5	5	5	37
21	3	3	4	4	3	3	4	4	28
22	3	4	5	3	4	4	4	4	31
23	2	4	4	3	4	3	4	5	29
24	4	5	5	5	5	4	4	5	37
25	4	5	4	4	5	4	5	4	35
26	3	5	5	3	4	3	4	4	31
27	4	5	4	4	4	5	5	2	33
28	5	5	5	5	4	5	5	5	39
29	4	4	5	4	4	5	4	5	35
30	4	3	4	3	4	4	3	4	29
31	4	4	4	4	4	4	4	4	32
32	2	4	3	2	4	5	4	2	26
33	3	3	3	3	3	4	5	3	27
34	3	3	4	3	3	5	5	3	29
35	4	4	5	4	4	4	4	5	34
36	4	3	4	4	3	5	4	4	31
37	3	4	4	3	4	4	2	4	28
38	3	4	5	3	4	5	5	3	32
39	5	5	5	5	5	5	5	5	40
40	4	5	4	4	5	4	4	4	34

No	Pengetahuan Produk (X1)								Total X1
	X1Q1	X1Q2	X1Q3	X1Q4	X1Q5	X1Q6	X1Q7	X1Q8	
41	3	4	4	3	4	4	4	3	29
42	4	4	2	4	4	3	1	4	26
43	5	4	5	5	4	3	4	4	34
44	4	4	5	4	4	3	3	4	31
45	3	4	4	3	4	5	4	4	31
46	4	4	4	3	3	3	3	4	28
47	4	3	1	5	4	3	4	1	25
48	3	3	4	3	3	2	4	5	27
49	3	3	3	4	4	4	5	4	30
50	4	5	4	3	4	4	5	5	34
51	3	3	3	4	5	3	5	4	30
52	4	4	4	4	5	4	5	5	35
53	4	3	4	3	5	5	5	4	33
54	5	4	5	5	5	4	4	5	37
55	5	4	5	5	5	4	3	4	35
56	4	3	5	4	3	4	4	5	32
57	4	5	5	4	5	2	4	4	33
58	4	5	5	4	5	3	3	5	34
59	4	5	4	4	5	3	3	5	33
60	4	4	3	4	4	4	4	4	31
61	2	4	3	2	4	4	3	3	25
62	3	3	4	3	3	3	4	4	27
63	4	3	4	4	3	3	4	5	30
64	4	5	5	4	5	5	5	4	37
65	4	4	5	4	4	4	5	4	34
66	4	3	4	4	3	3	4	4	29
67	4	4	4	4	3	4	4	4	31
68	5	5	4	4	5	5	4	4	36
69	4	4	5	4	4	5	4	5	35
70	4	3	4	3	4	4	3	4	29
71	4	4	4	4	4	4	4	4	32
72	2	4	3	2	4	5	4	2	26
73	3	3	3	3	3	4	5	3	27
74	3	3	4	3	3	5	5	3	29
75	4	4	5	4	4	4	4	5	34
76	4	3	4	4	3	5	4	4	31
77	3	4	4	3	4	4	2	4	28
78	3	4	5	3	4	5	5	3	32
79	4	4	4	4	4	4	4	4	32
80	1	3	2	1	2	4	2	4	19

Lampiran 3 Tabulasi Kuesioner Variabel Motivasi Spiritual (X2)

No	Motivasi Spiritual (X2)			Total X2
	X2Q1	X2Q2	X2Q3	
1	4	4	4	12
2	4	2	4	10
3	5	5	3	13
4	3	3	3	9
5	5	4	4	13
6	4	4	3	11
7	4	4	4	12
8	2	4	4	10
9	4	5	5	14
10	4	5	5	14
11	3	5	4	12
12	4	5	4	13
13	5	5	4	14
14	4	5	4	13
15	3	4	4	11
16	4	4	4	12
17	3	2	3	8
18	3	5	3	11
19	4	3	3	10
20	5	5	5	15
21	4	4	3	11
22	4	4	4	12
23	5	4	3	12
24	5	4	4	13
25	4	5	4	13
26	4	4	3	11
27	2	5	5	12
28	5	5	5	15
29	5	4	5	14
30	4	3	4	11
31	4	4	4	12
32	2	2	5	9
33	3	5	4	12
34	3	3	5	11
35	5	5	4	14
36	4	4	5	13
37	4	4	4	12
38	3	4	5	12
39	5	4	5	14
40	4	5	4	13

