

**PENGARUH PENGETAHUAN, RELEGIUSITAS DAN PELAYANAN
TERHADAP MINAT MENABUNG DI BANK SYARIAH
(Studi Kasus Pondok Pesantren Al-Ma'rufiyah Bringin)**

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata S1
Jurusan Perbankan Syariah



Oleh :

AL MA'IS (1905036183)

**S1 PERBANKAN SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
2022**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp. : 4 (empat) eksemplar
Hal : Persetujuan Naskah Skripsi
An. Sdr. Al Ma'is

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Walisongo

Assalamu'alaikum Wr. Wb

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

Nama : Al Ma'is
NIM : 19050536183
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Pelayanan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi kasus Pondok Pesantren Al Ma'rufiyah Bringin).

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Semarang, 16 Juni 2022

Pembimbing I



Dr. H. Nur Fatoni, M.Ag.
NIP. 19730811 200003 1 004

Pembimbing II



Arif Afendi, SE., M. Sc
NIP. 19850526 201503 1 002

PENGESAHAN

Skripsi Saudara : Al Ma'is
NIM : 19050536183
Judul Skripsi : Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Pelayanan Terhadap
Minat Menabung di Bank Syariah (Studi kasus pondok
pesantren Al-Ma'rufiyah Bringin)

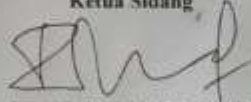
Telah di munaqosahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan lulus dengan
Prediket cumlaude/baik/cukup/, pada tanggal :

06 Juli 2022

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar sarjana Strata 1,
Tahun Akademik 2022-2023.

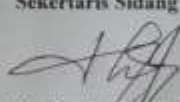
Semarang, 06 Juli 2022

Ketua Sidang



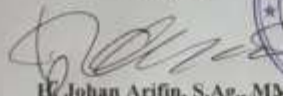
Irma Istiariyani, SE., M. Si.
NIP. 198807082019032013

Sekretaris Sidang



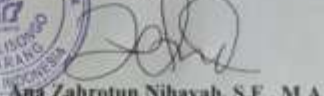
Arif Afendi, SE., M. Se
NIP. 19850526 201503 1 002

Penguji I



H. Johan Arifin, S.Ag., MM
NIP. 19710908 200212 1 001

Penguji II



Ana Zahrotun Nihayah, S.E., M.A.
NIP. 198910092019032018

Pembimbing I



Dr. H. Nur Fatoni, M.Ag.
NIP. 19730811 200003 1 004

Pembimbing II



Arif Afendi, SE., M. Se
NIP. 19850526 201503 1 002

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, Bertaqwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum di pungut) jika kamu orang beriman.”

(Qs Al Baqarah Ayat 278)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah Puji Syukur Kehadirat Allah SWT yang telah memberikan ribuan nikmat yang tak terhitung, sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada junjungan Nabi agung Muhammad SAW yang selalu diharapkan syafaatnya di yaumul qiyamah nanti. Dengan ini penulis akhirnya menyelesaikan tugas akhir kuliah yaitu skripsi yang penulis persembahkan kepada :

1. Kedua orang tua secara lahir dan batin, yang telah merawat dan membesarkanku. Beliau yang senantiasa menyertaiku dalam doa, mendukungku dari segala arah, selalu memberiku semangat.
2. Kedua dosen pembimbing skripsi dan semua dosen fakultas ekonomi dan bisnis islam uin walisongo yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan proses pengerjaan skripsi
3. Keluarga besar ponpes Al karonsih yang telah menemani dari awal masuk kuliah sampai selesai kuliah ini.
4. Sahabat-sahabat yang telah menemani, membantu, dan menyemangati untuk mengerjakan skripsi.
5. Semua pihak yang telah membantu selama proses penulisan skripsi.

Terima kasih banyak ku ucapkan kepada seluruh pihak yang senantiasa membantu ku dalam penyusunan skripsi ini. Semoga Allah senantiasa membalas kebaikan kalaian.

DEKLARASI

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

Semarang, 16 Juni 2022



Al Ma'is

Nim : 1905036183

PEDOMAN TRANSLITERASI HURUF ARAB – LATIN DAN SINGKATAN

a. *Transliterasi Arab-Latin*

Transliterasi merupakan hal yang penting dalam skripsi karena pada umumnya banyak istilah Arab, nama orang, judul buku, nama lembaga dan lain sebagainya yang aslinya ditulis dengan huruf Arab harus disalin ke dalam huruf Latin. Untuk menjamin konsistensi, perlu ditetapkan satu transliterasi sebagai berikut:

1. Kata Konsonan

Fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dengan huruf dan tanda sekaligus.

Dibawah ini daftar huruf Arab itu dan Transliterasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kha	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es

ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘Ain	‘	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal Bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal Bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
◌َ	Fathah	A	A
◌ِ	Kasrah	I	I
◌ُ	Dhammah	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap Bahasa Arabnya yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ي-اَ	Fathah dan ya	Ai	a dan i
و-اَ	Fathah dan wau	Au	a dan u

c. Vokal Panjang (maddah)

Vokal panjang atau maddah yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	Fathah dan alif	Ā	a dan garis di atas
يَ	Fathah dan ya'	Ā	a dan garis di atas
يِ	Kasrah dan ya'	Ī	i dan garis di atas
وُ	Dhammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua yaitu:

a. Ta marbutah hidup

Ta marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah, dan dhammah, transliterasinya adalah (t)

b. Ta marbutah mati

Ta marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah (h)

c. Kalau pada kata yang terakhir dengan ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata

itu terpisah, maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h)

Contoh: روضة الأطفال: raudah al-atfāl.

4. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam ixaluaix tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

زَيْنَ: zayyana

5. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf al namun dalam transliterasi ini kata sandang dibedakan atas kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah.

a. Kata sandang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf (1) diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

b. Kata sandang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai pula bunyinya. Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun huruf qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan kata sandang.

Contoh:

الرَّجُلُ: ar-rajulu

6. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof, namun itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Jika hamzah itu terletak di awal kata, maka hamzah itu tidak dilambangkan karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

شَيْءٌ: syai'un

7. Penulisan kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim, maupun harf, ditulis terpisah, hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazimnya dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan. Maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh: وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ

: Fa aufu al-kaila wa al-mîzāna

8. Huruf kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersendiri, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh: وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ

: wa mā Muhammadun illā rasuul

Penggunaan huruf kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain, sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh: **لِلّٰهِ الْأَمْرُ جَمِيعًا**

: Lillāhi al-amru jamî'an

a. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tidak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu, peresmian pedoman transliterasi Arab Latin (Versi Indonesia) ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dilakukan adalah :

SWT	= <i>subhanallahu wata'ala</i>
SAW	= <i>sallallahu</i> „ <i>alaihi</i> <i>wasallam</i>
a.s	= „ <i>alaihi al-sallam</i>
H	= Hijriah
M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
QS	= Qur'an Surat
HR	= Hadits Riwayat

ABSTRAK

Kondisi saat ini dimana perkembangan zaman yang begitu cepat, memudahkan masyarakat dalam memperoleh informasi secara luas dan cepat. Namun kesadaran santri akan manfaat perbankan syariah masih kurang. Pemanfaatan dari adanya teknologi dalam perolehan informasi dapat memicu sekaligus meningkatkan minat untuk menabung. Tujuan dari penelitian untuk melihat apakah pengetahuan, religiusitas, dan pelayanan dapat mempengaruhi minat santri pondok Al Ma'rufiyah menjadi nasabah di Bank Syariah.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif melalui data primer sebagai sumber informasi, untuk mendapatkan informasi yang diperlukan penulis menggunakan kuesioner yang disebar kepada 100 responden dan di analisis menggunakan aplikasi spss.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan terdapat pengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah dengan nilai t hitung sebesar 2,108 dengan signifikansi 0,000 ($2,108 > 0,000$). Religiusitas terdapat pengaruh dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah dengan nilai t hitung sebesar 2,050 dengan signifikansi 0,000 ($2,050 > 0,000$). Pelayanan terdapat pengaruh dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah dengan nilai t hitung sebesar 2,481 dengan signifikansi 0,000 ($2,481 > 0,000$).

Kata Kunci : Pengetahuan, Religiusitas, Pelayanan dan Minat.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah swt yang telah memberikan pertolongan dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “ pengaruh pengetahuan, religiusitas, dan pelayanan terhadap minat menabung di bank syariah (Studi kasus pondok pesantren Al Ma’rufiyah bringin).

Skripsi ini bertujuan untuk menganalisis signifikansi pengaruh pengetahuan, religiusitas, dan pelayanan terhadap minat menabung di bank syariah pada pondok pesantren Al ma’rufiyah bringin. Disamping itu skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan program pendidikan sarjana pada jurusan S1 perbankan syariah fakultas ekonomi dan bisnis islam universitas walisongo semarang.

Dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini, penulis mendapat dukungan, bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak prof. Dr. Imam Taufiq, M. Ag. Selaku rektor uin walisongo semarang.
2. Bapak Dr. H. Muhammad Saifullah, M. Ag. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Uin Walisongo Semarang.
3. Ibu Heny Yuningrum, S.E, M.Si selaku ketua jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang
4. Ibu Muyassarah, M.Si, selaku Sekretaris Jurusan S1 perbankan Syariah Fakultas ekonomi dan bisnis islam uin walisongo semarang
5. Bapak nur fathoni selaku pembimbing 1 yang telah memberikan bimbingan, kesabaran, ketulussan dan pengarahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Arif Afendi, S.E, M.Sc, selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, dan memberikan banyak masukan serta saran dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Sebuah dosen dan staff jurusan S1 perbankan syariah dan teman-teman PBAS-TR yang telah sabar, membantu selama proses perjalanan

perkuliahan penulis, mudah-mudahan kebaikan yang telah kalian berikan dibalas oleh Allah Swt, dan semoga ilmu yang diterima oleh penulis dapat bermanfaat dan diamankan dengan sebaik-baiknya.

8. Kedua orang tua ku tercinta, Bapak Jumari dan Ibu Kartini, yang telah merawat dan membesarkanku. Beliau yang senantiasa menyertaiku dalam do'a, mendukungku dari segala arah, selalu memberiku semangat,
9. Kakak ku Ahmad Luthfi dan Ulfah andriyani yang mendoakan serta memberi semangat.
10. Semua sahabat, teman-teman penulis dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu terimakasih atas dos yang telah diberikan, dan selama ini selalu membantu dalam segala hal dan menyemangati ketika kuliah.
11. Keluarga besar ponpes Al karonsih yang telah menemani dari awal masuk kuliah sampai selesai kuliah ini.

Semarang, 16 Juni 2022

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Al Ma'is', written in a cursive style.

Al Ma'is

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	i
PENGESAHAN	ii
MOTTO.....	iii
PERSEMBAHAN	iv
DEKLARASI	v
TRANSLITERASI.....	vii
ABSTRAK	xii
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR	xix
BAB I	
PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II	
TINJUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 <i>Theory Of Planned Behavior (TPB)</i>	8

2.1.2	Pengetahuan.....	10
2.1.3	Religiusitas.....	13
2.1.4	Pelayanan.....	15
2.1.5	Minat.....	16
2.1.6	Bank Syariah.....	17
2.2	Penelitian Terdahulu.....	19
2.3	Kerangka Teori.....	22
2.4	Hipotesis.....	23

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1	Jenis dan Sumber Data.....	27
3.2	Populasi dan Sampel.....	27
3.3	Metode Pungumpulan Data.....	29
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.5	Variabel Penelitian & Pengukuran.....	31
3.6	Teknik Analisia Data.....	33

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PERSEMBAHAN

4.1	Gambaran Umum Penelitian.....	39
4.2	Pengujian dan Hail Analisis Data.....	42
4.3	Teknik Analisis Data.....	45
4.4	Metode Analisis.....	46
4.5	Uji Asumsi Klasik.....	49
4.6	Analisis Regresi Liniear Berganda.....	54
4.7	Pembahasan dan Analisis Data.....	59

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan.....	63
5.2 Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA.....	65
LAMPIRAN.....	68
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	96

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1 Nilai Skala Likert	30
Tabel 3.2 Indikator Variabel Penelitian	32
Tabel 4.1 Distribusi Sampel	44
Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur	45
Tabel 4.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan	45
Tabel 4.5 Hasil Pengujian Statistik Deskriptif	46
Tabel 4.6 Uji Validitas dengan R Tabel	48
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas	49
Tabel 4.8 Uji Normalitas One-sampel K-S	52
Tabel 4.9 Uji Multikolinearitas	53
Tabel 4.10 Uji Heteroskedastisitas	54
Tabel 4.11 Uji Regresi Linear Berganda	56
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Signifikan Parsial (Uji T)	58
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Signifikan Simultan (Uji F)	59
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritik	22
Gambar 4.1 Letak Pondok Pesantren	43
Gambar 4.2 Histogram Uji Normalitas	50
Gambar 4.3 Uji Normalitas P_Plot	51
Gambar 4.4 Uji Heteroskedastisitas	55

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bank syariah adalah bank yang secara operasional berbeda dengan bank konvensional. Salah satu ciri khusus bank syariah adalah tidak menerima atau membebani bunga kepada nasabah, akan tetapi menerima atau membebaskan bagi hasil serta imbalan lain sesuai dengan akad-akad yang diperjanjikan.¹ Bank syariah juga dapat diartikan sebagai lembaga keuangan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan Al-Qur'an dan hadis Nabi SAW.²

Sistem keuangan syariah mulai muncul di Indonesia sejak berdirinya Bank Muamalat Indonesia tahun 1991, setelah itu disusul oleh bank-bank lainnya, termasuk BPR Syariah serta Baitul Maal wa Tamwil (BMT). Untuk mendukung perkembangan perbankan syariah di Indonesia pemerintah mengeluarkan Undang-Undang No.21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah yang terbit tanggal 16 Juli 2008. Oleh karena itu, pengembangan industry perbankan syariah nasional semakin memiliki landasan hukum yang memadai dan akan mendorong pertumbuhannya secara lebih cepat lagi. Hal ini dapat dilihat dari perkembangan perbankan nasional yang sebagian besar memiliki unit ataupun cabang syariah antara lain Bank Syariah Mandiri, Bank Mega Syariah, Bank Negara Indonesia (BNI) Syariah, Bank tabungan Negara (BTN) Syariah, unit syariah Bukopin, Bank Rakyat Indonesia (BRI) Syariah dan sebagainya.³

Perkembangan bank syariah di Indonesia semakin pesat, terlihat dari semakin beragamnya produk-produk perbankan syariah yang dapat menarik nasabah untuk memakai jasa perbankan syariah, seperti produk tabungan. Awalnya perbankan syariah hanya dikenal oleh sebagian kecil masyarakat akan

¹ Ismail. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011, hal 29

² Khaerul umam. *Manajemen Perbankan Syariah*. Bandung: Pustaka setia, 2013, hal.15

³ Feti Rukmanasari, "Pengaruh Pengetahuan, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah menggunakan Jasa Pegadaian Syariah", *Skripsi fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Salatiga, 2017*, hal.15

tetapi dengan terus berkembangnya perbankan syariah sekarang sudah banyak masyarakat plosok desa yang sudah mengenal perbankan syariah.

Maka dari itu ada banyak potensi untuk masyarakat Indonesia yang mayoritas notabnya seorang muslim, mempunyai banyak peluang untuk menjadi nasabah perbankan syariah yang sekarang sudah berkembang dan sudah ada disetiap kota. Namun nyatanya, tidak banyak masyarakat Indonesia yang mayoritasnya muslim, mengerti tentang perbankan syariah termasuk para santri yang notabnya adalah masyarakat muslim yang kental dengan ilmu agama.

Bank Syariah yang ada di Indonesia tergolong meningkat 80% dari tahun 2018 sampai maret 2021. Dan sektor perbankan syariah telah menyumbangkan kurang lebih 6% atau sekitar menyumbang \$634 miliar aset industri pada perbankan yang ada di Indonesia.⁴

Jumlah pondok pesantren yang ada di Indonesia berdasarkan data Kementerian Agama Republik Indonesia pada triwulan 1-2021 ada sekitar 31.385. Pesantren tidak hanya mengajarkan tentang pelajaran agamanya, namun seorang santri dilatih untuk disiplin pada waktu, menghargai setiap apa yang kita miliki dan pelajaran lainnya yang dapat kita ambil. Dari jumlah yang tertera diatas 44.2% nya memiliki potensi ekonomi yang tinggi.⁵ Diharapkan dari jumlah tersebut, jumlah santri yang ada di pondok pesantren dapat menggunakan sistem ekonomi berbasis syariah khususnya perbankan syariah.

Di Indonesia sendiri memiliki peluang bahwasannya anak di pondok pesantren memiliki rekening yang berbasis syariah sesuai dengan ajaran agama islam. Namun terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi minat menabung pada bank syariah pada anak di pondok pesantren. Salah satu faktor yang

⁴ Reuters. 2021. "Jumlah Bank Syariah di Indonesia Meningkat". <https://www.voaindonesia.com/a/jumlah-bank-syariah-di-indonesia-meningkat/5944356.html>. Diakses pada 25 September 2021

⁵ Ali Akhmad Noor Hidayat. 2021. "Airlangga Bidik Potensi Ekonomi Syariah 31 Ribu Pesantren". <https://bisnis.tempo.co/read/1471993/airlangga-bidik-potensi-ekonomi-syariah-31-ribu-pesantren/full&view=ok>. Diakses pada 26 September 2021

mempengaruhi minat terhadap perbankan syariah adalah faktor pengetahuan. Pengetahuan adalah informasi, informasi bisa diperoleh melalui berbagai media, seperti iklan pada majalah, televisi, koran, radio, pamflet, bahkan bisa juga melalui pengalaman seseorang.

Pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa (dalam hal ini produk dan jasa bank syariah), serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen.

Pengetahuan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi dalam hal minat menabung, hal ini diperkuat dengan penelitian sebelumnya. Peneliti Indra Siswanti, Abdul Haris Romadhoni dan Dita Ratnasari, Rif'at Maulidi, yang menyatakan faktor pengetahuan berpengaruh positif terhadap minat menabung di bank syariah.⁶

Begitu pula dengan religiusitas dengan tujuan terhindarnya dari riba merupakan faktor pendorong untuk pengambilan keputusan menabung. Dalam penelitian Nur ismail riskyono, putri hartini, yang menyatakan bahwa faktor keyakinan merupakan faktor dominan yang mempengaruhi keputusan menabung di bank syariah.⁷

Religiusitas adalah seberapa jauh pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan, seberapa pelaksanaan ibadah dan kaidah, dan seberapa dalam penghayatan atas agama yang dianutnya. Bagi seorang muslim, religiusitas dapat diketahui dari seberapa jauh pengetahuan, keyakinan, pelaksanaan dan penghayatan atas agama islam. Religiusitas seseorang diwujudkan dalam berbagai sisi kehidupannya. Aktivitas beragama bukan hanya terjadi ketika seseorang melakukan perilaku ritual (beribadah), tetapi juga ketika melakukan

⁶ Abdul Haris R,Dita R, *Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah*, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam,Vol.04,Nomor.02,2018,hal 141

⁷ Ismail, Putri Hartini. *Pengaruh Pengetahuan dan religiusitas terhadap santri memilih produk perbankan syariah (studi pada pesantren di aceh besar)*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis islam, IAIN Salatiga, Skripsi, 2019, hal. 35

aktivitas lain yang didorong oleh kekuatan lain. Bukan hanya berkaitan dengan kegiatan yang tampak dan dapat dilihat dengan mata, tetapi juga aktivitas yang tidak tampak dan terjadi pada diri seseorang berdasarkan sikap ini maka manusia dalam melakukan suatu aktivitas sesuai dengan ketentuan agama, sesuai dengan perintah tuhanNya dengan tujuan mendapatkan keridhaan-Nya.

Selain kedua faktor tersebut, faktor pelayanan juga menjadi pertimbangan dalam menentukan minat menabung di penelitian Heni Khamdayah yang menyatakan bahwa faktor pelayanan berpengaruh positif terhadap minat menabung di bank syariah. Pelayanan dalam dunia perbankan identik dengan pegawai. Bagaimana kecakapan pegawai dalam melayani nasabah, keramahan pegawai/mengucapkan salam kepada nasabah, hingga kerapian/cara berpakaian pegawai itu sendiri. Berawal dari kualitas pelayanan maka akan berimbas pada minat masyarakat untuk menabung di suatu lembaga keuangan, minat (*interest*) digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan tindakan yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan tersebut.

Jika melihat data yang ada pada Otoritas Jasa Keuangan (OJK), market share Bank Syariah pada periode Januari 2021 kurang lebih sebesar 6.5%.⁸ Sangat jelas hasil market share ini memiliki perbandingan yang sangat jauh jika harus disandingkan dengan market share perbankan konvensional. Padahal Indonesia punya peluang yang sangat besar karena penduduknya mayoritas muslim terlebih banyak pondok pesantren yang tersebar di seluruh Indonesia.

Pada penelitian ini, penulis menggunakan tiga faktor yang akan digunakan sebagai landasan untuk mengetahui pengaruh minat santri terhadap menabung di bank syariah, diantaranya yaitu faktor pengetahuan, religiusitas, dan pelayanan. Dalam hal ini, peneliti mengambil objek penelitian di Pondok Pesantren Al-Makrufiyah Bringin, yang sejak berdirinya pondok tersebut sudah mengalami perkembangan yang pesat hingga saat ini.

⁸ ISE. OJK. "Perbankan Syariah Indonesia Tumbuh di pandemi. www.idxchannel.com. Diakses pada 25 September 2021.

Pada pesantren al-Makrufiyah Bringin, sudah digalakkan bahwasannya menabung haruslah menggunakan perbankan yang berbasis syariah, lantaran anak pondok pesantren telah mengerti mana yang baik dalam ajaran islam dan juga mana yang dilarang oleh agama.⁹ Bank konvensional menerapkan unsur bunga dan itu termasuk riba.

Melihat adanya celah dalam permasalahan itu maka penulis ingin melakukan penelitian secara mendalam mengenai itu dengan menawarkan judul skripsi yaitu **“Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, dan Pelayanan terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Pondok Pesantren Al-Makrufiyah Bringin).**

1.2 Rumusan Masalah

Melihat latar belakang yang telah diuraikan, maka penulis dapat merumuskan masalah dalam penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh pengetahuan tentang perbankan syariah terhadap minat santri pondok menabung di Bank Syariah?
2. Bagaimana pengaruh religiusitas terhadap minat santri pondok menabung di Bank Syariah?
3. Bagaimana pengaruh pelayanan terhadap minat santri pondok menabung di Bank Syariah?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan tentang perbankan syariah terhadap minat santri pondok menabung di Bank Syariah.
2. Untuk mengetahui pengaruh religiusitas terhadap minat santri menabung di Bank Syariah.
3. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan pegawai terhadap minat santri pondok menabung di Bank Syariah.

⁹ Hasil wawancara dengan Gus Saeful Amar, Lc., M.SI pada tanggal 30-09-2021

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi peneliti

Untuk mengembangkan , dan menerapkan serta melatih berpikir secara ilmiah sehingga dapat memperluas wawasan apabila saat menghadapi masalah.

2. Bagi praktisi

Sebagai referensi dalam melakukan kebijakan maupun evaluasi dalam suatu perusahaan yang berhubungan untuk meningkatkan jumlah nasabah.

3. Bagi akademisi

Untuk menambah wawasan ilmu pengetahuan dan menjadikan informasi atau referensi untuk peneliti lain yang tertarik melakukan penelitian lebih lanjut.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam sistematika pembahasan ini, penulis membagi menjadi lima bab seperti yang dijabarkan dibawah ini :

BAB I Pendahuluan, dalam bab ini latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II Landasan Teori, dalam bab ini membahas teori-teori dasar, dan teori-teori penunjang yang berhubungan dengan masalah .

BAB III Metode Penelitian, dalam bab ini berisi pendekatan penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, pengolahan dan analisis data.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan, dalam bab ini menjelaskan hasil analisis dari pengolahan data, baik analisis data secara deskriptif maupun analisis pengujian hipotesis yang telah dilakukan.

BAB V Penutup, bab ini merupakan bab terakhir yang merupakan kesimpulan dan saran dari hasil penelitian.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 *Theory Of Planned Behavior (TPB)*

Theory reasoned action merupakan asal mula dari *Theory of Planned Behavior*. Menurut Fishbein dan Ajzen (1975) bahwa dalam melakukan pekerjaan difaktori oleh beberapa alasan yaitu norma subjektif dan sikap terhadap perilaku. Setelah Ajzen (1988) melakukan pengembangan teori tindakan individu dipengaruhi oleh tiga faktor, yaitu sikap terhadap perilaku (*behavior belief*), yaitu keyakinan kemungkinan terjadinya perilaku, norma subjektif (*normative belief*) atau keyakinan tentang ekpetasi normatif dari orang lain serta motivasi untuk mengafirmasi ekpetasi tersebut, dan kontrol perilaku persepsian individu (*perceived behavior control*) atau keyakinan tentang keberadaan faktor-faktor yang membuat seseorang terpengaruh untuk melakukan pekerjaan tingkah laku serta kekuatan persepsian dari faktor-faktor.

Theory of planned behavior adalah sebuah teori yang menerangkan bahwa sikap terhadap perilaku yang didasari oleh niat atau motivasi seseorang untuk melakukan pekerjaan, demikian perlu pertimbangan sikap seseorang dalam menguji norma subjektif serta mengontrol perilaku persepsian orang tersebut. Sikap menyukai atau tidak menyukai terhadap suatu perilaku, kepercayaan normatif menciptakan norma subjektif, dan kepercayaan kontrol perilaku persepsian terjadi secara keseluruhan dari kepercayaan–kepercayaan perilaku.

Maka dapat disimpulkan bahwa penerapan *theory of planned behavior* dalam minat memilih produk, seseorang akan menilai sikap terhadap minat memilih produk tertentu kemudian memandang norma subjektif ketika memiliki minat memilih

terhadap sesuatu tertentu dan mengukur persepsi kontrol perilaku ketika memiliki minat memilih terhadap sesuatu tertentu sehingga menimbulkan niat atau motivasi untuk memilih sesuatu tersebut secara lebih luas, ketiga hal tersebut dapat dipahami sebagai berikut:

a. Sikap (Attidute)

Menurut Ajzen (2005) *attitude towards the behavior* atau sikap adalah suatu tanda kecenderungan kognitif, efektif, secara tingkah laku yang dipehami dalam merespon dengan tingkah laku positif maupun negatif terhadap objek, situasi, intitusi, konsep, dan seseorang. Maka dari itu sikap seseorang terhadap tingkah laku ditentukan oleh keyakinan terhadap akibat yang ditimbulkan oleh perilaku tersebut atau yang biasa disebut dengan *behavioral beliefs*. Ditinjau secara umum, seseorang yang percaya suatu tingkah laku dapat menciptakan *outcome* yang positif maka seseorang tersebut akan lebih bersikap favorable terhadap tingkah laku tersebut dan begitupun sebaliknya semakin seseorang yang percaya suatu tingkah laku memberikan dampak negatif maka seseorang tersebut akan lebih bersikap *unfavorable* terhadap tingkah laku tersebut.

Seperti halnya masyarakat yang memiliki minat memilih terhadap produk tertentu akan melihat akibat dari memilih suatu produk tertentu memberikan dampak positif atau negatif, sehingga muncul minat untuk memilih. Jika dilihat dari minat suatu produk yang memberikan dampak negatif maka masyarakat akan cenderung memiliki keinginan untuk tidak memilih produk tersebut. Seperti apabila seseorang minat memilih bank konvensional memiliki nilai negatif untuk masyarakat maka masyarakat akan muncul keinginan untuk tidak memilih produk tersebut.

b. Norma Subjektif (Subjective Norm)

Norma subjektif merupakan pemikiran seseorang terhadap kepercayaan-kepercayaan orang lain yang dilandaskan pada *belief* yang disebut *normative belief*, tentang melakukan atau tidak melakukan perilaku dari referent atau kelompok dan orang yang dapat memberi pengaruh terhadap pandangan individu seperti keluarga, teman, sahabat, rekan kerja, atau lainnya terhadap suatu tingkah laku. Norma subjektif didefinisikan terciptanya persepsi seseorang terhadap tekanan sosial yang ada untuk menunjukkan atau tidak suatu perilaku.

Seperti halnya ketika seseorang memiliki keinginan untuk membeli suatu barang tertentu akan menilai pandangan dari orang sekitarnya tentang produk tersebut. Seperti ketika memilih produk bank konvensional atau syariah, kemudian akan menilai pandangan orang sekitarnya akan melakukan atau tidak melakukan jika seseorang tersebut memilih menabung di bank syariah. ketika pandangan orang sekitar menerima maka akan timbul keinginan memilih produk tersebut.

c. Persepsi Kontrol Perilaku (Perceived Behavior Control)

Persepsi kontrol perilaku merupakan sebagai fungsi *control beliefs* yaitu *beliefs* seseorang terhadap kemungkinan terjadinya kesulitan untuk mengerjakan sesuatu, atau *perceived behavior control* bisa diartikan faktor kemudahan.

Dapat dipahami bahwa ketika seseorang melakukan sesuatu dan berhasil maka keberhasilan kinerja serta perilaku tergantung dari kemampuan seseorang untuk mengendalikan faktor yang bisa mempengaruhi perilakunya. Dapat dicontohkan seperti masyarakat memiliki minat tertentu, sebelumnya masyarakat tersebut pasti mendapatkan kesulitan untuk memilih produk tersebut, dan akhirnya dapat diatasi,

maka masyarakat tersebut bisa memiliki minat untuk memilih produk tersebut.

2.1.2 Pengetahuan

Pengetahuan adalah suatu yang dimiliki oleh manusia menggunakan pancaindra. Menurut Muhammad Hatta, pengetahuan adalah sesuatu yang didapat dari pengalaman dan membaca. Pengetahuan sangat berbeda dengan ilmu pengetahuan karena ilmu pengetahuan merupakan pengetahuan yang didapat dengan cara analisis. Sebagai contoh kita membaca majalah, kita menjadi tahu tentang suatu cerita atau berita atau kejadian tertentu. Dengan adanya pengetahuan, membuat kita dari sebelumnya tidak tahu menjadi tahu.¹⁰

Menurut Notoadmojo pengetahuan merupakan hasil dari observasi dan penelitian dari seseorang terhadap benda maupun informasi suatu objek. Pengetahuan adalah konsekuensi dari menyadari apa yang terjadi setelah seseorang mendeteksi suatu objek tertentu. Pengetahuan di bidang intelektual tercakup dalam 6 tingkat antara lain:¹¹

a. Tahu (know)

Tahu adalah tingkatan pertama dari pengetahuan yakni mengingat suatu materi maupun informasi yang telah diterima maupun dipelajari dari hal yang tidak diketahui sebelumnya. Selanjutnya mengulang kembali atau mengingat kembali secara spesifik apa yang telah diterima maupun yang dipelajari dari objek informasi sebelumnya merupakan masih dalam tingkatan tahu.

¹⁰ Muhammad Nurdin. *Kiat Menjadi Guru Profesional*, Yogyakarta: Prismsophie, Cetakan Ke-I, 2004, hal. 139

¹¹ Alfiatul Rohmaniah. *Pengaruh Pengetahuan, Promosi, Lokasi, dan Brand Image Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah Dengan Regiusitas Sebagai Variabel Moderating*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis islam, IAIN Salatiga, Skripsi, 2019, hal. 29

b. Memahami (comprehension)

Memahami merupakan tingkatan kedua dari pengetahuan yakni seseorang mampu menjelaskan materi maupun objek informasi yang sudah diterima dari tahap pertama sehingga tidak hanya sekedar mengetahui, sehingga mampu mempresentasikan dari objek informasi yang telah diperoleh sebelumnya secara detail dan spesifik.

c. Aplikasi (application)

Aplikasi disini maksudnya mampu menginterpretasikan informasi atau pengetahuan yang telah diperolehnya ke dalam kehidupan rill sebetulnya. Aplikasi yang dimaksudkan yakni baik berupa teori-teori, rumus, hukum-hukum, dan prinsip.

d. Analisis (analysis)

Analisis adalah kemampuan seseorang dalam menjabarkan atau menganalisis suatu peristiwa atau permasalahan yang berkaitan dengan informasi yang sudah diperoleh sebelumnya menjadi suatu komponen-komponen yang saling berkaitan.

e. Sintesis (syntesis)

Sintesis adalah bentuk kinerja atau kemampuan seseorang menghubungkan komponen-komponen yang saling berkaitan sebelumnya kedalam suatu keseluruhan hal yang baru.

f. Evaluasi (evaluation)

Evaluasi adalah suatu kemampuan seseorang untuk menilai suatu objek maupun informasi. Penilaian ini muncul sesuai dengan informasi yang diperoleh sebelumnya.

2.1.3 Religiusitas

a. Pengertian Religiusitas

Religiusitas adalah keberagamaan, yaitu suatu keadaan yang ada dalam diri seseorang yang mendorongnya untuk bertingkah laku sesuai dengan ketaatannya kepada agama.¹²

Religius adalah suatu kesatuan unsur-unsur yang komprehensif, yang menjadikan seseorang disebut sebagai orang beragama dan bukan sekedar mengaku punya agama. Yang meliputi pengetahuan agama, keyakinan agama, pengalaman ritual agama, perilaku atau moralitas agama, dan sikap sosial keagamaan. Dalam islam religiusitas dari garis besarnya tercermin dalam pengalaman aqidah, syariah, dan akhlak, atau sering didengar iman, islam, dan ihsan. Bila semua unsur itu telah dimiliki seseorang maka dia insan beragama yang sesungguhnya.¹³

b. Dimensi-dimensi Religiusitas

Menurut R. Strak dan C.Y. Glock dalam bukunya yang berjudul “American piety: the nature of religious” yang dikutip oleh ancok dan suroso dimensi religiusitas dibagi menjadi lima yaitu:

1. *Religious Belief (The Ideological Dimension)*, yaitu tingkat sejauh mana seseorang menerima hal-hal yang dogmatic dalam agamanya. Misalnya kepercayaan adanya tuhan, malaikat, surga, neraka, dan lain sebagainya.
2. *Religious Practise (The Ritualistic Dimension)*, yaitu tingkat sejauh mana seseorang melakukan kewajiban-kewajiban ritual dalam agamanya. Misalnya shalat, puasa, zakat, haji, dan ibadah muamalah lainnya.