No	Motivasi Spiritual (X2)			Total X2
	X2Q1	X2Q2	X2Q3	
41	3	5	4	12
42	4	4	3	11
43	4	3	3	10
44	4	4	3	11
45	4	3	5	12
46	4	3	3	10
47	1	3	3	7
48	5	5	2	12
49	4	3	4	11
50	5	4	4	13
51	4	3	3	10
52	5	4	4	13
53	4	4	5	13
54	5	3	4	12
55	4	5	4	13
56	5	5	4	14
57	4	5	2	11
58	5	4	3	12
59	5	4	3	12
60	4	4	4	12
61	3	4	4	11
62	4	4	3	11
63	5	4	3	12
64	4	2	5	11
65	4	3	4	11
66	4	4	3	11
67	4	5	4	13
68	4	4	5	13
69	5	4	5	14
70	4	3	4	11
71	4	4	4	12
72	2	2	5	9
73	3	5	4	12
74	3	3	5	11
75	5	5	4	14
76	4	4	5	13
77	4	4	4	12
78	3	4	5	12
79	4	4	4	12
80	4	2	4	10

Lampiran 4 Tabulasi Kuesioner Variabel Bagi Hasil (X3)s

No	Bagi Hasil (X3)						Total X3
	X3Q1	X3Q2	X3Q3	X3Q4	X3Q5	X3Q6	
1	4	4	4	4	3	3	22
2	1	3	2	4	4	4	18
3	5	3	3	5	5	4	25
4	4	4	3	4	4	4	23
5	5	5	5	4	3	4	26
6	4	4	4	4	4	4	24
7	5	4	4	2	4	1	20
8	4	5	3	3	3	5	23
9	5	5	5	3	3	4	25
10	4	4	4	4	4	5	25
11	5	4	3	4	3	4	23
12	4	2	4	3	4	5	22
13	5	5	4	3	4	4	25
14	5	5	4	5	5	5	29
15	4	4	4	4	5	4	25
16	4	4	4	3	4	5	24
17	3	1	1	4	4	4	17
18	3	4	5	5	4	5	26
19	3	3	4	4	4	5	23
20	5	4	5	3	4	4	25
21	3	3	4	4	4	4	22
22	3	4	5	2	4	3	21
23	2	4	4	3	3	3	19
24	4	5	5	3	3	4	24
25	4	5	4	4	4	5	26
26	3	5	5	4	3	4	24
27	4	5	4	3	4	4	24
28	5	5	5	3	4	5	27
29	4	4	5	5	5	5	28
30	4	3	4	4	5	4	24
31	4	4	4	3	4	4	23
32	2	4	3	4	4	2	19
33	3	3	3	5	4	5	23
34	3	3	4	4	4	5	23
35	4	4	5	3	4	4	24
36	4	3	4	3	3	4	21
37	3	4	4	5	4	1	21
38	3	4	5	3	3	4	22
39	5	5	5	4	4	3	26
40	4	5	4	3	4	4	24

No	Bagi Hasil (X3)						Total X3
	X3Q1	X3Q2	X3Q3	X3Q4	X3Q5	X3Q6	
41	3	4	4	4	5	3	23
42	4	4	2	4	5	4	23
43	5	4	5	3	5	4	26
44	4	4	5	5	5	5	28
45	3	4	4	5	5	5	26
46	4	4	4	4	3	5	24
47	4	3	1	4	5	5	22
48	3	3	4	4	5	5	24
49	3	3	3	4	5	4	22
50	4	5	4	4	4	3	24
51	3	3	3	2	4	3	18
52	4	4	4	3	3	4	22
53	4	3	4	4	3	4	22
54	5	4	5	4	5	5	28
55	5	4	5	4	4	5	27
56	4	3	5	4	3	4	23
57	4	5	5	4	3	4	25
58	4	5	5	4	5	4	27
59	4	5	4	4	4	5	26
60	4	4	3	3	4	4	22
61	2	4	3	4	4	4	21
62	3	3	4	2	4	3	19
63	4	3	4	3	3	3	20
64	4	5	5	3	3	4	24
65	4	4	5	4	4	5	26
66	4	3	4	4	3	4	22
67	4	4	4	3	4	4	23
68	5	5	4	3	4	5	26
69	4	4	5	4	4	4	25
70	4	3	4	1	2	2	16
71	4	4	4	5	3	3	23
72	2	4	3	3	3	3	18
73	3	3	3	4	4	5	22
74	3	3	4	2	4	4	20
75	4	4	5	3	3	4	23
76	4	3	4	4	3	3	21
77	3	4	4	4	5	5	25
78	3	4	5	4	4	4	24
79	4	4	4	4	3	3	22
80	1	3	2	4	4	4	18