¹² Jalaludin Rahmat. *Psikologi Agama*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003), h. 88

¹³ Zakiah Daradjat. *Ilmu Jiwa Agama*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1993) h.132

3. *Religious Feeling (The Experiential Dimension)*, yaitu perasaan-perasaan atau pengalaman keagamaan yang pernah dialami dan dirasakan seseorang. Misalnya merasa dekat dengan tuhan, merasa takut berdosa, atau merasa diselamat oleh tuhan.
4. *Religious Knowledge (The Intelektual Dimension)*, yaitu seberapa jauh mengetahui tentang ajaran agamanyaterutama yang ada dalam kitab suci maupun lainnya.
5. *Religious Effect (The Consecquential Dimension)*, yaitu dimensi yang menunjukkan sejauh mana perilaku seseorang dimotivasi oleh ajaran agama didalam kehidupan sosial , seperti suka menolong, memafkan, tidak mencuri, tidak berzina dan lain sebagainya.¹⁴

c. Faktor-faktor yang mempengaruhi Religiusitas

Dalam perkembangan jiwa keagamaan seseorang dalam kehidupan di pengaruhi oleh dua faktor yaitu:¹⁵

1. Faktor interen, meliputi:

- Faktor heriditas
- Tingkat usia
- Kepribadian
- kondisi kejiwaaan

2. Faktor Ekstern, meliputi:

- Faktor keluarga
- lingkungan institusional
- Lingkungan Masyarakat

¹⁴ D. Ancok dan K. Suroso. *Psikologi Islam: Solusi Islam atas Problem-problem Psikologi*, (Jogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008) h.80-81

¹⁵ Op.cit. Jalaludin Rahmat, h. 279-287

2.1.4 Pelayanan

a. Definisi Pelayanan

Pelayanan pada dasarnya dapat didefinisikan sebagai aktifitas seseorang, sekelompok atau organisasi baik langsung maupun tidak langsung untuk memenuhi kebutuhan, Moenir mengatakan bahwa pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Standar dalam pelayanan adalah ukuran yang telah ditentukan sebagai suatu pembukaan pelayanan yang baik. Dalam standar pelayanan ini juga terdapat baku mutu pelayanan. Adapun mutu merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pihak yang menginginkan.¹⁶

b. Kualitas Pelayanan

Definisi kualitas layanan juga berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampain untuk mengimbangi harapan konsumen. Menurut Wyckof kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkatatun keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen.¹⁷

Dari pengertian diatas maka kualitas pelayanan merupakan suatu keharusan yang harus dimiliki oleh perusahaan baik yang memproduksi barang maupun jasa pelayanan. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan service quality.¹⁸

¹⁶ M. Nur Rianto. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010) h.211

¹⁷ Bilson Simamora. *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003) h.180

¹⁸ Rambat Lupiyodi. *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba empat, 2001) h.140

Service quality adalah perbandingan antara kenyataan dan harapan konsumen, jika kenyataannya ternyata yang diterima lebih dari yang diinginkan maka pelayanan yang diberikan dapat dikatakan bermutu dan konsumen akan merasa puas, dan jika sebaliknya itu pelayanan dikatakan tidak bermutu. Maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan konsumen merupakan aktivitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen sebelum transaksi atau sesudah transaksi.¹⁹

Kualitas pelayanan dalam persepektif islam bahwa nilai-nilai islami yang harus diterapkan dalam memberikan pelayanan yang maksimal adalah sebagai berikut: Profesional, jujur, amanah, dan bersikap melayani dengan rendah hati.²⁰

2.1.5 Minat

a. Pengertian Minat

Minat adalah kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu. Jadi minat adalah suatu yang erat kaitannya dengan perasaan terutama perasaan senang yang dianggap atau sesuai kebutuhan dan memberi kepuasan bagi dirinya.²¹

Menurut Sutisna minat adalah suatu rasa lebihsuka dan rasa ketertarikan pada suatu hal aktifitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu diluar diri.

¹⁹ Op.cit, M. Nur Rianto, hal.123

²⁰ Heni Khamdiyah. *Pengaruh Promosi, Brand Image, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah Dengan Minat Sebagai Variabel Intervening (Studi Bank Syariah Mandiri Cabang Boyolali)*, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, IAIN Salatiga, Skripsi, 2019, hal.38

²¹ Putri Hartini. *Pengaruh Pengetahuan Dan Religiusitas Terhadap Minat SantriI Memilih Produk Perbankan Syariah (Studi Pada Pesantren Aceh Besar)*, UNNES, Skripsi, 2019, hal.25

Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minat.²²

Adapun indikator-indikator minat sebagai berikut:²³

1. Produser
2. Kepercayaan
3. Kepuasan
4. Tingkat pengetahuan
5. Loyalitas

b. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat

Menurut Sudarsono menyebutkan bahwa faktor-faktor yang menimbulkan minat dapat digolongkan sebagai berikut:

1. Faktor kebutuhan dari dalam. Kebutuhan ini dapat berupa kebutuhan yang berhubungan dengan kesehatan jasmani dan rohani.
2. Faktor motif sosial. Timbulnya minat dari dalam diri seseorang dapat didorong oleh motif sosial yaitu kebutuhan untuk mendapatkan pengakuan, penghargaan dari lingkungan dimana ia berada.
3. Faktor emosional. Faktor ini merupakan ukuran intensitas seseorang dalam menaruh perhatian terhadap sesuatu kegiatan atau objek tertentu.

2.1.6 Bank Syariah

Bank syariah adalah suatu bentuk lembaga keuangan yang beroperasi dibawah naungan hukum islam dan mempunyai peran sebagai media penyalur, dimana lembaga keuangan ini mempunyai tugas untuk menghimpun uang atau profit dari masyarakat kemudian diperuntukan pada masyarakat juga.²⁴ Sedangkan

²² Sutina, *Perilaku Komunikasi Pemasaran*. (Jakarta: Rineka Cipta, 2008) hal. 180

²³ Op.cit, Heni Khamdayah, hal.25-26

²⁴ Suryani. *Industri Perbankan Syariah dalam Cerminan Aspek Sharia Governance*, *Economica* Volume V, Edisi1, Mei2014, hal. 94

menurut undang-undang perbankan syariah No 21 tahun 2008 menyatakan bahwa bank syariah adalah segala hal baik kegiatan oprasional maupun kelembagaan yang berhubungan dengan lembaga keuangan syariah baik BUS maupun UUS. Sedangkan disisi lain fatwa MUI Nomer 01 tahun 2004 menyatakan bahwa bunga adalah termasuk riba sehingga dinyatakan haram.²⁵

Menurut antonio dalam paradigma akuntansi islam, bank syariah memiliki fungsi sebagai berikut:

- a. Manajemen Investasi
- b. Investasi
- c. Jasa Layanan Keuangan
- d. Jasa Sosial

Konsep perbankan islam mengharuskan bank Islam melaksanakan jasa sosial, bisa melalui dana *qardh* (pinjaman kebajikan), zakat atau dana sosial yang sesuai dengan ajaran islam. Lebih jauh lagi konsep perbankan Islam juga mengharuskan bank Islam memainkan peran dalam pengembangan sumber daya insani dan menyumbang dana bsagi pemeliharaan serta pengembangan lingkungan hidup. Adapun prinsip-prinsip dasar perbankan syariah secara singkat ada empat prinsip pertama biasa disebut anti MAGHRIB (*maysir, gharar, riba, dan bathil*), yaitu sebagai berikut:²⁶

- a. Bebas dari bunga
- b. Bebas dari kegiatan spekulatif yang non produktif seperti perjudian
- c. Bebas dari hal-hal yang tidak jelas dan meragukan
- d. Bebas dari hal-hal yang rusak atau tidak sah

²⁵ Abdull Ghofur. *Konsep Riba dalam Al-Qur'an*, Economica Volume VII, Edisi11, Mei 2016, hal.6

²⁶ Ascarya, Diana Yumanita. *Bank Syariah: Gambaran Umum, Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan (PPSK)*, BI, 2005, hal.4

- e. Hanya membiayai kegiatan usaha yang halal

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terkait

No	Nama Peneliti	Judul Peneliti	Hasil Penelitian	Perbedaan
1.	Indra Siswanti (2015)	Pengaruh pengetahuan, agama, iklan/informasi, dan pengalaman mahasiswa PAI STAIN Salatiga tentang sistem perbankan syariah terhadap minat menabung di bank syariah	Pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah	Perbedaan penelitian terletak pada variabel x, sistem yang di gunakan Bank Syariah dan juga pada waktu pelaksanaan penelitian.
2.	Nur Ismail Riskyono (2017)	Pengaruh pengetahuan, religiusitas, iklan, dan literasi keuangan terhadap minat menabung di bank syariah (studi pada siswa-santri pondok	Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah	Penelitian yang membedakan adalah pada variabel x penelitian, dalam iklan dan juga literasi keuangannya.

		pesantren A muayyad surakarta		
3.	Heni khamdayah (2019)	Pengaruh promosi, brand image, dan kualiats pelayanan terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah dengan minat sebagai variabel intervening (studi bank syariah mandiri cabang boyolali)	Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung	Perbedaan penelitian terletak pada variabel intervening, obyek penelitian lebih spesifik dan juga variabel independen.
4.	Putri Hartini (2019)	Pengaruh pengetahuan dan religiusitas terhadap minat santri memilih produk perbankan syariah (studi pada pesantren di aceh besar)	Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah	Perbedaan penelitian terletak pada tahun penelitian dan pada letak penelitiannya.
5.	Abdul Haris Romdhoni dan Dita Ratnasari (2018)	Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk dan Religiusitas terhadap minat	Pengetahuan dan religiusitas mempengaruhi minat nasabah menggunakan produk	Perbedaannya ada pada variabel x, tahun penelitian dan juga obyek

		nasabah untuk menggunakan produk simpanan pada lembaga keuangan mikro syariah	simpanan, kualitas dan produk tidak berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan produk simpanan	penelitiannya, serta lebih berfokus pada lembaga keuangan mikro syariah.
6.	Rif'at Maulidi (2018)	Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Menggunakan Bank Syariah (Studi Kasus Siswa SMA Negeri 1 Ambarawa)	Pengetahuan tentang bank syariah sangat berpengaruh serta signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah, dari segi religiusitas berpengaruh positif namun tidak signifikan dalam minat menabung pada bank syariah, berdasarkan lingkungan sosial memiliki pengaruh negatif serta tidak signifikan	Perbedaannya terletak pada objek penelitian, tahun penelitian, jumlah variabel nya.

			terhadap minat menabung pada bank syariah.	
7.	Bogja Sumantri (2014)	Pengaruh kualitas pelayanan dan produk pembiayaan terhadap minat dan keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah	Pelayanan berpengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syariah	Perbedaannya terletak pada objek penelitian, tahun penelitian, jumlah variabel nya.

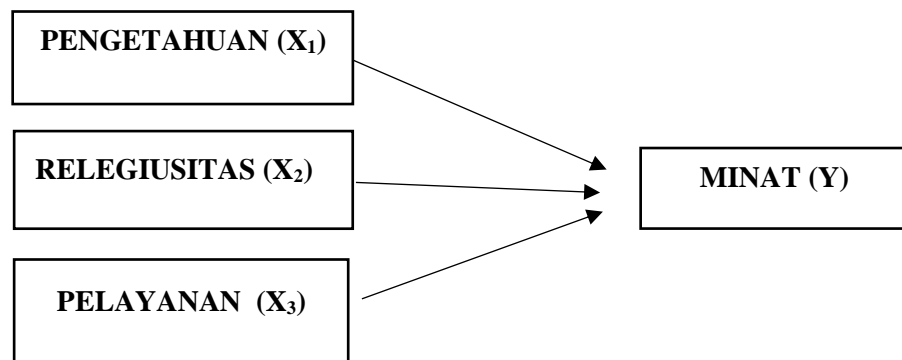
Dari beberapa penelitian tersebut, maka dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat beberapa perbedaan dari penelitian terdahulu. Salah satunya dari objek penelitiannya. Penelitian terdahulu diambil dari beberapa penelitian berupa skripsi dan juga jurnal. Dengan tujuan agar penelitian yang selanjutnya dapat mengkaji dan memahami lebih detail.

2.3 Kerangka Teori

Sebagai gambaran penyusunan skripsi ini maka diperlukan adanya kerangka teori agar penelitian ini lebih terarah, Adapun kerangka teori tersebut dapat dilihat digambar dibawah ini:

Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran Teoritik



Keterangan :

X : Variabel Independen

Y : Variabel Dependen

→ : Hubungan antar variabel (parsial)

2.4 Hipotesis

Hipotesis adalah suatu hasil perkiraan kebenaran yang masih diragukan. Hipotesis merupakan hasil dari penelitian kemudian memunculkan pemikiran yang rasional dan didasari oleh teori, hukum maupun dalil yang telah ada sebelumnya. Hipotesis dapat juga dikatakan sebagai bentuk pernyataan yang mendeskripsikan serta memperhitungkan hubungan antar dua variabel atau lebih yang mana kebenaran hubungan tersebut tunduk pada peluang untuk menyimpang dari kebenaran.²⁷

Sehingga dari sini dapat dikatakan bahwa hipotesis merupakan simpulan awal dari rumusan masalah penelitian ilmiah.

1. Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah

Menurut Iranati (2017), pengetahuan merupakan bentuk sikap seseorang yang dipengaruhi oleh pengalaman. Hubungan pengetahuan dengan minat menabung adalah apabila seseorang mendapatkan informasi mengenai pengetahuan perbankan syariah maka orang tersebut akan tahu apa itu perbankan syariah walaupun itu terjadi secara langsung atau tidak langsung. Maka dapat diartikan semakin luas pengetahuan semakin tinggi minat untuk menabung. Dengan adanya pengetahuan dapat membuka pemikiran seseorang bahwa Bank Syariah itu lebih sesuai dengan syariat islam.

²⁷ Koerul Jaswadi, *Pengaruh Keyakinan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Muslim Menabung Di Bprs Gala Mitra Abadi Grobogan*, (Semarang: UIN Walisongo, 2018), hal.18

Dari hasil penelitian Indra Siswanti (2015),²⁸ menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Penelitian Maskur Rosyid dan Halimatu Saidiah (2016),²⁹ Pengetahuan secara umum adalah semua informasi yang dimengerti berkaitan dengan suatu hal. Hasil penelitiannya menjelaskan dalam variabel pengetahuan perbankan syariah punya pengaruh positif serta signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.

Pemahaman santri atas perbankan syariah paling mempengaruhi perilaku santri atas produk/barang yang ditawarkan, sehingga bertambah bagus pengetahuan santri terkait perbankan syariah, maka bertambah minat menjadi nasabah. Sedangkan apabila pengetahuan santri kurang tentang perbankan syariah maka menumbuhkan tanggapan kurang baik atas perbankan tersebut.

H₁ = Pengetahuan berpengaruh positif terhadap minat menabung di bank syariah.

2. Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah

Menurut Abdul Haris Romdhoni, Dita Ratnasari (2018),³⁰ religiusitas ialah suatu tahap dimana seseorang bisa patuh ataupun setia terhadap agamanya, secara umum telah diketahui bahwa agama memiliki pengaruh yang paling erat bagi seseorang.

²⁸ Indra Siswanti, *Pengaruh Pengetahuan, Agama, Iklan/Informasi, dan Pengalaman Mahasiswa PAI Stain Salatiga Tentang Sistem Perbaikan Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah*, Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Salatiga, 2017, hal 56

²⁹ Masker Rosyid, Halimatu Saidiah, *Pengetahuan Perbankan Syariah dan pengaruhnya terhadap minat menabung santri dan guru*, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Vol.7, nomer 2, 2016, hal 40

³⁰ Abdul Haris R,Dita R, *Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah*, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam,Vol.04,Nomor.02,2018,hal 139

Menurut Rianto dan Yoganingsih (2020),³¹ pengertiannya agama berfungsi sebagai perbandingan dalam mempengaruhi pilihan kegiatan individual. Kegiatan dalam agama islam wajib berlandaskan prinsip-prinsip syariah. Perbankan syariah wajib menaati prinsip, norma, tujuan/maksud yang berlandaskan prinsip syariah (pedoman agama islam), Ketaatan seorang mukmin yakni menentukan perbankan yang sesuai prinsip syariah (Bank Syariah). Bertambah tinggi ketaatan siswa tentang anjuran agama islam, akan akan bertambah tinggi santri untuk menabung di bank syariah.

Penelitian Abdul Haris Romdhoni dan Ratnasari (2018) bahwa religiusitas mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap minat menabung santri di bank syariah. Hasil Penelitian lain yakni penelitian Rianto dan Yoganingsih (2020) menghasilkan bahwa variabel religiusitas mempunyai nilai P-Value $0,000 < 0,05$ sehingga religiusitas berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah.

H₂ = Religiusitas berpengaruh positif terhadap minat menabung di bank syariah.

3. Pengaruh Pelayanan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah

Menurut Niken, Arif, Ulfah (2018), menunjukkan bahwa pelayanan berpengaruh positif terhadap minat menabung di bank syariah, artinya semakin tinggi pengetahuan mengenai pelayanan perbankan syariah maka minat menabung di bank syariah mengalami peningkatan. Pengetahuan pelayanan perbankan merupakan informasi yang dimiliki terkait bentuk jasa yang dilakukan oleh perbankan. Faktor pelayanan ini akan dapat langsung

³¹ Muhammad Richo R, Tutiek Y, Pengaruh Religiusitas, Pengaruh Sosial dan Dukungan Pemerintah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Mandiri-Bekasi, Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Manajemen (JIAM), Vol.16, No.02, 2020, hal 81

dirasakan oleh nasabah dan dapat mempengaruhi calon konsumen, secara otomatis kesesuaian seorang calon konsumen dalam mengetahui pelayanan yang diberikan oleh perbankan syariah akan berdampak pada suatu keputusan. Sebab, calon konsumen akan berminat pada bank yang peka terhadap kebutuhan nasabahnya. Berdasarkan teori dan hasil penelitian di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₃ = Pelayanan berpengaruh positif terhadap minat menabung di bank syaria

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sumber Data

Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan data-data yang objektif, Valid, kemudian dibuktikan dan dikembangkan di dalam suatu pengetahuan. Dan nanti bisa berguna untuk memahami berbagai kasus serta memecahkan masalah yang terjadi dan mengantisipasi berbagai masalah yang akan datang. Data yang diambil berbentuk angka atau bilangan, dan kemudian di olah dan analisis dengan menggunakan teknik statistik.³²

Dalam pendekatan ini dilakukan melalui beberapa tahapan yaitu diawali dengan mengumpulkan data dengan cara memberi/menyebar kuesioner kepada sejumlah responden yang menjadi sampel penelitian, serta menganalisis data yang sudah dikumpulkan kemudian akan dijadikan bentuk skripsi.

Tujuan dari penelitian asosiatif adalah untuk menjelaskan dan mengontrol suatu gejala agar diketahui hubungan sebab akibat yang terjadi untuk memprediksi pola-pola umum. Hal ini variabel independen berperan sebagai sebab yaitu Pengetahuan, religiusitas dan pelayanan kemudian variabel dependen memiliki peran akibat yaitu minat.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi adalah tempat atau wilayah yang terdiri dari objek penelitian untuk dijadikan sampel guna menjawab pertanyaan dari sebuah permasalahan yang kemudian ditarik kesimpulannya.³³

³² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D, 27th ed.* (Bandung: Alfabeta Bandung, 2019). Hal.8

³³ Ibid

Populasi dalam penelitian ini adalah santri dengan jumlah populasi sebanyak 435 santri. Santri tersebut merupakan mahasiswa UIN Walisongo. Yang secara tidak langsung, mahasiswa UIN Walisongo merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia.

3.2.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi. Sampel dari berbagai individu yang dipilih dari populasi. Pada penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *probability Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.³⁴ Oleh karena itu penelitian menggunakan teknik simple random sampling. Dimana dalam pengembalian sampel dilakukan secara acak.

Sedangkan dalam penentuan ukuran sampel peneliti menggunakan rumus slovin, adapun rumusnya yaitu:

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

Keterangan

n = Besaran Populasi Sampel

N = Populasi Santri

E = Tingkat eror

Berikut ini perhitungan sampel dengan tingkat eror 10% sebagai berikut:

$$n = \frac{435}{1 + 435(0.1)^2}$$

³⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, hal.80

$$n = \frac{435}{1 + 435(0,01)}$$

$$n = \frac{435}{1 + 4,35}$$

$$n = \frac{435}{5,35}$$

$$n = 81$$

Jadi sampel yang diambil diseluruh santri yang ada di pondok pesantren Al-Makrufiyah di bulatkan menjadi 100 santri.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Berikut data-data yang digunakan pada penelitian ini:

3.3.1 Data Primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti untuk pertanyaan masalah penelitian atau tujuan yang dicapai dalam penelitian eksploratif dan deskriptif menggunakan metode pengumpulan data berbasis survei atau pengamatan.³⁵ Dalam penelitian ini sumber data primer di dapat dari pondok pesantren Al Ma'rufiyah.

3.3.2 Data Sekunder

Data sekunder berbeda dengan data primer. Data primer dikumpulkan langsung oleh peneliti sedangkan data sekunder adalah struktur data historis yang melibatkan variabel-variabel yang telah dikumpulkan oleh pihak lain atau pihak ketiga sebelumnya. Data ini diperoleh dari berbagai buku, jurnal, atau

³⁵ Asep Hermawan dan Husna Leila Yusran, *Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif* (Jakarta: PT Desindo Putra Mandiri, 2017). Hal. 115

website terkait. Peneliti menggunakan data sekunder dengan mengambil data yang bersumber dari Pondok pesantren Al Ma'rufiyah.

3.4 Teknik ppengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cra yang dilakukan oleh peneliti untuk bisa mengumpulkan data terkait permasalahan dari penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah : Kuesioner, dan dokumentasi.

3.4.1 Kuesioner

Teknik pungumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik surve melalui penyebaran angket, dimana peneliti menyusun daftar pertanyaan secara tertulis yang kemudian disampaikan kepada responden untuk mendapatkan informasi yang diidentifikasi dengan aktivis penelitian.³⁶

Adapun penilainnya menggunakan skla likert. Skala likert dipakai untuk mengukur sikap, kesimpulan dan pandangan individu atau kumpulan individu mengenai fenomena sosial. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Untuk keperluan analisis kuantitatif maka jawaban itu dapat diberu skor sebagai berikut:

Tabel 3.1
Skala Likert

Simbol	Keterangan	Nilai
SS	Sangat Setuju	5

³⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, hal 142

S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

3.4.2 Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang ditujukan langsung kepada subjek penelitian.³⁷ Dokumentasi merupakan data yang dikumpulkan dari peristiwa masa lalu yang dapat berupa tulisan, gambar, karya, hasil observasi atau wawancara dan lain-lain.

3.5 Variabel Penelitian dan Pengukuran

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel, yaitu variabel independent (bebas) dan variabel dependen (terikat). Variabel independent adalah variabel yang dapat mempengaruhi variabel lainnya. Menurut Sarwono, Variabel bebas merupakan variabel yang variabelnya diukur, dimanipulasi, atau dipilih oleh peneliti untuk menentukan hubungannya dengan gejala yang diobservasikan.³⁸ Variabel independent dalam penelitian ini antara lain Pengaruh, religiusitas, dan pelayanan. Sedangkan variabel dependen menurut Sugiyono adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.³⁹ Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Minat menabung.

³⁷ Vera Agustina Yanti, Slamet Heri Winarno, and Reni kurniasari, *Metode Penelitian Administrasi, Edisi Pertama*. (Yogyakarta: Graha Ilmu Yogyakarta, 2020)

³⁸ Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Edisi kedua. (Yogyakarta: SuluhMedia, 2018)

³⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*

Penentuan variabel dalam penelitian merupakan operasional kontrak supaya dapat dilakukan pengukuran. Operasional pengukuran variabel penelitian pada studi ini dijelaskan dalam tabel berikut:

Tabel 3.2
Indikator Variabel Penelitian

No	Variabel	Definisi	Indikator
1.	Pengetahuan (X1)	Pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa, serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan mengetahui fungsi.	a. Pengetahuan produk b. Pengetahuan konsep dasar perbankan syariah c. Pengetahuan mengenai manfaat produk perbankan syariah (Indra Siswanti, 2015)
2.	Religiusitas (X2)	Suatu kesatuan unsur-unsur yang komprehensif, yang menjadikan seseorang disebut sebagai orang	a. Keyakinan terhadap Agama b. Praktik Agama c. Pengalaman religius dalam

		beragama dan bukan bukan sekedar mengaku punya agama	kehidupan sehari-hari (Fitriyani, 2015)
3.	Pelayanan (X3)	Perbuatan menyediakan segala apa yang diperlukan orang lain berupa kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampainnya dalam mengimbangi harpan konsumen	a. Kehandalan b. Ketanggapan c. Percaya diri d. Tingkah laku yang sopan (kasmir , 2005)
4.	Minat (Y)	Minat beli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu	a. Tertarik untuk mencari informasi bank syariah b. Tertarik untuk menabung di bank syariah c. Mempertimbangkan untuk menabung di bank syariah (Mahgalena, 2021)

3.6 Teknik Analisa Data

Data yang terkumpul kemudian dianalisis dengan menggunakan teknik yang telah ditentukan. Tujuan peneliti ketika menganalisis data adalah untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dalam rumusan masalah.

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah analisis yang digunakan untuk menganalisis data dengan mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.⁴⁰ Analisis deskriptif mendeskripsikan data variabel yang dilihat menurut nilai mean, minimum, maksimum dan standar deviasi. Analisis deskriptif digunakan peneliti untuk menganalisis tanggapan responden tentang pengaruh pengetahuan, religiusitas, dan pelyanan terhadap minat menabung di Bank Syariah.

3.6.2 Uji Instrumen Data

Uji instrumen penelitian merupakan alat atau fasilitas yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaanya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, cermat, lengkap dan sistematis sehingga lebih mudah diuji atau di olah.⁴¹ Uji instrumen penelitian bertujuan untuk mencari makna dibalik data melalui subyek perilakunya. Uji instrumen penelitian yang digunakan pada penelitian ini sebagai berikut.

a. Uji Validitas

Tujuan uji validitas adalah untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu koesioner seharusnya valid jika pertanyaan dalam kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang perlu diukur oleh kuesioner tersebut.

⁴⁰ Prof.Dr. Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian* (Jakarta:Rineka Cipta, 2010)

⁴¹ ibid

Pengukuran validitas diselesaikan dengan menguji tingkat signifikan yang jika variabel tersebut valid, nilainya signifikannya tidak lebih dari $< 5\%$. Adapun kriteria dalam penelitian uji validitas yaitu: jika r hitung $> r$ tabel taraf signifikan ($\alpha = 0,05$), maka dapat dilakukan bahwa item kuesioner tersebut valid. Jika r hitung $< r$ tabel (pada taraf signifikan ($\alpha = 0,05$), maka bisa dikatakan bahwa item kuesioner tersebut tidak valid.

b. Uji Reabilitas

Uji reabilitas adalah indeks yang menunjukkan tingkat kekuatan suatu alat pengukuran yang dapat diandalkan. Sebuah kuesioner dikatakan reliabel atau handal apabila respon seseorang terhadap pernyataan tersebut dapat stabil setiap saat. Sebuah variabel seharusnya reliabel apabila mempunyai *cronbach Alpha* $> 0,60$.

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

a. Normalitas

Tujuan uji normalitas adalah untuk menguji apakah dalam regresi, data variabel dependen dan independen yang dipakai mempunyai distribusi normal atau tidak. Penelitian yang baik yaitu data yang didistribusikan normal. Apabila anggapan ini diabaikan, maka pengujian statistik ini menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Dalam melakukan uji normalitas data dapat menggunakan pendekatan *Kolmogorov-smirnov* yang dipadukan dengan kurva *P-plots*. Kriteria pengambilan keputusan dengan *Kolmogorov-smirnov* yaitu sebagai berikut.⁴²

⁴² Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik SPSS 16.0*, Jakarta: Prestasi Pustaka, 2009, hal.96

- a) Nilai Sig. Atau signifikasi atau probabilitas $< 0,05$ distribusi data adalah tidak normal.
- b) Nilai Sig. Atau signifikasi atau probabilitas $> 0,05$ distribusi data adalah normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas ini bertujuan untuk menguji apakah ada korelasi anatar variabel independen dalam model regresi. Jika terjadi kolerasi dinamakan terjadi masalah multikolinearitas. Penelitian yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel tersebut tidak orthogonal. Variabel orthogonal yakni variabel independen yang nilai korelasi antar semua variabel independen sama dengan nol (0). Jika nilai VIF (*variabel inflation Factor*) lebih kecil dari 10 maka tidak terjadi masalah multikolinearitas, dan jika nilai VIF lebih dari angka 10 maka terjadi masalah multikolinearitas.

c. Heteroskedastitas

Uji heteroskedastitas ini bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi terdapat ketidaksamaan varian secara residual dari sebuah pengamatan lain yang tetap. Dari penggunaan uji glejser ini akan menunjukkan variabel independen signifikan mempengaruhi variabel dependen yang dapat terjadi indikasi heteroskedastitas, tetapi jika probabilitas signifikasinya menunjukkan nilai diata 5% maka pada model regresi tersebut tidak terjadi heteroskedastitas dapat diketahui dengan cara melihat grafik plot antar prediksi variabel dependen (ZPRED) dengan residualnya (ZRESID). Model regresi yang baik adalah jika tidak terjadi heteroskedastitas.

3.6.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah sebuah alat untuk analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi atau hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih dengan suatu variabel terikat.⁴³

Analisis berganda dilakukan untuk menganalisis hubungan antara faktor-faktor yang mempengaruhi pengetahuan, Religiusitas, dan pelayanan (X) terhadap minat menabung (Y). Adapun rumus persamaan regresi yaitu sebagai berikut:

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

Keterangan :

Y = Minat Menabung

X₁ = Pengetahuan

X₂ = Religiusitas

X₃ = Pelayanan

b = Koefisien regresi

a = konstanta

e = *error*

3.6.5 Uji Hipotesis

a. Uji t (Uji Parsial)

Uji Ttest bertujuan untuk melihat nilai signifikan variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara parsial (sendiri-sendiri). Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a) H₀ : β₁ = 0 yang berarti variabel independen (pengetahuan, religiusitas, dan pelayanan) tidak

⁴³ Sambas Ali dan Maman Abdurrahman. *Analisis Korelasi Regresi, dan Jalur Dalam Penelitian*, Bandung: CV. Pustaka, 2009, hal.198

berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen (Minat menabung santri)

- b) $H_a : \beta_1 = 0$ yang berarti variabel independen (pengetahuan, religiusitas, dan pelayanan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen (Minat menabung santri).

Adapun dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima, artinya tidak ada pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.
- b) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak, artinya ada pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.

Selain dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} supaya dapat menentukan H_0 diterima atau tidak, dapat pula dengan melihat nilai signifikasinya apakah lebih atau kurang dari 5%.

b. Uji F (Uji Simultan)

Uji F ini dilakukan untuk menguji pengaruh secara simultan (bersama-sama) antara pengetahuan, religiusitas, pelayanan terhadap minat menabung santri.

- a) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.
- b) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) dipakai untuk melihat seberapa besar persentase sumbangan pengaruh variabel independen

secara serentak terhadap variabel dependen. Pengajuan ini dilakukan dengan melihat R^2 pada hasil analisis persamaan regresi yang didapat. Apabila angka koefisien determinasi (R^2) semakin mendekati 1 berarti model regresi yang dilakukan sudah semakin tepat sebagai model penduga terhadap variabel dependen.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Pondok Pesantren Al-Ma'rufiyyah

1. Sejarah Pondok Pesantren Al-Ma'rufiyyah

Pondok pesantren ini didirikan oleh KH. Abbas Masrukhin pada tahun 1998 dan baru diresmikan oleh walikota Semarang Bapak Imam Soeparto Tjakrajoeda SH pada tahun 1990. Pondok pesantren ini merupakan pemberian tanah wakaf dari KH. Ma'ruf, beliau merupakan kakak ipar dari Bapaknya KH. Abbas Masrukhin. Tujuan pesantren ini adalah untuk membentuk banyak masyarakat yang menginginkan ilmu syariat agama. Pada awal berdirinya pondok pesantren ini pada awalnya hanya untuk mengaji masyarakat sekitar, yang dilakukan di musholla bersama KH. Abbas Masrukhin. Seiring berjalannya waktu santri bertambah banyak bahkan ada yang dari luar kota, sehingga terlintas lah pemikiran untuk mendirikan pondok pesantren. Kebanyakan santri di Pondok pesantren Al-Ma'rufiyyah Mahasiswa UIN Walisongo Semarang.

Fasilitas yang dimiliki pondok pesantren adalah musholla, aula pondok, asrama putra, asrama putri, dan koperasi serta masih banyak lagi fasilitas yang mendukung proses pembelajaran dan pengembangan keilmuan bagi para santri. Program yang dijalankan oleh pondok pesantren Al-Ma'rufiyyah yaitu semaan Alqur'an, Tadarus Alqur'an, Khitobah, Pembacaan Manaqib Syekh Abdul Qodir, Yasinan, Mengkaji kitab kuning serta kegiatan lain yang mendukung guna untuk melihat potensi para santri.

Kini pondok pesantren Al-Ma'rufiyyah dapat tumbuh dan bertahan sampai sekarang dengan ratusan santri yang menetap di

pondok ini baik putra maupun putri dengan kuliah di uin walisongo semarang di berbagai macam jurusan dan fakultas dan telah memiliki banyak alumni yang telah tersebar di wilyah-wilyah indonesia dengan memiliki keahlian ilmu masing-masing.

4.1.2 Visi dan Misi Pondok Pesantren Al-Ma'rufiyah

1. Visi

Al Muhafadzah Ala Qadim Assoli Wal Akhdzu Bil Jadidil Aslah (menjaga tradisi-tradisi lama sembari menyesuaikan dengan tradisi-tradisi modern yang lebih baik).