Lampiran 5 Tabulasi Kuesioner Variabel Keputusan Menabung (Y)

No	Keputusan Menabung (Y)							Total Y
	YQ1	YQ2	YQ3	YQ4	YQ5	YQ6	YQ7	
1	3	3	3	4	4	3	4	24
2	4	4	4	1	1	3	1	18
3	5	4	5	3	3	3	5	28
4	4	4	4	3	3	3	4	25
5	3	4	3	4	4	4	5	27
6	4	4	4	4	4	3	4	27
7	4	1	3	3	3	3	5	22
8	3	5	3	4	4	4	4	27
9	3	4	4	4	4	4	5	28
10	4	5	5	4	4	5	4	31
11	3	4	4	4	4	3	5	27
12	4	5	4	4	4	4	4	29
13	4	4	5	5	5	4	5	32
14	5	5	5	5	5	2	5	32
15	5	4	4	4	4	2	4	27
16	4	5	4	4	4	4	4	29
17	4	4	2	5	5	3	3	26
18	4	5	5	4	4	3	3	28
19	4	5	5	3	3	3	3	26
20	4	4	4	5	5	5	5	32
21	4	4	4	3	3	3	3	24
22	4	3	2	4	4	4	3	24
23	3	3	3	3	3	3	2	20
24	3	4	3	4	4	4	4	26
25	4	5	5	5	5	4	4	32
26	3	4	4	3	3	3	3	23
27	4	4	4	4	4	5	4	29
28	4	5	3	5	5	5	5	32
29	5	5	5	4	4	5	4	32
30	5	4	4	3	3	4	4	27
31	4	4	3	4	4	4	4	27
32	4	2	4	4	4	5	2	25
33	4	5	4	5	5	5	3	31
34	4	5	4	4	4	4	3	28
35	4	4	4	4	4	3	4	27
36	3	4	4	4	4	4	4	27
37	4	1	1	2	2	4	3	17
38	3	4	5	3	3	3	3	24
39	4	3	4	3	3	3	5	25
40	4	4	5	4	4	4	4	29

No	Keputusan Menabung (Y)							Total Y
	YQ1	YQ2	YQ3	YQ4	YQ5	YQ6	YQ7	
41	5	3	4	4	4	3	3	26
42	5	4	5	3	3	4	4	28
43	5	4	4	3	3	4	5	28
44	5	5	5	5	5	5	4	34
45	5	5	4	4	4	5	3	30
46	3	5	5	3	3	4	4	27
47	5	5	4	3	3	4	4	28
48	5	5	5	4	4	3	3	29
49	5	4	5	4	4	3	3	28
50	4	3	4	5	5	3	4	28
51	4	3	3	4	4	5	3	26
52	3	4	4	5	5	3	4	28
53	3	4	5	5	5	4	4	30
54	5	5	4	4	4	3	5	30
55	4	5	4	3	3	4	5	28
56	3	4	4	4	4	4	4	27
57	3	4	4	5	5	3	4	28
58	5	4	4	4	4	3	4	28
59	4	5	5	3	3	3	4	27
60	4	4	4	5	5	5	4	31
61	4	4	4	3	3	3	2	23
62	4	3	2	4	4	4	3	24
63	3	3	3	3	3	3	4	22
64	3	4	3	4	4	4	4	26
65	4	5	5	5	5	4	4	32
66	3	4	4	3	3	3	4	24
67	4	4	4	4	4	5	4	29
68	4	5	3	4	4	4	5	29
69	4	4	4	4	4	5	4	29
70	2	2	4	3	3	4	4	22
71	3	3	5	4	4	4	4	27
72	3	3	3	4	4	5	2	24
73	4	5	5	5	5	5	3	32
74	4	4	4	4	4	4	3	27
75	3	4	4	4	4	3	4	26
76	3	3	2	4	4	4	4	24
77	5	5	4	2	2	4	3	25
78	4	4	4	3	3	3	3	24
79	3	3	3	4	4	3	4	24
80	4	4	4	1	1	3	1	18

Lampiran 6 Hasil Uji Validitas Pengetahuan Produk (X1)

Correlations

		Correlations								pengetahuan produk
		X1Q1	X1Q2	X1Q3	X1Q4	X1Q5	X1Q6	X1Q7	X1Q8	
X1Q1	Pearson Correlation	1	,380**	,403**	,791**	,386**	,073	,190	,348**	,736**
	Sig. (2-tailed)		,001	,000	,000	,000	,521	,091	,002	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X1Q2	Pearson Correlation	,380**	1	,478**	,334**	,516**	,172	,204	,174	,655**
	Sig. (2-tailed)	,001		,000	,002	,000	,128	,070	,122	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X1Q3	Pearson Correlation	,403**	,478**	1	,385**	,350**	,196	,363**	,502**	,759**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,001	,082	,001	,000	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X1Q4	Pearson Correlation	,791**	,334**	,385**	1	,431**	,008	,302**	,333**	,738**
	Sig. (2-tailed)	,000	,002	,000		,000	,941	,006	,003	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X1Q5	Pearson Correlation	,386**	,516**	,350**	,431**	1	,141	,161	,246*	,641**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001	,000		,214	,154	,028	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X1Q6	Pearson Correlation	,073	,172	,196	,008	,141	1	,385**	-,118	,363**
	Sig. (2-tailed)	,521	,128	,082	,941	,214		,000	,297	,001
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X1Q7	Pearson Correlation	,190	,204	,363**	,302**	,161	,385**	1	-,089	,516**
	Sig. (2-tailed)	,091	,070	,001	,006	,154	,000		,434	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X1Q8	Pearson Correlation	,348**	,174	,502**	,333**	,246*	-,118	-,089	1	,497**
	Sig. (2-tailed)	,002	,122	,000	,003	,028	,297	,434		,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
pengetahuan produk	Pearson Correlation	,736**	,655**	,759**	,738**	,641**	,363**	,516**	,497**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,001	,000	,000	
	N	80	80	80	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).

Lampiran 7 Hasil Uji Validitas Motivasi Spiritual (X2)

Correlations

		Correlations			
		X2Q1	X2Q2	X2Q3	motivasi spiritual
X2Q1	Pearson Correlation	1	,267*	-,118	,659**
	Sig. (2-tailed)		,017	,297	,000
	N	80	80	80	80
X2Q2	Pearson Correlation	,267*	1	-,040	,710**
	Sig. (2-tailed)	,017		,726	,000
	N	80	80	80	80
X2Q3	Pearson Correlation	-,118	-,040	1	,424**
	Sig. (2-tailed)	,297	,726		,000
	N	80	80	80	80
motivasi spiritual	Pearson Correlation	,659**	,710**	,424**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	80	80	80	80

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

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

Lampiran 8 Hasil Uji Validitas Bagi Hasil (X3)

Correlations

		Correlations						
		X3Q1	X3Q2	X3Q3	X3Q4	X3Q5	X3Q6	bagi hasil
X3Q1	Pearson Correlation	1	,380**	,403**	-,070	-,005	,131	,601**
	Sig. (2-tailed)		,001	,000	,539	,966	,247	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80
X3Q2	Pearson Correlation	,380**	1	,478**	-,003	-,064	,037	,581**
	Sig. (2-tailed)	,001		,000	,980	,570	,745	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80
X3Q3	Pearson Correlation	,403**	,478**	1	-,085	-,152	,047	,563**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,452	,178	,682	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80
X3Q4	Pearson Correlation	-,070	-,003	-,085	1	,360**	,320**	,450**
	Sig. (2-tailed)	,539	,980	,452		,001	,004	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80
X3Q5	Pearson Correlation	-,005	-,064	-,152	,360**	1	,313**	,409**
	Sig. (2-tailed)	,966	,570	,178	,001		,005	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80
X3Q6	Pearson Correlation	,131	,037	,047	,320**	,313**	1	,581**
	Sig. (2-tailed)	,247	,745	,682	,004	,005		,000
	N	80	80	80	80	80	80	80
bagi hasil	Pearson Correlation	,601**	,581**	,563**	,450**	,409**	,581**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	80	80	80	80	80	80	80