2. Misi

- Menyiapkan santri yang mempunyai kemampuan keilmuan agama yang mendalam serta mampu mengembangkan.
- Menciptakan generasi yang mempunyai jiwa kepemimpinan serta peduli terhadap umat dan memiliki skill entrepreneur.
- Membangun semangat yang disiplin, trampil dan mandiri.
- Membekali santri dengan berbagai keterampilan berproduksi untuk membangun jiwa yang bermanfaat agar santri dapat menjadi motor penggerak kehidupan sosial dan ekonomi yang baik.
- Menyiapkan santri sebagai kader bangsa yang tangguh, berakhlak mulia serta beramal sholeh.

4.1.3 Struktur Kepengurusan

Pengasuh pondok pesantren Al-Ma'rufiyah adalah KH. Abbas Masrukhin

1. Struktur Pengurus Santri Putra

- Lurah pondok : Faizul Futhona Ulinnuha
- Wakil lurah : khabib Suryana

- Sekertaris : Ahmad Faiz Aisy Mubarak
- Bendahara : M. Alfi Azizi, S.pd.
- Sie. Keagamaan : Asrobul Anam
- Sie. K3 : Safri Maulidani
- Sie. Keamanan : Hengki Sarifin
- Sie. Sarpas : Ubaidillah Anam
- Media dan informasi : Farouk Afaro
- Minat bakat : Frenki Fuza

2. Struktur pengurus putri

- Lurah Pondok : Kiki Diyah Ayu Tamala
- Wakil Lurah : Nihlatun Nafiah
- Sekertaris : Zulfa Lilatul Nikmah
- Bendahara : Anisatul Azka
- Sie. Keagamaan : Aprillia Kuny
- Sie. Pendidikan : Ulfa Lutfiana
- Sie. Keamanan : Khilda Munira
- Sie. Kebersihan : Musrifatul Himmah

4.1.4 Letak Geografis pondok Pesantren Al-Ma'rufiyah

Pondok Pesantren Al-Ma'rufiyah merupakan salah satu pondok salafiyah yang berada didaerah Bringin Timur RT 02 RW 08 Tambak Aji Ngaliyan Semarang. Pondok pesantren yang berbasis salafi dan salah satu pilar pengembangan Ahlu Sunnah Waljama'ah. Pondok pesantren ini mengajarkan nilai-nilai luhur ulama salafus sholih dengan mengkaji kitab-kitab kuning sebagai landasan untuk menegakkan agama islam.

Gambar 4.1

LETAK PONDOK PESANTREN

Nama Pesantren	Pondok Pesantren Al-Ma'rufiyah
Alamat Pesantren	Bringim Timur RT02 RW08, Tambak Aji Ngaliyan Semarang
Kelurahan	Tambak Aji
Kecamatan	Ngaliyan
Kota	Semarang
Provinsi	Jawa Tengah
Berdiri Tahun	1998
Sumber Air	PDAM

4.2 Pengujian dan Hasil Analisis Data

4.2.1 Deskripsi Objek Penelitian

Pada penelitian ini, pengambilan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang disebarkan kepada responden yang ada di pondok pesantren Al- Ma'rufiyah. Sampel yang digunakan untuk pengujian hipotesis adalah sebanyak 100 responden. Penyebaran pertama yaitu sebanyak 20 responden yang kemudian di lanjut dengan penyebaran kuesioner kepada 80 responden yang telah ditentukan. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel independen yaitu pengetahuan, religiusitas, dan pelayanan. Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat menabung di bank syariah.

Penelitian ini dilakukan dengan mengetahui latar belakang responden, adapum klasifikasi responden diantaranya jenis kelamin, umur, dan pendidikan. Hasil distribusi sampel dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.1
Distribusi Sampel

Keterangan	jumlah	Persentase
Kuesioner yang diterima	10	100%
Kuesioner yang digunakan	100	100%

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa total kuesioner yang masuk berjumlah 100 responden, berdasarkan rumus untuk menentukan sampel maka kuesioner yang dianalisis sejumlah 100 responden.

Tabel 4.2
Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	59	59%
Perempuan	41	41%
Total	100	100%

Berdasarkan tabel diatas klasifikasi responden yang menjadi sampel penelitian ini yaitu responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 59 responden atau setara dengan 59%, sedangkan responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 41 responden atau setara dengan 41%. Dengan demikian dapat dilihat bahwa responden yang menjadi sampel pada penelitian ini dengan jenis kelamin laki-laki lebih banyak dari pada perempuan.

Tabel 4.3
Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur

Umur	Jumlah	Persentase
< 20 Tahun	0	
21-30 Tahun	100	100%
31-40 Tahun	0	
41-40 Tahun	0	
Total	100	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa klasifikasi responden berdasarkan umur yaitu semua responden berumur antara 21-30 Tahun. Jadi dapat disimpulkan bahwa sampel pada penelitian ini berumur antara 21-30 Tahun.

Tabel 4.4
Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Jumlah	Persentase
SMA/SMSK	82	82%
D1	0	0
D3	3	3%
S1	15	15%
S2	0	
Total	100	100%

Berdasarkan tabel di atas klasifikasi responden berdasarkan pendidikan yaitu responden yang berpendidikan SMA/SMK sebanyak 82 responden atau setara dengan 82%. Sedangkan responden yang berpendidikan D1 tidak ada, adapun responden yang berpendidikan D3 sebanyak 3 responden atau setara dengan 3%, adapun responden yang berpendidikan s1 sebanyak 15 responden

atau setara dengan 15%, adapun yang berpendidikan S2 tidak ada, bisa disimpulkan bahwa responden mayoritas berpendidikan SMA/SMK.

4.3 Teknik Analisis Data

4.3.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui deskripsi dari masing-masing variabel, seperti nilai rata-rata (mean), median, standar devisi, nilai maksimum. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini antara lain pengetahuan(X1), religiusitas(X2), pelayanan(X3), dan minat(Y). Berikut hasil dari analisis statistik pada penelitian ini:

Tabel 4.5
Hasil Pengujian Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pengetahuan	100	23	40	31,82	3,644
Religiusitas	100	15	35	27,23	3,730
Pelayanan	100	18	30	24,28	2,574
Minat	100	18	35	28,45	3,748
Valid N (listwise)	100				

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif diatas dapat diketahui nilai rata-rata (mean), median, standar deviasi, nilai minimum, dan nilai maksimum dengan penjelasan sebagai berikut:

a. Pengetahuan

Dari tabel di atas bisa dilihat bahwa variabel pengetahuan nilai rata-rata (mean) sebesar 31,82, nilai standar deviasi 3,644, nilai minimum sebesar 23, dan nilai maksimum sebesar 40.

b. Religiusitas

Dari tabel diatas bisa dilihat bahwa variabel religiusitas nilai rata-rata (mean) sebesar 27,23, nilai standar deviasi 3,730, nilai minimum sebesar 15, dan nilai maksimum sebesar 35.

c. Pelayanan

Dari tabel diatas bisa dilihat bahwa variabel pelayanan nilai rata-rata (mean) sebesar 24,28, nilai standar deviasi 2,574, nilai minimum sebesar 18, dan nilai maksimum sebesar 30.

d. Minat

Dari tabel diatas bisa dilihat bahwa variabel minat nilai rata-rata (mean) sebesar 28,45, nilai standar deviasi 3,748, nilai minimum sebesar 18, dan nilai maksimum sebesar 35.

4.4 Metode Analisis

4.4.1 Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk menggambarkan seberapa jauh alat ukur yang digunakan untuk pengukuran. Uji validitas dapat menunjukkan suatu kuesioner sah atau tidak sah. Kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan dalam kuesioner dapat menjelaskan sesuatu yang sedang diukur.

Dasar Pengambilan keputusan uji validitas yaitu:

- $r_{hitung} > r_{tabel}$ artinya angket valid.
- $r_{hitung} < r_{tabel}$ artinya angket tidak valid
- nilai signifikansi $< 0,05$ artinya angket valid
- nilai signifikansi $> 0,05$ artinya angket tidak valid

Rumus menentukan r tabel :

$$R_{tabel} = N - 2$$

$$R_{tabel} = 100 - 2$$

$$R_{tabel} = 98 (0,1966)$$

Nilai signifikansi 5% = 0,05

Hasil uji validitas disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4.6

Uji Valliditas dengan R Tabel

No	Penyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Pengetahuan (X₁)				
1.	X1.1	0,521	0,1966	Valid
2.	X1.2	0,586	0,1966	Valid
3.	X1.3	0,593	0,1966	Valid
4.	X1.4	0,520	0,1966	Valid
5.	X1.5	0,663	0,1966	Valid
6.	X1.6	0,525	0,1966	Valid
7.	X1.7	0,622	0,1966	Valid
8.	X1.8	0,279	0,1966	Valid
Religiusitas (X₂)				
1.	X2.1	0,598	0,1966	Valid
2.	X2.2	0,748	0,1966	Valid
3.	X2.3	0,602	0,1966	Valid
4.	X2.4	0,658	0,1966	Valid
5.	X2.5	0,669	0,1966	Valid
6.	X2.6	0,672	0,1966	Valid
7.	X2.7	0,381	0,1966	
Pelayanan (X₃)				
1.	X3.1	0,585	0,1966	Valid
2.	X3.2	0,654	0,1966	Valid
3.	X3.3	0,636	0,1966	Valid
4.	X3.4	0,580	0,1966	Valid

5.	X3.5	0,595	0,1966	Valid
6.	X3.6	0,465	0,1966	Valid
Minat (Y)				
1.	Y1	0,427	0,1966	Valid
2.	Y2	0,708	0,1966	Valid
3.	Y3	0,499	0,1966	Valid
4.	Y4	0,517	0,1966	Valid
5.	Y5	0,795	0,1966	Valid
6.	Y6	0,765	0,1966	Valid
7.	Y7	0,678	0,1966	Valid

Berdasarkan hasil table diatas menunjukkan bahwa semua butir kuesioner yang digunakan dalam penelitian memuat variabel pengetahuan, religiusitas, pelayanan, dan minat menunjukkan nilai r hitung yang lebih besar dari pada r table (0,1996) dan nilai signifikansi lebih kecil 0,05

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban dari pertanyaan konsisten dari waktu ke waktu. Suatu variabel dinyatakan konstruk bila memberikan nilai Cronbach Alpha > 0,60. Hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.7
Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Critical Value	Keterangan
Pengetahuan	0,664	0,60	Reliabel
Religiusitas	0,732	0,60	Reliabel

Pelayanan	0,620	0,60	Reliabel
Minat	0,749	0,60	Reliabel

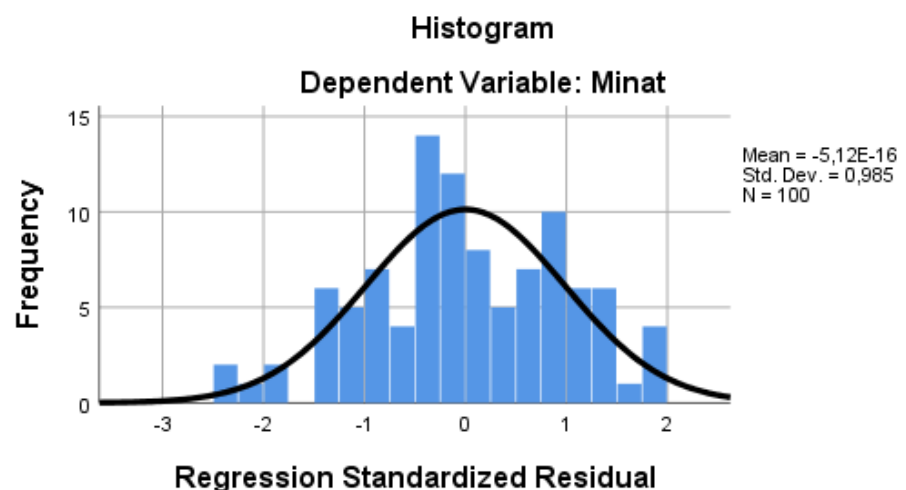
Dari uji reliabilitas tersebut koefisien reliabilitas antara 0,620-0,749 angka tersebut menunjukkan nilainya lebih dari 0,60. Maka dapat diketahui bahwa kuesioner penelitian ini reliabel atau dipercaya sehingga dapat digunakan sebagai alat pengumpul data.

4.5 Uji Asumsi Klasik

4.5.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi, variabel pengganggu atau residu mempunyai distribusi normal. Sehingga pemilihan statistik dapat dilakukan dengan tepat.

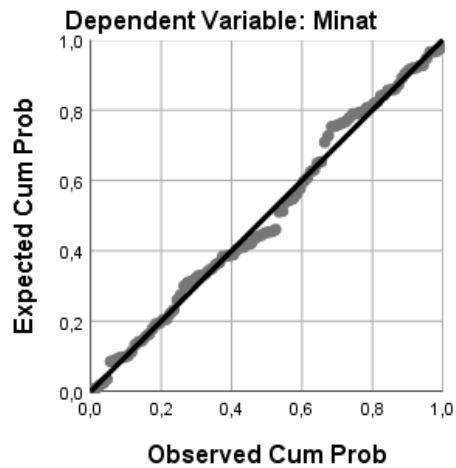
Gambar 4.2
Histogram Uji Normalitas



Gambar diatas menunjukkan pola histogram tidak menceng (*skewness*), Maka data penelitian terdistribusi normal.

Gambar 4.3
Uji Normalitas P_Plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Hasil uji *normal probability plot* diatas menunjukkan bahwa titik-titik mengikuti garis diagonal, menunjukkan bahwa distribusi data penelitian dapat dikatakan normal. Sedangkan hasil memastikan normalitas dapat menggunakan Uji Statistik Kolmogrof Smirnov (k-s) sebagai berikut :

Tabel 4.8
Uji Normalitas One-sampel K-S
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters^{a,b}	Mean	,000000
	Std. Deviation	3,10675881
Most Extreme Differences	Absolute	,076
	Positive	,070
	Negative	-,076
Test Statistic		,076
Asymp. Sig. (2-tailed)		,165^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Dasar yang digunakan dalam pengambilan keputusan uji *One Sample Kolmogorof Smirnov* yakni apabila signifikansi $> 0,05$ maka data terdistribusi normal, apabila signifikansi $< 0,05$ maka data tidak bedistribusi normal. Sesuai tabel tersebut disimpulkan jika uji normalitas memperoleh nilai signifiaknsi yaitu 0,165, yang menunjukkan lebih tinggi dari 0,05. Mka dapat dikatakan data penelitian berdistribusi normal.

4.5.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk apakah ada hubungan antara variabel independen dengan model regresi. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi hubungan antar variabel independen.

Hasil uji multikolinearitas disajikan dibawah ini

Tabel 4.9
Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6,319	3,538		1,786	,077		
	Pengetahuan	,227	,108	,221	2,108	,038	,654	1,530
	Religiusitas	,233	,114	,232	2,050	,043	,559	1,790
	Pelayanan	,353	,142	,242	2,484	,015	,752	1,329

a. Dependent Variable: Minat

Dasar pengambilan keputusan pada uji multikolinearitas yakni apabila nilai VIF < 10, maka nilai multikolinearitas dapat ditoleransi atau tidak terjadi multikolinearitas. Dalam tabel tersebut menunjukkan nilai VIF pada Pengetahuan (1.530), Religiusitas (1.790), Pelayanan (1.329) berarti disimpulkan bahwa nilai VIF lebih kecil dari 10. Maka penelitian ini tidak terjadi asumsi multikolinearitas.

4.5.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah ada sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual, dari suatu pengamatan ke pengamatan lain. Maka dianggap homokedastisitas serta bila tidak sama dianggap heteroskedastisitas. Cra mendeteksi dengan cara mengetahui dengan melihat tanda-tanda grafik herteroskedastisitas buat memprediksi nilai varaibel dependen dengan variabel independent. Pada gambar scatterplots terlihat titik-titik yang menyebar random dan beredar dimana-man baik dibawah nilai 0 di sumbu Y. Dan dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 4.10
Uji Heteroskedastisitas

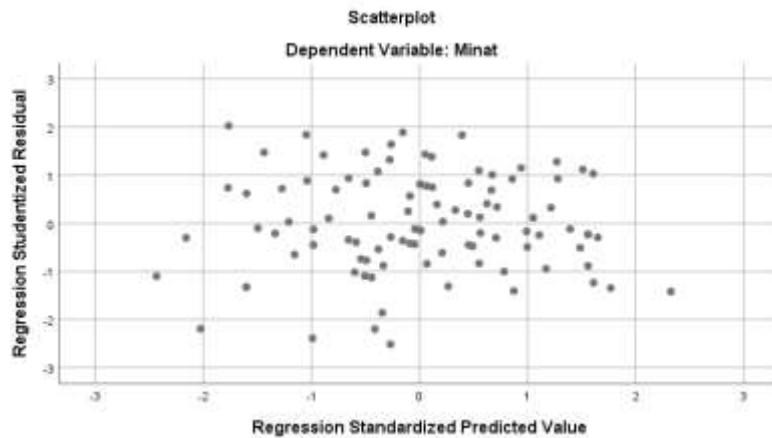
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	4,986	1,997		2,497	,014
	Pengetahuan	-,038	,061	-,078	-,630	,530
	Religiusitas	-,081	,064	-,169	-1,264	,209
	Pelayanan	,040	,080	,057	,497	,620

a. Dependent Variable: RES_2

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas dengan uji glejser pada tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai sig. Variabel pengetahuan sebesar 0,530, sedangkan variabel religiusitas memiliki nilai sig sebesar 0,209, dan variabel pelayanan memiliki nilai sig sebesar 0,620. Dari uraian diatas dapat diketahui nilai sig ketiga variabel penelitian ini lebih besar dari 0,05, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada seluruh variabel dalam penelitian ini karena nilai sig seluruh variabel > 0,05.