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

Lampiran 9 Hasil Uji Validitas Keputusan Menabung (Y)

Correlations

		Correlations							keputusan menabung
		YQ1	YQ2	YQ3	YQ4	YQ5	YQ6	YQ7	
YQ1	Pearson Correlation	1	,313**	,271*	-,036	-,036	,014	-,005	,352**
	Sig. (2-tailed)		,005	,015	,750	,750	,902	,966	,001
	N	80	80	80	80	80	80	80	80
YQ2	Pearson Correlation	,313**	1	,527**	,217	,217	,112	,131	,639**
	Sig. (2-tailed)	,005		,000	,053	,053	,322	,247	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80
YQ3	Pearson Correlation	,271*	,527**	1	,102	,102	-,043	,095	,521**
	Sig. (2-tailed)	,015	,000		,367	,367	,705	,404	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80
YQ4	Pearson Correlation	-,036	,217	,102	1	1,000**	,293**	,378**	,756**
	Sig. (2-tailed)	,750	,053	,367		,000	,008	,001	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80
YQ5	Pearson Correlation	-,036	,217	,102	1,000**	1	,293**	,378**	,756**
	Sig. (2-tailed)	,750	,053	,367	,000		,008	,001	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80
YQ6	Pearson Correlation	,014	,112	-,043	,293**	,293**	1	,031	,414**
	Sig. (2-tailed)	,902	,322	,705	,008	,008		,783	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80
YQ7	Pearson Correlation	-,005	,131	,095	,378**	,378**	,031	1	,523**
	Sig. (2-tailed)	,966	,247	,404	,001	,001	,783		,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80
keputusan menabung	Pearson Correlation	,352**	,639**	,521**	,756**	,756**	,414**	,523**	1
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	80	80	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).

Lampiran 10 Hasil Uji Reliabilitas Pengetahuan Produk (X1)

Reliability

Scale: ALL VARIABELS

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	80	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	80	100,0

a. Listwise deletion based on all variabels in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,751	9

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1Q1	58,1750	59,159	,681	,713
X1Q2	58,0375	61,125	,593	,724
X1Q3	57,9250	58,602	,706	,710
X1Q4	58,3125	59,433	,685	,714
X1Q5	58,0500	61,846	,583	,728
X1Q6	57,9750	65,215	,278	,750
X1Q7	57,9875	62,544	,433	,736
X1Q8	57,9750	62,961	,414	,738
pengetahuan produk	30,9625	17,328	1,000	,766

Lampiran 11 Hasil Uji Reliabilitas Motivasi Spiritual (X2)

Reliability

Scale: ALL VARIABELS

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	80	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	80	100,0

a. Listwise deletion based on all variabels in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,694	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2Q1	19,7750	6,506	,447	,653
X2Q2	19,7625	6,183	,512	,618
X2Q3	19,7750	7,797	,181	,769
motivasi spiritual	11,8625	2,297	1,000	,124

Lampiran 12 Hasil Uji Reliabilitas Bagi Hasil (X3)

Reliability

Scale: ALL VARIABELS

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	80	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	80	100,0

a. Listwise deletion based on all variabels in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,704	7

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3Q1	42,6250	24,263	,479	,666
X3Q2	42,4875	24,835	,468	,671
X3Q3	42,3750	24,541	,431	,674
X3Q4	42,7250	25,974	,319	,695
X3Q5	42,4875	26,582	,288	,700
X3Q6	42,3625	24,462	,455	,670
bagi hasil	23,1875	7,319	1,000	,498

Lampiran 13 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Menabung (Y)

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	80	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	80	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,732	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
YQ1	49,9625	42,619	,252	,733
YQ2	49,8375	38,644	,550	,697
YQ3	49,9125	40,233	,418	,713
YQ4	50,0500	37,491	,692	,680
YQ5	50,0500	37,491	,692	,680
YQ6	50,1125	41,747	,310	,727
YQ7	50,1000	40,041	,417	,713
keputusan menabung	26,9250	11,387	1,000	,656

Lampiran 14 Hasil Output SPSS

Regression

Variabels Entered/Removed^a

Model	Variabels Entered	Variabels Removed	Method
1	bagi hasil, motivasi spiritual, pengetahuan produk ^b		. Enter