Gambar 4.4
Uji Heteroskedastisitas



Hasil pengujian heteroskedastisitas membuktikan tidak ada pola yang jelas pada titik-titik serta titik-titik menyebarkan ke mana-mana baik di atas maupun di bawah nomor 0 di sumbu Y. Menunjukkan penelitian ini tidak ada tanda-tanda adanya heteroskedastisitas, artinya bahwa tidak terdapat gangguan yang berarti pada model regresi ini.

4.6 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda bertujuan memprediksi bagaimana keadaan naik turunnya variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Model regresi linear berganda dapat disebut sebagai model yang baik memiliki ketepatan dalam estimasi. Hasil uji regresi linier berganda dari variabel pengetahuan, religiusitas dan pelayanan terhadap minat menabung di bank syariah seperti berikut:

Tabel 4.11

Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,319	3,538		1,786	,077
	Pengetahuan	,227	,108	,221	2,108	,038
	Religiusitas	,233	,114	,232	2,050	,043
	Pelayanan	,353	,142	,242	2,484	,015

a. Dependent Variable: Minat

Pada tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + b_3 x_3 + e$$

$$Y = 6,319 + 0,227 x_1 + 0,233 x_2 + 0,353 x_3 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi diatas dijelaskan bahwa:

1. Koefisien (*a*)

Nilai *a* sebesar 6,319, nilai ini merupakan konstanta atau keadaan saat variabel minat belum dipengaruhi variabel lain, yaitu variabel pengetahuan sebagai *x*₁, religiusitas sebagai *x*₂, dan pelayanan sebagai *x*₃.

2. Koefisien *X*₁ (Pengetahuan)

Nilai koefisien regresi *X*₁ pada persamaan diatas bernilai positif sebesar 0,227. Hal tersebut menunjukkan variabel-variabel independent lain bersifat konstan, maka setiap kenaikan pengetahuan sebesar 1% akan diikuti dengan kenaikan nilai minat menabung di bank syariah sebesar 0,227 atau 22,7%.

3. Koefisien *X*₂ (Religiusitas)

Nilai koefisien regresi X1 pada persamaan diatas bernilai positif sebesar 0,233. Hal tersebut menunjukkan variabel-variabel independent lain bersifat konstan, maka setiap kenaikan religiusitas sebesar 1% akan diikuti dengan kenaikan nilai minat menabung di bank syariah sebesar 0,233 atau 23,3%.

4. Koefisien X3 (Pelayanan)

Nilai koefisien regresi X1 pada persamaan diatas bernilai positif sebesar 0,353. Hal tersebut menunjukkan variabel-variabel independent lain bersifat konstan, maka setiap kenaikan pelayanan sebesar 1% akan diikuti dengan kenaikan nilai minat menabung di bank syariah sebesar 0,353 atau 35,5%.

4.6.1 Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji t digunakan bertujuan menguji secara eksklusif bagaimana setiap variabel independent mempengaruhi variabel dependent. Dasar pengambilan keputusan uji t yaitu tingkat kepercayaan 95% atau ($\alpha=0,05$), n = jumlah sampel, k = jumlah variabel independen.

$$df = n-k$$

$$df = (100-4)$$

$$df = 96 (1,984)$$

Kriteria uji t sebagai berikut :

- a. H_0 = Tidak dapat pengaruh positif dan signifikan variabel independen terhadap variabel dependen.
- b. H_0 = Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 4.12**Hasil Pengujian Signifikan Parsial (Uji T)**

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,319	3,538		1,786	,077
	Pengetahuan	,227	,108	,221	2,108	,038
	Religiusitas	,233	,114	,232	2,050	,043
	Pelayanan	,353	,142	,242	2,484	,015

a. Dependent Variable: Minat

Dari tabel diatas diperoleh hasil sebagai berikut :

- a. Pengetahuan memperoleh t hitung 2,108 lebih besar dari nilai t tabel 1,984 dan nilai signifikansi 0,038 lebih kecil dari 0,05 maka H_1 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.
- b. Religiusitas memperoleh t hitung sebesar 2,050 lebih besar dari nilai t tabel 1,984 dan nilai signifikansi 0,043 lebih kecil dari 0,05 maka H_2 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.
- c. Pelayanan memperoleh t hitung 2,484 lebih besar dari nilai t tabel 1,984 dan nilai signifikansi 0,015 lebih kecil dari 0,05 maka H_3 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa

pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.

4.6.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F dalam penelitian bertujuan untuk mengetahui ada atau tidak adanya pengaruh simultan (bersama-sama) yang diberikan variabel bebas (x) terhadap variabel terkait (Y). Tingkat signifikansi menggunakan (α) = 5% atau 0,05. Hasil uji F disajikan pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.13
Hail Pengujian Signifikansi Simulatan (UJI F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	435,207	3	145,069	14,575	,000 ^b
	Residual	955,543	96	9,954		
	Total	1390,750	99			
a. Dependent Variable: Minat						
b. Predictors: (Constant), Pelayanan, Pengetahuan, Religiusitas						

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa nilai F 14,575 dan nilai signifikansi 0,000 kurang dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel pengetahuan, religiusitas, dan pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.

4.6.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel independent dapat menjelaskan variabel dependen.

Tabel 4.14
Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,559 ^a	,313	,291	3,155

a. Predictors: (Constant), Pelayanan, Pengetahuan, Religiusitas

b. Dependent Variable: Minat

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan nilai koefisien R Square (R^2) sebesar 0,313 atau 31,3%. Hal ini menunjukkan bahwa 31,3% variabel minat dapat dijelaskan oleh variabel pengetahuan, religiusitas, dan pelayanan. Sedangkan 68,7% sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar model regresi penelitian ini.

4.7 Pembahasan dan Analisis Data

4.7.1 Pengaruh Pengetahuan terhadap Minat Menabung di Bank Syariah

Berdasarkan penelitian ini hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah. Berdasarkan data yang diketahui bahwa nilai t hitung variabel pengetahuan sebesar 2,108 dan t tabel sebesar 1,984. Dengan demikian nilai t hitung $2,108 > t$ tabel 1,984, maka pengetahuan memiliki pengaruh terhadap minat menabung di bank syariah atau H_1 diterima. Dapat disimpulkan

bahwa pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Irananti (2017) menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap menggunakan jasa perbankan syariah. Maka dapat diartikan semakin luas pengetahuan semakin tinggi minat untuk menabung. Karena dengan adanya pengetahuan-pengetahuan yang sudah di pahami santri dapat membuka pemikiran bahwa perbankan syariah itu lebih baik dari pada konvensional dan sudah sesuai dengan syariat islam.

Pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Hal ini berkaitan dengan pengalaman pengetahuan responden tentang apa itu bank syariah dan ilmu agama yang mendasari para responden. Terlebih responden pada penelitian ini adalah santri, Santri sering dikaitkan dengan seseorang yang mengabdikan diri untuk belajar di sebuah pesantren untuk menimba ilmu agama. Ajaran agama islam melarang perbuatan riba dan hal tersebut tentang dalam ajaran fiqih muamalah. Para santri di pondok Al Ma'rufiyah mempelajari ilmu fiqih dan senantiasa menjauhi riba dan hal yang bathil. Sehingga para santri lebih minat menabung di bank syariah daripada bank konvensional karena mereka mengerti hukum-hukum dan konsekuensi yang berkaitan dengan ilmu agama.

4.7.2 Pengaruh Religiusitas terhadap Minat Menabung di Bank syariah

Berdasarkan Penelitian hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian ini menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah. Berdasarkan data yang diketahui bahwa nilai t hitung variabel religiusitas sebesar 2,050 dan t tabel sebesar 1,984. Dengan demikian nilai t hitung $2,050 > t$ tabel 1,984,

maka religiusitas memiliki pengaruh terhadap minat menabung di bank syariah atau H₂ di terima. Dapat disimpulkan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Romdhoni dan ratnasari (2018) dan rainto dan yoganingsih (2020) bahwa religiusitas mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat santri menabung di bank syariah.

Religiusitas berpengaruh dan signifikan terhadap minat santri di pondok Al Ma'rufiyyah untuk menabung di bank syariah, ini berkaitan dengan latar belakang pendidikan nonformal responden yang semuanya adalah santri. Santri terbiasa menjalani kehidupan berdasarkan perintah agama, karena dalam pengelolaan pondok pesantren biasanya akan ada aturan-aturan yang wajib dijalani para santri. Tingkat ketaatan terhadap agama atau religiusitas santri bisa dikatakan lebih tinggi dibanding orang pada umumnya, karena setiap hari selalu belajar mengenai agama, semakin taat dalam menjalankan ajaran agamanya, semakin individu tersebut memiliki kontrol diri yang baik di dalam dirinya.

Hal ini menunjukkan bahwa dengan religiusitas yang dimiliki santri akan menimbulkan minat santri untuk menabung di Bank Syariah. Karena santri yakin dengan ketentuan-ketentuan yang sudah diajarkan dalam agamanya dan akan berfikir bahwa menabung di Bank Syariah itu sudah sesuai dengan syariat islam.

4.7.3 Pengaruh Pelayanan terhadap Minat Menabung di Bank syariah

Berdasarkan penelitian hipotesis ketiga yang diajukan dalam penelitian ini menyatakan bahwa pelayanan berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah. Berdasarkan data yang diketahui

bahwa nilai t hitung variabel pelayanan sebesar 2,481 dan t tabel sebesar 1,984. Dengan demikian nilai t hitung $2,481 > t \text{ tabel } 1,984$, maka pelayanan memiliki pengaruh terhadap minat menabung di bank syariah atau H_3 di terima. Dapat disimpulkan bahwa pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Niken, Arif, Ulfah (2018) menunjukkan bahwa pelayanan berpengaruh positif terhadap minat menabung di bank syariah, karena semakin tinggi pelayanan yang baik, ramah, sopan di perbankan syariah maka santri pondok Al Ma'rufiyah akan membuka pemikiran untuk menggunakan perbankan syariah.

Minat nasabah untuk bertransaksi dan menabung di bank syariah akan tumbuh dari pelayanan yang diberikan oleh bank syariah tersebut. Terlebih saat *first impression* atau saat pertama kali mengunjungi Bank Syariah. Nasabah akan memperhatikan bagaimana karyawan bank memberikan pelayanannya. Jika dilihat dari produk-produk bank syariah, antara bank syariah satu dengan yang lain menawarkan produk atau jasa yang hampir serupa, yang membedakan adalah bagaimana pelayanan yang diberikan. Kecepatan dan efisiensi pelayanan adalah salah satu keunggulan kompetitif yang bisa dijadikan pertimbangan nasabah. Terlebih para santri di Pondok Al Ma'rufiyah merupakan mahasiswa sehingga dianggap dewasa dalam berpikir dan mampu menilai mana pelayanan yang baik dan mana pelayanan yang buruk. Maka dari itu pelayanan yang baik sangat penting dalam membangun kepercayaan nasabah untuk menarik minat dan ketertarikan nasabah bank saat bertransaksi di bank syariah.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Sesuai dengan hasil dari penelitian yang sudah dilaksanakan penulis, kesimpulan yang diperoleh dari penelitian dengan judul Pengaruh pengetahuan, religiusitas, pelayanan terhadap minat menabung di bank syariah (Studi kasus santri pondok pesantren Al ma'rufiyah).

1. Pengetahuan berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah dengan nilai t hitung sebesar 2,108 sedangkan nilai t tabel 1,984, kesimpulan bahwa $t \text{ hitung } 2,108 > 1,984$ dan nilai signifikansinya adalah 0,000 lebih kecil dari 0,05, artinya semakin luas dan banyak pengetahuan yang dimiliki oleh santri, maka santri semakin berminat untuk menabung di bank syariah.
2. Religiusitas berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah dengan nilai t hitung sebesar 2,050 dan t tabel sebesar 1,984, kesimpulan bahwa $t \text{ hitung } 2,050 > 1,984$ dan nilai signifikansinya adalah 0,000 lebih kecil dari 0,05, artinya semakin tinggi religiusitas yang dimiliki santri, maka santri semakin berminat untuk menabung di bank syariah.
3. Pelayanan berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah dengan nilai t hitung sebesar 2,481 dan t tabel sebesar 1,984, kesimpulan bahwa $t \text{ hitung } 2,481 > 1,984$ dan nilai signifikansinya adalah 0,000 lebih kecil dari 0,05, artinya semakin bagus dan baik pelayanan Bank syariah, maka santri semakin berminat untuk menabung di bank syariah.
4. Nilai R Square (R^2) sebesar 0,313 atau 31,3% yang membuktikan bahwa terdapat pengaruh variabel pengetahuan, religiusitas, dan pelayanan sedangkan 68,7% sisanya dijelaskan oleh variabel lain.

5.2 Saran

Melihat hasil peneliti terkait dengan pengaruh pengetahuan, religiusitas dan pelayanan terhadap minat menabung di bank syariah (studi kasus pondok pesantren Al-Ma'rufiyah) masih banyak keterbatasan dan ketidak sempurnaan, beberapa saran dapat peneliti berikan bagi peneliti berikutnya yang akan melakukan penelitian serupa :

1. Bagi Instansi Bank Syariah

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perbankan syariah harus bisa lebih mensosialisasikan lagi ke perbanyak pondok pesantren di indonesia karena hasil dari variabel pengetahuan, religiusitas dan pelayanan berpengaruh positif terhadap minat menabung di bank syariah.

2. Bagi Akademisi

- a. Peneliti agar memperbanyak dasar referesnsi tentang variabel pengetahuan, religiusitas, pelayanan, dan minat menabung di bank syariah
- b. Bagi penulis seterusnya diharapkan bisa dikembangkan lebih luas lagi seperti menambahkan teori baru, dan objek yang baru. Mampu memperbaiki apa yang kurang seperti menyempurnakan variabel lainnya yang tidak dicantumkan dalam penelitian penulis ini. Menyempurnakan apa yang masih belum sempurna dalam penelitian ini, karena sifatnya manusia itu tidak ada yang sempurna akan tetapi manusia bisa saling menyempurnakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Haris R, Dita R, *Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah*, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Vol.04, Nomor.02, 2018.
- Ali, Sambas dan Maman Abdurrahman. *Analisis Korelasi Regresi, dan Jalur Dalam Penelitian*, Bandung: CV. Pustaka, 2009.
- Ancok, D dan K. Suroso. *Psikologi Islam: Solusi Islam atas Problem-problem Psikologi*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008).
- Ascarya, Diana Yumanita. *Bank Syariah: Gambaran Umum, Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan (PPSK)*, BI, 2005.
- Daradjat, Daradjat. *Ilmu Jiwa Agama*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1993).
- Ghofur Ghofur. *Konsep Riba dalam Al-Qur'an*, *Economica* Volume VII, Edisi 11, Mei 2016.
- Hartini Putri. *Pengaruh Pengetahuan Dan Religiusitas Terhadap Minat Santri Memilih Produk Perbankan Syariah (Studi Pada Pesantren Aceh Besar)*, UNNES, Skripsi, 2019.
- Hermawan Asep dan Husna Leila Yusran, *Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif* (Jakarta: PT Desindo Putra Mandiri, 2017).
- Hidayat, Ali Akhmad Noor. 2021. "Airlangga Bidik Potensi Ekonomi Syariah 31 Ribu Pesantren". <https://bisnis.tempo.co/read/1471993/airlangga-bidik-potensi-ekonomi-syariah-31-ribu-pesantren/full&view=ok>. Diakses pada 26 September 2021.
- Ismail. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011.
- ISE. OJK. "Perbankan Syariah Indonesia Tumbuh di pandemi. www.idxchannel.com." Diakses pada 25 September 2021.

- Jaswandi, Koerul. *Pengaruh Keyakinan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Muslim Menabung Di Bprs Gala Mitra Abadi Grobogan*, (Semarang: UIN Walisongo, 2018).
- Khamdiah, Heni. *Pengaruh Promosi, Brand Image, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah Dengan Minat Sebagai Variabel Intervening (Studi Bank Syariah Mandiri Cabang Boyolali)*, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, IAIN Salatiga, Skripsi, 2019.
- Muhammad Kurniawan, Eka Septiana, *Pengaruh Financial Knowledge, Persepsi, Religiusitas, dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah*, Jurnal Keuangan dan Perbankan syariah, Vol 1, Nomer 1, 2020.
- Lupiyodi, Rambat. *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba empat, 2001).
- Muhammad Nurdin. *Kiat Menjadi Guru Profesional*, Yogyakarta: Prismsophie, Cetakan Ke-I, 2004.
- Prof.Dr. Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian* (Jakarta:Rineka Cipta, 2010).
- Rahmat, Jalaludin. *Psikologi Agama*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003).
- Rianto, M. Nur. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*,(Bandung:Alfabeta,2010).
- Rohmaniah, Alfiatul. *Pengaruh Pengetahuan, Promosi, Lokasi, dan Brand Image Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah Dengan Regiusitas Sebagai Variabel Moderating*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis islam, IAIN Salatiga, Skripsi, 2019.
- Reuters. 2021. "Jumlah Bank Syariah di Indonesia Meningkat". <https://www.voaindonesia.com/a/jumlah-bank-syariah-di-indonesia-meningkat/5944356.html>. Diakses pada 25 September 2021
- Rosyid, Masker. Halimatu Saidiah, *Pengetahuan Perbankan Syariah dan pengaruhnya terhadap minat menabung santri dan guru*, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Vol.7, nomer 2, 2016.

- Rukmanasari, Feti, “Pengaruh Pengetahuan, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah menggunakan Jasa Pegadaian Syariah”, *Skripsi fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Salatiga, 2017.*
- Sarwono, Jonathan, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Edisi kedua. (Yogyakarta: SuluhMedia,2018).
- Simamora, Bilson. *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003).
- Siswanti, Indra, *Pengaruh Pengetahuan, Agama, Iklan/Informasi, dan Pengalaman Mahasiswa PAI Stain Salatiga Tentang Sistem Perbaikan Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah*, Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Salatiga, 2017.
- Sujianto, Agus Eko, *Aplikasi Statistik SPSS 16.0*, Jakarta: Prestasi Pustaka, 2009.
- Suryani. *Industri Perbankan Syariah dalam Cerminan Aspek Sharia Governance*, *Economica Volume V*, Edisi1, Mei2014.
- Sutina, *Perilaku Komunikasi Pemasaran*. (Jakarta: Rineka Cipta, 2008).
- Umam Khaerul. *Manajemen Perbankan Syariah*. Bandung: Pustaka setia, 2013.
- Yanti, Agustina, Slamet Heri Winarno, and Reni kurniasari, *Metode Penelitian Administrasi, Edisi Pertama*. (Yogyakarta: Graha Ilmu Yogyakarta, 2020).

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Dokumentasi Wawancara



Lampiran 2 : Dokumentasi Bangunan Pondok Pesantren Al Ma'rufiyah



() Tidak

IDENTITAS RESPONDEN

Nama :(boleh tidak diisi)

Umur : () ≤20 () 20-30 () 31-40 () 41-50 () ≥50

Jenis Kelamin : () Laki-laki () Perempuan

Pendidikan Terakhir : () SMA/K () D1 () D3 () S1 () S2

PETUNJUK PENGISIAN

- Jawablah pertanyaan ini dengan jujur dan sebenar-benarnya.
- Bacalah pertanyaan terlebih dahulu dengan cermat dan seksama sebelum anda menjawab.
- Pilihlah salah satu jawaban yang anda anggap paling sesuai dengan memberi tanda (√) pada salah satu jawaban.
- Berilah tanda (√) pada kolom yang paling sesuai dengan pilihan Anda. Setiap responden diharapkan memilih hanya 1 jawaban.

Keterangan skor penilaian:

Sangat Setuju (SS)

Setuju (S)

Netral (N)

Tidak Setuju (TS)

Sangat Tidak Setuju (STS)

1. Variabel Pengetahuan (X1)

Pengetahuan (X1)	Nilai				
	SS	S	N	TS	STS
	5	4	3	2	1
Saya pernah belajar tentang perbankan syariah					

Saya mengetahui adanya perbedaan antara bank syariah dan bank konvensional					
Saya mengetahui tentang produk-produk yang ada di bank syariah					
Saya mengetahui akad-akad yang digunakan dalam bank syariah					
Saya mengetahui bahwa bank syariah itu berlandaskan prinsip dan nilai islam					
Tidak ada riba, gharar, dan maysir dalam operasional bank syariah					
Dalam hal keuntungan dan kerugian ditentukan pada saat awal akad					
Adanya DPS (Dewan Pengawas Syariah) dalam bank syariah					

2. Variabel Religiusitas (X₂)

No	Religiusitas (X ₂)	Nilai				
		SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Saya beriman terhadap 6 rukun iman dalam ajaran islam					
2	Saya menjalankan syahadat, sholat, zakat, dan puasa					
3	Saya juga bersosial baik terhadap sesama manusia sebagai ibadah saya					

4	Saya mempelajari ilmu agama secara mendalam					
5	Saya yakin bahwa setiap langkah manusia selalu diawasi oleh Allah SWT					
6	Saya selalu berusaha untuk ikut berpartisipasi dalam kegiatan pelestarian alam dan menjaga lingkungan atau membantu dan menolong orang yang sedang kesusahan.					
7	Saya selalu berlaku jujur dan adil kepada orang lain.					

3. Variabel Pelayanan (X3)

No	Kualitas Pelayanan (X3)	Nilai				
		SS	S	N	TS	STS
		1	2	3	4	5
1	Karyawan bank syariah selalu menyelesaikan layanannya kepada nasabah dengan tepat dan cepat.					
2	Karyawan bank syariah memberikan senyum dan salam saat melayani nasabah.					
3	Karyawan bank syariah melakukan transaksi dengan tepat sesuai kebutuhan nasabah.					
4	Karyawan bank syariah selalu bersikap ramah, sopan, dan berpenampilan rapi.					
5	Karyawan bank syariah memberikan informasi yang dibutuhkan nasabah dengan jelas mengenai produk-produk atau program lain yang ada di bank syariah.					

6	Karyawan bank syariah memiliki pengetahuan yang luas dalam menjawab pertanyaan nasabah.					
---	---	--	--	--	--	--

4. Variabel Minat (Y)

Minat Menabung di Bank Syariah (Y)	Nilai				
	SS	S	N	TS	STS
	5	4	3	2	1
Saya minat menabung di Bank Syariah, karena saya mengetahui tentang perbankan syariah					
Saya minat menabung di Bank Syariah, karena saya mengetahui perbedaan antara Bank Syariah dan Bank Konvensional					
Saya minat menabung di Bank Syariah, karena saya mengetahui bahwa Bank Syariah mempunyai prinsip dan nilai islam tanpa riba, gharar, dan maysir dalam menjalankan operasionalnya					
Saya minat menabung di Bank Syariah, karena saya tahu prodik-produk dibank syariah menggunakan akad-akad syariah					
Saya minat menabung di bank syariah karena saya melaksanakan syahadat, sholat, zakat, dan puasa.					
Saya minat menabung di bank syariah karena saya melaksanakan rukun iman ajaran islam					
Saya minat menabung di bank syariah karena saya mengetahui tentang larangan-larangan dalam ajaran agama islam					

Lampiran 4 : Tabulasi Data Responden

1. Pengetahuan

Responden	Pengetahuan								Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	
1	1	3	4	4	4	4	4	4	28
2	3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	3	2	4	3	3	2	2	4	23
4	4	2	2	4	3	3	3	5	26
5	4	2	4	4	3	4	4	5	30
6	4	4	3	4	3	3	4	4	29
7	4	4	4	4	5	4	4	3	32
8	3	4	4	4	3	5	5	5	33
9	5	4	4	4	4	5	4	4	34
10	3	5	3	3	3	4	5	4	30
11	4	4	3	5	3	5	5	5	34
12	5	3	4	3	3	3	4	5	30
13	3	4	3	2	3	4	5	4	28
14	5	5	4	4	5	5	3	4	35
15	4	5	5	5	4	5	4	4	36
16	5	4	5	4	5	3	5	4	35
17	5	4	3	4	4	4	4	3	31
18	3	4	3	4	5	5	3	5	32
19	4	3	4	3	4	5	4	3	30
20	3	3	4	3	3	4	4	5	29
21	4	3	3	3	4	2	3	5	27
22	3	3	4	3	2	5	3	3	26
23	4	4	3	3	3	3	4	3	27
24	3	5	4	3	5	4	4	4	32
25	5	4	5	3	4	3	5	4	33
26	3	3	4	3	5	4	5	5	32

27	5	4	5	5	5	3	4	5	36
28	5	3	4	5	3	5	5	5	35
29	4	5	5	5	4	5	4	4	36
30	5	4	5	5	5	4	5	4	37
31	3	3	5	4	4	3	3	4	29
32	3	4	3	4	3	4	3	4	28
33	5	5	3	3	5	3	5	3	32
34	3	3	4	3	3	5	3	5	29
35	3	5	5	4	3	4	4	3	31
36	2	4	5	4	5	3	5	5	33
37	5	4	5	4	5	3	4	5	35
38	2	4	5	3	5	5	3	5	32
39	4	4	3	4		4	4	4	27
40	5	4	3	3	4	5	5	5	34
41	2	4	5	3	4	4	4	5	31
42	3	4	4	5	4	4	4	4	32
43	3	3	4	3	5	4	4	5	31
44	5	5	5	4	3	3	3	4	32
45	4	4	5	5	5	5	5	4	37
46	5	3	3	5	4	5	4	5	34
47	4	4	3	4	3	4	4	4	30
48	3	3	4	3	4	3	3	5	28
49	4	3	5	3	3	4	4	3	29
50	5	5	5	3	4	5	4	4	35
51	5	3	5	4	4	5	4	4	34
52	4	5	3	3	5	4	4	5	33
53	3	3	5	3	5	4	3	5	31
54	5	5	5	5	5	5	5	4	39
55	4	5	5	5	4	5	5	4	37
56	4	3	5	4	5	3	5	5	34
57	5	5	5	5	5	5	5	5	40

58	5	3	5	3	5	4	5	5	35
59	5	3	5	3	4	5	4	4	33
60	4	5	4	5	5	4	4	4	35
61	3	4	3	4	3	4	4	4	29
62	3	3	4	3	3	4	4	3	27
63	3	4	4	4	3	4	4	3	29
64	4	3	3	5	3	4	3	3	28
65	4	3	4	5	5	5	5	5	36
66	3	3	3	4	3	3	3	5	27
67	5	4	5	3	5	5	4	4	35
68	5	4	5	5	5	5	4	3	36
69	3	3	5	3	3	5	4	4	30
70	3	4	4	4	4	4	3	3	29
71	3	3	4	5	5	5	3	3	31
72	5	3	3	4	4	3	4	4	30
73	4	5	5	4	4	4	3	3	32
74	3	4	4	4	5	4	5	4	33
75	4	3	4	5	5	4	4	3	32
76	4	3	3	5	4	4	3	5	31
77	4	4	4	3	4	4	5	5	33
78	4	3	4	4	4	3	5	5	32
79	4	3	4	3	3	4	3	5	29
80	4	3	3	4	3	4	5	5	31
81	4	3	3	4	3	3	5	5	30
82	4	3	3	4	3	5	3	4	29
83	3	3	3	3	4	4	4	4	28
84	3	3	3	5	3	4	3	3	27
85	4	5	5	5	5	5	5	3	37
86	4	5	5	5	5	5	5	4	38
87	5	5	5	5	5	5	4	5	39
88	3	4	3	3	4	5	4	4	30

89	3	3	4	4	4	4	4	3	29
90	4	4	3	4	5	5	5	5	35
91	5	4	4	4	5	5	5	4	36
92	4	3	3	5	5	4	5	5	34
93	4	3	3	5	4	4	4	5	32
94	4	5	4	3	4	5	4	4	33
95	5	4	5	4	4	4	4	4	34
96	4	3	3	3	4	3	3	4	27
97	3	3	3	4	3	3	3	4	26
98	3	5	5	5	5	5	5	5	38
99	5	5	5	5	4	5	5	5	39
100	3	4	5	5	5	4	5	5	36

2. Religiusitas

Responden	Religiusitas							Total
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	
1	5	5	3	5	4	3	5	30
2	3	3	3	4	5	4	5	27
3	2	2	2	2	2	2	3	15
4	5	5	4	4	5	4	4	31
5	5	5	5	4	5	4	4	32
6	3	3	5	5	5	5	5	31
7	3	5	5	5	5	5	5	33
8	5	5	5	5	5	5	4	34
9	5	5	5	5	5	5	5	35
10	5	3	3	5	3	3	5	27
11	5	3	5	3	4	5	5	30
12	3	3	3	4	5	5	5	28
13	3	3	5	3	4	4	5	27
14	3	3	5	5	5	5	5	31
15	4	5	5	4	5	5	5	33

16	5	5	5	5	5	5	4	34
17	3	3	4	4	5	3	4	26
18	5	5	5	5	5	5	5	35
19	3	4	3	3	4	3	5	25
20	4	3	2	4	3	4	4	24
21	3	3	3	3	3	3	3	21
22	2	3	2	3	4	2	3	19
23	4	3	3	4	3	4	3	24
24	4	3	3	5	4	4	5	28
25	4	3	5	4	5	5	4	30
26	3	3	4	5	3	4	3	25
27	5	5	5	5	5	5	5	35
28	3	3	5	3	4	5	3	26
29	3	4	3	3	5	5	5	28
30	3	5	5	4	5	4	4	30
31	4	3	4	4	4	4	3	26
32	3	3	4	3	5	3	3	24
33	4	3	5	3	3	5	4	27
34	3	3	4	3	3	3	5	24
35	4	3	5	3	3	4	4	26
36	5	3	5	3	4	4	4	28
37	5	3	4	4	5	5	4	30
38	4	3	3	4	3	3	4	24
39	3	3	2	3	4	3	4	22
40	4	3	4	4	3	3	5	26
41	3	3	4	3	2	3	4	22
42	5	4	3	3	3	5	4	27
43	4	4	3	4	3	3	4	25
44	5	4	4	4	4	3	4	28
45	5	4	4	5	4	4	5	31
46	5	5	5	5	5	5	2	32
47	3	3	4	3	3	5	4	25
48	3	3	4	3	3	3	4	23

49	4	4	5	4	4	4	5	30
50	4	5	5	4	4	5	5	32
51	3	3	5	4	4	3	5	27
52	3	4	3	3	3	4	5	25
53	3	3	3	4	4	4	3	24
54	3	3	5	3	4	4	5	27
55	3	3	4	3	4	3	5	25
56	3	3	4	3	3	3	5	24
57	5	5	5	5	5	4	4	33
58	4	3	3	5	3	4	4	26
59	3	3	2	4	3	5	5	25
60	4	5	5	5	5	5	5	34
61	3	4	3	3	3	5	5	26
62	4	3	3	3	4	3	4	24
63	4	3	5	3	3	3	4	25
64	4	3	3	3	3	2	4	22
65	5	3	5	3	4	4	3	27
66	3	4	3	4	5	4	3	26
67	3	4	4	4	5	5	3	28
68	4	5	4	4	3	4	5	29
69	4	3	3	4	4	3	3	24
70	3	3	3	4	4	3	3	23
71	5	3	4	3	3	4	5	27
72	3	3	4	3	4	3	5	25
73	3	4	5	3	5	3	3	26
74	3	4	3	5	5	4	3	27
75	3	4	3	5	3	5	3	26
76	3	3	3	4	3	4	5	25
77	5	4	4	3	4	3	3	26
78	5	3	3	4	3	3	4	25
79	2	4	3	2	3	4	4	22
80	3	4	5	4	3	4	5	28
81	3	5	3	4	4	3	5	27

82	3	3	4	3	3	5	4	25
83	3	3	3	4	3	3	4	23
84	3	2	3	3	3	3	5	22
85	4	3	4	3	4	3	5	26
86	4	4	4	3	3	5	5	28
87	4	5	3	5	5	5	4	31
88	3	3	4	5	4	4	5	28
89	4	3	3	3	4	5	3	25
90	3	4	3	5	4	5	4	28
91	5	5	3	4	4	4	4	29
92	5	3	4	3	4	4	4	27
93	3	3	5	4	3	3	4	25
94	3	4	3	5	4	5	5	29
95	5	5	3	4	5	5	5	32
96	5	3	3	4	3	4	5	27
97	3	3	4	3	4	4	4	25
98	5	5	5	5	4	4	5	33
99	5	5	4	5	5	5	5	34
100	5	4	5	4	4	5	5	32

3. Pelayanan

Responden	Pelayanan						Total
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	
1	5	5	5	5	5	5	30
2	4	5	5	5	4	4	27
3	5	5	5	4	4	3	26
4	4	5	4	5	4	3	25
5	5	4	4	4	5	4	26
6	3	4	5	4	4	4	24
7	4	4	5	4	4	4	25
8	5	4	5	5	3	4	26
9	5	5	5	5	3	4	27

10	3	4	4	5	3	5	24
11	4	3	5	4	5	4	25
12	4	3	5	3	4	3	22
13	3	3	3	5	3	4	21
14	5	4	5	3	4	3	24
15	4	3	5	4	4	5	25
16	5	4	5	4	5	4	27
17	4	3	4	3	4	5	23
18	5	4	4	5	5	5	28
19	3	4	5	5	5	4	26
20	4	3	4	3	3	5	22
21	4	4	3	4	3	3	21
22	3	3	4	3	3	3	19
23	3	3	4	4	3	3	20
24	3	3	4	5	3	3	21
25	4	4	4	3	3	4	22
26	4	3	5	4	5	4	25
27	4	3	5	4	4	4	24
28	3	4	3	3	4	4	21
29	3	4	5	4	3	5	24
30	3	5	4	5	4	4	25
31	3	4	3	4	5	4	23
32	3	3	4	5	4	3	22
33	4	5	5	4	5	4	27
34	4	4	4	5	4	4	25
35	3	4	5	5	5	4	26
36	5	5	4	4	4	5	27
37	4	5	4	5	5	5	28
38	5	4	5	4	5	4	27
39	4	4	5	4	4	4	25
40	4	5	5	4	5	4	27