- a. Dependent Variabel: keputusan menabung
 b. All requested variabels entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,669 ^a	,447	,425	2,55832	1,664

- a. Predictors: (Constant), bagi hasil, motivasi spiritual, pengetahuan produk
 b. Dependent Variabel: keputusan menabung

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	402,130	3	134,043	20,480	,000 ^b
	Residual	497,420	76	6,545		
	Total	899,550	79			

- a. Dependent Variabel: keputusan menabung
 b. Predictors: (Constant), bagi hasil, motivasi spiritual, pengetahuan produk

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6,975	2,788		2,501	,015	
	pengetahuan produk	,048	,119	,060	3,404	,007	,336 2,977
	motivasi spiritual	,057	,278	,026	2,205	,038	,467 2,140
	bagi hasil	,767	,141	,615	5,422	,000	,566 1,767

- a. Dependent Variabel: keputusan menabung

NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,50927442
Most Extreme Differences	Absolute	,060
	Positive	,047
	Negative	-,060
Test Statistic		,060
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4,786	1,618		2,958	,004		
pengetahuan produk	-,084	,069	-,231	-1,219	,227	,336	2,977
motivasi spiritual	,184	,161	,183	1,141	,257	,467	2,140
bagi hasil	-,102	,082	-,182	-1,247	,216	,566	1,767

a. Dependent Variable: AbsUt



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

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan telp/Fax (024)7608454 Semarang 50185
website : febi. Walisongo.ac.id – Email febi @ walisongo.ac.id

Nomor : 3452/Un.10.5/D1/PG.00.00/09/2021
Sifat : Biasa
Lamp. : -
Hal : Permohonan Ijin Riset / Penelitian

30 September 2021

Kedada Yth :
Pimpinan BSI eks BSM KC Kudus
Di Tempat.

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, kami sampaikan bahwa dalam rangka penyusunan Skripsi untuk mencapai gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dengan ini kami memohon kesediaan Bapak / Ibu memberikan izin riset kepada :

Nama : RISTI WULANDARI
Nim : 1605036107
Semester : XI
Jurusan / Prodi : S1 Perbankan Syariah
Alamat : Ds. Wates Rt. 02/03 Kec. Undaan Kab. Kudus
Tujuan Penelitian : Mencari data untuk penyusunan Skripsi
Judul Skripsi : PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK, MOTIVASI SPIRITUAL DAN BAGI HASIL TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH UNTUK MENABUNG DI BANK SYARIAH MANDIRI KUDUS
Waktu Penelitian : 01 Oktober 2021 sampai selesai
Lokasi Penelitian : Jl. A. Yani, Ruko A. Yani No.09 Kel. Panjungan Kec. Kota Kudus Kab. Kudus

Demikian surat permohonan riset, dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

A.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik
lembagaan,



Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Identitas

Nama Lengkap : Risti Wulandari
NIM : 1605036107
TTL : Kudus, 28 Oktober 1998
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Desa Wates Rt. 02/Rw. 03
Kecamatan Undaan Kabupaten Kudus
Golongan Darah : O
Status Perkawinan : Belum Menikah
Agama : Islam
Kewarganegaraan : WNI
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 Perbankan Syariah
Universitas : UIN Walisongo Semarang
No. HP : 085715897672
Email : hilandrarity@gmail.com

Pendidikan Formal

2003 – 2004 : RA Tarbiyatul Wildan
2004 – 2010 : MI NU Tarbiyatul Wildan
2010 – 2013 : MTs Negeri 1 Kudus
2013 – 2016 : MAN 2 Kudus
2016 – Sekarang : UIN Walisongo Semarang

Pengalaman Organisasi

1. PR. IPNU IPPNU Desa Wates Kecamatan Undaan Kabupaten Kudus
2. Pramuka
3. Kelompok Studi Pasar Modal (KSPM) UIN Walisongo Semarang
4. Keluarga Mahasiswa Kudus Semarang (KMKS) UIN Walisongo Semarang
5. MAN 2 Kudus – UIN Walisongo (MADUSONGO)
6. Praktik Kerja Lapangan (PKL/Magang) BSM KC Kudus
7. Karang Taruna Tunas Jaya Wates (KARTUN JAWA) Desa Wates Kecamatan Undaan Kabupaten Kudus