41	4	5	4	5	4	4	26
42	4	4	5	4	5	5	27
43	4	5	4	4	5	4	26
44	5	4	5	4	5	4	27
45	5	5	4	5	4	5	28
46	5	4	5	5	5	5	29
47	4	5	5	4	4	4	26
48	4	3	3	3	4	3	20
49	5	3	4	4	4	4	24
50	5	4	4	4	4	4	25
51	4	4	4	5	3	3	23
52	3	4	3	3	3	4	20
53	3	3	3	3	4	3	19
54	5	4	3	5	4	4	25
55	4	4	4	4	4	4	24
56	5	3	4	3	3	4	22
57	4	4	5	5	4	3	25
58	4	5	4	4	3	4	24
59	4	4	3	4	3	5	23
60	5	3	4	3	5	4	24
61	4	3	4	3	4	5	23
62	4	3	3	3	3	4	20
63	4	3	5	5	5	4	26
64	3	4	5	4	4	4	24
65	4	5	4	4	4	4	25
66	3	4	3	3	4	4	21
67	4	4	4	3	4	4	23
68	5	5	5	5	3	4	27
69	3	4	5	5	5	4	26
70	3	3	4	3	3	4	20
71	4	5	3	5	4	4	25

72	4	3	3	4	5	5	24
73	4	5	5	3	5	3	25
74	4	5	5	4	4	4	26
75	3	4	3	5	3	4	22
76	3	3	4	4	4	3	21
77	4	4	4	4	5	4	25
78	4	3	3	5	4	5	24
79	3	4	3	3	4	4	21
80	3	4	4	4	4	3	22
81	4	3	3	3	4	4	21
82	3	3	3	3	4	4	20
83	3	3	4	3	3	3	19
84	3	3	3	3	3	3	18
85	4	3	4	4	3	5	23
86	4	4	4	4	4	4	24
87	5	5	5	3	4	4	26
88	4	4	5	5	4	3	25
89	4	4	5	4	3	4	24
90	4	4	5	4	3	5	25
91	4	5	5	3	5	4	26
92	5	5	5	4	3	3	25
93	4	3	4	5	4	3	23
94	4	4	4	5	5	3	25
95	4	5	4	5	5	5	28
96	4	5	5	4	5	4	27
97	4	4	4	5	5	4	26
98	4	4	5	5	4	5	27
99	4	5	5	5	5	5	29
100	4	4	5	5	5	5	28

4. Minat

Responden	Minat							Total
	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	
1	4	4	5	5	5	5	5	33
2	2	3	4	3	3	3	3	21
3	2	4	2	2	2	2	4	18
4	3	4	4	5	4	4	3	27
5	5	5	5	5	4	3	4	31
6	3	3	4	4	4	4	4	26
7	4	4	4	5	3	3	4	27
8	5	3	5	3	3	4	5	28
9	4	4	4	4	4	5	4	29
10	2	2	4	4	3	2	3	20
11	5	5	5	5	5	4	3	32
12	5	5	5	5	4	3	3	30
13	3	3	4	4	1	1	3	19
14	5	4	5	5	4	4	4	31
15	5	5	5	4	3	5	5	32
16	5	5	4	4	5	4	4	31
17	3	4	5	5	3	2	3	25
18	5	5	5	5	5	5	5	35
19	4	5	5	5	5	5	5	34
20	3	5	5	5	5	5	4	32
21	5	5	5	4	4	3	5	31
22	3	4	4	3	2	1	3	20
23	3	3	3	3	3	3	3	21
24	4	4	5	4	4	3	4	28
25	5	4	5	4	5	5	5	33
26	3	4	4	3	5	5	5	29
27	5	5	5	5	5	5	5	35

28	4	4	4	4	1	1	4	22
29	3	4	4	4	4	4	5	28
30	3	4	4	4	5	5	5	30
31	4	4	4	4	4	3	3	26
32	3	3	5	4	3	3	3	24
33	4	4	4	5	5	5	5	32
34	4	3	4	4	3	3	4	25
35	3	4	5	4	5	5	5	31
36	3	5	5	5	5	5	5	33
37	5	5	5	4	5	5	5	34
38	4	5	5	5	4	3	5	31
39	3	3	4	4	4	4	4	26
40	4	4	4	4	5	5	4	30
41	3	4	4	4	3	4	4	26
42	4	4	4	4	4	4	4	28
43	5	4	4	5	2	2	5	27
44	4	5	4	4	4	4	4	29
45	5	5	5	5	5	5	5	35
46	4	4	4	4	5	5	5	31
47	4	4	4	4	3	4	4	27
48	3	3	3	3	3	3	3	21
49	4	3	4	4	4	5	4	28
50	5	4	4	3	4	4	5	29
51	4	4	3	4	4	5	4	28
52	3	4	4	4	4	4	4	27
53	5	3	3	3	4	3	4	25
54	5	3	3	5	3	4	3	26
55	3	4	4	4	3	4	3	25
56	5	3	4	3	3	3	3	24
57	5	5	4	3	4	5	5	31
58	5	4	3	3	5	5	5	30

59	3	3	4	3	3	4	5	25
60	5	4	4	4	5	5	4	31
61	4	3	5	5	4	4	5	30
62	3	4	5	4	4	3	4	27
63	5	4	5	4	5	5	5	33
64	3	4	4	3	5	5	5	29
65	3	5	5	5	5	5	5	33
66	4	4	4	4	3	3	4	26
67	5	4	4	4	4	3	5	29
68	3	4	4	4	5	5	5	30
69	5	4	4	4	4	3	3	27
70	4	3	5	4	3	3	3	25
71	3	4	4	5	5	5	5	31
72	4	3	4	4	3	3	4	25
73	3	4	5	4	5	5	5	31
74	5	5	5	5	5	5	5	35
75	3	5	5	4	5	5	5	32
76	4	5	5	3	4	5	5	31
77	5	5	5	4	4	5	5	33
78	4	5	4	5	4	5	5	32
79	4	5	4	4	5	5	3	30
80	3	5	5	3	5	5	5	31
81	3	5	5	5	4	3	4	29
82	5	3	4	4	4	4	4	28
83	4	4	4	5	3	3	4	27
84	3	3	5	3	3	3	3	23
85	4	4	4	4	4	4	3	27
86	3	5	5	5	5	3	3	29
87	4	4	3	4	5	5	5	30
88	5	3	4	4	4	4	4	28
89	4	3	3	4	3	3	4	24

90	5	3	4	4	4	3	4	27
91	4	5	5	5	5	5	5	34
92	4	4	3	4	5	5	5	30
93	5	3	3	3	4	3	3	24
94	4	5	3	5	3	5	5	30
95	3	5	4	5	5	4	5	31
96	5	4	3	5	5	3	5	30
97	3	3	4	4	4	4	4	26
98	3	3	3	4	5	5	5	28
99	4	5	3	4	4	4	5	29
100	5	4	3	4	4	4	4	28

Lampiran 5 : Uji Reliabilitas

1. Pengetahuan

Correlations

		X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	Pengetahuan
X11	Pearson Correlation	1	,205*	,167	,221*	,208*	,111	,264**	,052	,521**
	Sig. (2-tailed)		,042	,098	,028	,040	,275	,008	,608	,000
	N	99	99	99	99	98	99	99	99	99
X12	Pearson Correlation	,205*	1	,337*	,210*	,343*	,334*	,325**	-,143	,586**
	Sig. (2-tailed)	,042		,001	,036	,001	,001	,001	,155	,000
	N	99	100	100	100	99	100	100	100	100
X13	Pearson Correlation	,167	,337*	1	,148	,400*	,236*	,214*	-,019	,593**
	Sig. (2-tailed)	,098	,001		,142	,000	,018	,032	,851	,000
	N	99	100	100	100	99	100	100	100	100
X14	Pearson Correlation	,221*	,210*	,148	1	,269*	,261*	,200*	,010	,520**
	Sig. (2-tailed)	,028	,036	,142		,007	,009	,046	,922	,000

	N	99	100	100	100	99	100	100	100	100
X15	Pearson Correlation	,208*	,343*	,400*	,269*	1	,191	,339**	,153	,663**
	Sig. (2-tailed)	,040	,001	,000	,007		,058	,001	,130	,000
	N	98	99	99	99	99	99	99	99	99
X16	Pearson Correlation	,111	,334*	,236*	,261*	,191	1	,232*	-,037	,525**
	Sig. (2-tailed)	,275	,001	,018	,009	,058		,020	,716	,000
	N	99	100	100	100	99	100	100	100	100
X17	Pearson Correlation	,264*	,325*	,214*	,200*	,339*	,232*	1	,221*	,622**
	Sig. (2-tailed)	,008	,001	,032	,046	,001	,020		,027	,000
	N	99	100	100	100	99	100	100	100	100
X18	Pearson Correlation	,052	-,143	-,019	,010	,153	-,037	,221*	1	,279**
	Sig. (2-tailed)	,608	,155	,851	,922	,130	,716	,027		,005
	N	99	100	100	100	99	100	100	100	100
Pengetahuan	Pearson Correlation	,521*	,586*	,593*	,520*	,663*	,525*	,622**	,279*	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,005	
	N	99	100	100	100	99	100	100	100	100

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

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

2. Religiusitas

		Correlations							
		X21	X22	X23	X24	X25	X26	X27	Religiusitas
X21	Pearson Correlation	1	,404**	,287**	,318*	,213*	,238*	,093	,598**
	Sig. (2-tailed)		,000	,004	,001	,033	,017	,360	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X22	Pearson Correlation	,404**	1	,279**	,491*	,504**	,411**	,163	,748**

	Sig. (2-tailed)	,000		,005	,000	,000	,000	,104	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X23	Pearson Correlation	,287**	,279**	1	,141	,357**	,318**	,155	,602**
	Sig. (2-tailed)	,004	,005		,161	,000	,001	,123	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X24	Pearson Correlation	,318**	,491**	,141	1	,430**	,373**	,136	,658**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,161		,000	,000	,176	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X25	Pearson Correlation	,213*	,504**	,357**	,430*	1	,395**	,002	,669**
	Sig. (2-tailed)	,033	,000	,000	,000		,000	,981	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X26	Pearson Correlation	,238*	,411**	,318**	,373*	,395**	1	,167	,672**
	Sig. (2-tailed)	,017	,000	,001	,000	,000		,097	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X27	Pearson Correlation	,093	,163	,155	,136	,002	,167	1	,381**
	Sig. (2-tailed)	,360	,104	,123	,176	,981	,097		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Religiusitas	Pearson Correlation	,598**	,748**	,602**	,658*	,669**	,672**	,381*	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

3. Pelayanan

Correlations

		X31	X32	X33	X34	X35	X36	Pelayanan
X31	Pearson Correlation	1	,290**	,316**	,105	,200*	,198*	,585**
	Sig. (2-tailed)		,003	,001	,300	,046	,048	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X32	Pearson Correlation	,290**	1	,321**	,321**	,218*	,121	,654**
	Sig. (2-tailed)	,003		,001	,001	,030	,230	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X33	Pearson Correlation	,316**	,321**	1	,222*	,288**	,061	,636**
	Sig. (2-tailed)	,001	,001		,027	,004	,549	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X34	Pearson Correlation	,105	,321**	,222*	1	,185	,157	,580**
	Sig. (2-tailed)	,300	,001	,027		,066	,119	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X35	Pearson Correlation	,200*	,218*	,288**	,185	1	,182	,595**
	Sig. (2-tailed)	,046	,030	,004	,066		,071	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X36	Pearson Correlation	,198*	,121	,061	,157	,182	1	,465**
	Sig. (2-tailed)	,048	,230	,549	,119	,071		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Pelayanan	Pearson Correlation	,585**	,654**	,636**	,580**	,595**	,465**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

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

4. Minat

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Minat
Y1	Pearson Correlation	1	,197*	,069	,158	,146	,127	,169	,427**
	Sig. (2-tailed)		,050	,495	,116	,146	,210	,093	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	,197*	1	,389**	,400**	,442**	,386**	,403**	,708**
	Sig. (2-tailed)	,050		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	,069	,389**	1	,374**	,249*	,158	,153	,499**
	Sig. (2-tailed)	,495	,000		,000	,013	,115	,128	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	,158	,400**	,374**	1	,269**	,142	,135	,517**
	Sig. (2-tailed)	,116	,000	,000		,007	,159	,181	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	,146	,442**	,249*	,269**	1	,766**	,483**	,795**
	Sig. (2-tailed)	,146	,000	,013	,007		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y6	Pearson Correlation	,127	,386**	,158	,142	,766**	1	,595**	,768**
	Sig. (2-tailed)	,210	,000	,115	,159	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y7	Pearson Correlation	,169	,403**	,153	,135	,483**	,595**	1	,678**
	Sig. (2-tailed)	,093	,000	,128	,181	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Minat	Pearson Correlation	,427**	,708**	,499**	,517**	,795**	,768**	,678**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

Lampiran 6 : Uji Reliabilitas

1. Pengetahuan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,664	8

2. Religiusitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,732	7

3. Pelayanan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,620	6

4. Minat

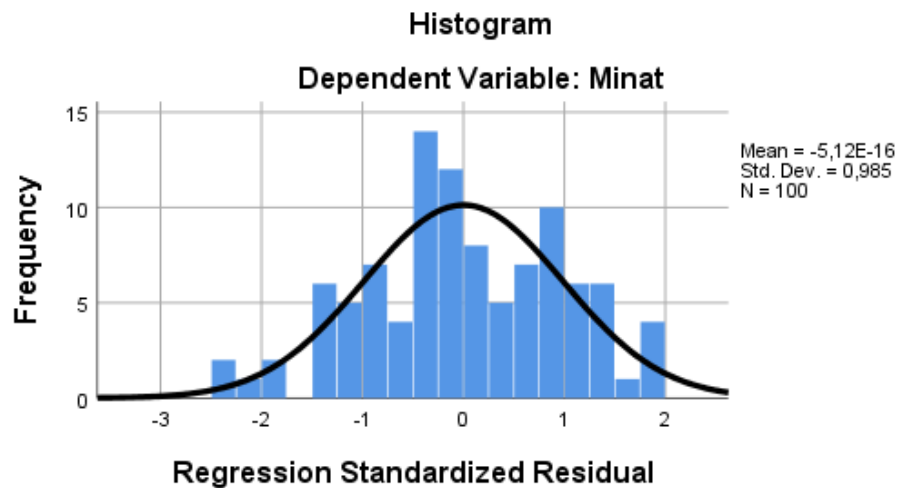
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,749	7

Lampiran 7 : Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pengetahuan	100	23	40	31,82	3,644
Religiusitas	100	15	35	27,23	3,730
Pelayanan	100	18	30	24,28	2,574
Minat	100	18	35	28,45	3,748
Valid N (listwise)	100				

Lampiran 8 : Uji Asumsi Klasik

1. Normalitas



2. Multikolinearitas

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics		
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	6,319	3,538			1,786	,077		
	Pengetahuan	,227	,108	,221		2,108	,038	,654	1,530
	Religiusitas	,233	,114	,232		2,050	,043	,559	1,790
	Pelayanan	,353	,142	,242		2,484	,015	,752	1,329

a. Dependent Variable: Minat

3. Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	4,986	1,997		2,497	,014
	Pengetahuan	-,038	,061	-,078	-,630	,530
	Religiusitas	-,081	,064	-,169	-1,264	,209
	Pelayanan	,040	,080	,057	,497	,620

a. Dependent Variable: RES_2

Lampiran 9 ; Uji Regresi Linier Berganda

1. Koefisiensi Determinasi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	6,319	3,538		1,786	,077
	Peng etahuan	,227	,108	,221	2,108	,038
	Religiusitas	,233	,114	,232	2,050	,043
	Pelayanan	,353	,142	,242	2,484	,015

a. Dependent Variable: Minat

2. F Simultan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	435,207	3	145,069	14,575	,000 ^b
	Residual	955,543	96	9,954		
	Total	1390,750	99			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), Pelayanan, Pengetahuan, Religiusitas

3. T Parsial

		Coefficients^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,319	3,538		1,786	,077
	Pengetahuan	,227	,108	,221	2,108	,038
	Religiusitas	,233	,114	,232	2,050	,043
	Pelayanan	,353	,142	,242	2,484	,015

a. Dependent Variable: Minat

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

IDENTITAS DIRI

Nama : Al Ma'is
Tempat, Tanggal Lahir : Pati, 25 Januari 1998
Alamat : Guyangan RT 04 RW 01, Kecamatan Trangkil,
Kabupaten Pati
Jenis Kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
Status : Belum Nikah
Kewarganegaraan : Indonesia
No. Hp : 0895800355844
Email : mais.ma39@gmail.com

PENDIDIKAN

MI : Raudlatul Ulum
MTS : Raudlatul Ulum
MA : Raudlatul Ulum
D3 : UIN Walisongo Semarang

LATAR BELAKANG KELUARGA

Ibu
Nama : Siti Latifah
Tempat, Tanggal Lahir : Pati,
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Ayah
Nama : Runajat
Tempat, Tanggal Lahir : Pati
Pekerjaan : Wiraswasta

