

**PENGARUH PENGETAHUAN, RELIGIUSITAS,  
SOSIALISASI DAN PERSEPSI BANK SYARIAH  
TERHADAP MINAT MENABUNG SANTRI DI BANK  
SYARIAH**

(Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Al-Ma'rufiyah Tambakaji, Ngaliyan,  
Semarang)

**SKRIPSI**

Disusun untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Program Strata 1 (S1)  
Jurusan Perbankan Syariah



Oleh :

Alwa Lida Sany Teguh Rahayu  
NIM. 1705036103

**S1 PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG  
2022**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. Dr. Hamka (Kampus III) Ngaliyan, Telp/fax (024) 7601291, 76249, Semarang Kode Pos 50185

---

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Lamp : 4 (Empat) eksemplar  
Hal : Naskah Skripsi  
An. Sdr. Alwa Lida Sany Teguh  
Rahayu

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Walisongo Semarang

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

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

Nama : Alwa Lida Sany Teguh Rahayu  
NIM : 1705036103  
Jurusan : S1 Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Sosialisasi Dan Persepsi Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Santri Di Bank Syariah (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Al-Ma'rufiyah Tambakaji, Ngaliyan, Semarang)


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

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Semarang, 16 Desember 2022

Pembimbing I

Pembimbing II

  
**Dr. H. Muhammad Saifulah, M. Ag.**  
NIP. 197003211996031003

  
**Dr. Setyo Budi Hartono, S.A.B, M. Si.**  
NIP. 198511062015031007



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

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

**PENGESAHAN**

Nama : Alwa Lida Sany Teguh Rahayu  
NIM : 1705036103  
Jurusan : S1 Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Sosialisasi Dan Persepsi Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Santri Di Bank Syariah (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Al-Ma'rufiyah Tambakaji, Ngaliyan, Semarang)

Telah diujikan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan lulus pada tanggal : 28 Desember 2022

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 dalam ilmu Perbankan Syariah tahun akademik 2022/2023.

Semarang, 28 Desember 2022

**Ketua Sidang**

**Singgih Muherantohadi, M.E.I.**

NIP. 198210312015031003

**Sekretaris Sidang**

**Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag.**

NIP. 197003211996031003

**Penguji I**

**Dr. Ari Kristin Prasetyoningrum, SE, M.Si.**

NIP. 197905122005012004



**Penguji II**

**Dr. H. Nur Fatoni, M.Ag.**

NIP. 197308112000031004

**Pembimbing I**

**Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag.**

NIP. 197003211996031003

**Pembimbing II**

**Dr. Setyo Budi Hartono, S.A.B, M.Si.**

NIP. 198511062015031007

## **MOTTO**

Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan

*-Q.S Al Insyirah Ayat 5.-*

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Kedua orang tua yang sangat saya hormati dan pastinya sangat saya sayangi,

***Bapak Supriyanto dan Ibu Purmini***

Beliau adalah sosok orang tua yang begitu sempurna bagiku,

Dengan segala kerendahan hati, kebanggaan dan rasa hormat yang tinggi kupersembahkan karya sederhana ini terkhusus kepada kedua orang tua tercinta yang telah mencurahkan kasih sayang, motifasi dan tak lupa doa yang senantiasa mengalir untuk kesuksesanku dengan rasa tulus & ikhlas serta memberi arti dan warna dalam hidup. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kebahagiaan di dunia maupun di akhirat kepada Bapak dan Ibu, Aamiin.

Terimakasih atas segala tenaga dan pengorbanan yang selalu diperjuangkan untukku.

### DEKLARASI

Dengan kejujuran dan tanggung jawab, saya menyatakan bahwa yang tertulis di dalam skripsi ini tidak berisi materi yang pernah ditulis orang lain melainkan karya saya sendiri. Demikian juga pendapat atau karya orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dirujuk atau dikutip berdasarkan referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 16 Desember 2022

Deklarator



Alwa Lida Sany Teguh Rahayu

NIM. 1705036103

## TRANSLITERASI ARAB-LATIN

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

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

### Bacaan Madd:

ā = a panjang

î = i panjang

û = u panjang

### Bacaan Diftong:

au = او

ai = اي

iy = اي

## ABSTRAK

Pesantren adalah tempat menimba ilmu agama islam. Tentu seharusnya mendukung dan memperluas keberadaan perbankan syariah di Indonesia. Namun kenyataannya tidak sedikit santri yang belum menggunakan jasa perbankan syariah. Beberapa faktor yang mempengaruhi hal tersebut di antaranya adalah pengetahuan, religiusitas, sosialisasi dan persepsi yang dimiliki oleh individu santri. Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana pengaruh pengetahuan, religiusitas, sosialisasi dan persepsi bank syariah terhadap minat menabung santri di bank syariah.

Penelitian ini menggunakan pendekatan Kuantitatif. Untuk mendapatkan data penulis menggunakan wawancara dan kuesioner yang disebar kepada 80 santri putra, 65 santri putri. Populasi 80 santri putra, 65 santri putri yang dianalisis menggunakan aplikasi spss 16.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh terhadap minat santri menabung di bank syariah. Hasil ini dapat dibuktikan dengan taraf signifikansi  $0,001 < 0,05$  dan nilai Thitung  $3,367 > T_{tabel} 1,983$ . variabel religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung santri di bank syariah. Hal ini dibuktikan dengan taraf nilai signifikansi  $0,002 < 0,05$  dan nilai Thitung  $3,161 > T_{tabel} 1,983$ . variabel sosialisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Hal ini dibuktikan dengan taraf nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan nilai Thitung  $8,335 > T_{tabel} 1,983$ . variabel persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung santri di bank syariah. Hal ini dibuktikan dengan taraf nilai signifikansi  $0,01 < 0,05$  dan nilai Thitung  $2,620 > T_{tabel} 1,983$ . berdasarkan dari koefisien determinasi ( $R^2$ ) variabel minat dapat dijelaskan oleh variabel pengetahuan, religiusitas, sosialisasi, dan persepsi sebesar 0,887 atau sebesar 88,7% dan sisanya sebesar 11,3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak ada di penelitian ini

**Kata Kunci:** *Pengetahuan, Religiusitas, Sosialisasi, Persepsi Bank Syariah, Minat Menabung*



## ABSTRACT

Pesantren is a place to gain knowledge of Islam. of course it should support and expand the existence of Islamic banking in Indonesia. However, in reality, there are not a few students who have not used Islamic banking services. Several factors that influence this include knowledge, religiosity, socialization and perceptions possessed by individual students. The purpose of this study was to see how the influence of knowledge, religiosity, socialization and perceptions of Islamic banks on the interest of saving students in Islamic banks.

This research uses a quantitative approach. To obtain data, the authors used interviews and questionnaires distributed to 80 male students, 65 female students. The population of 80 male students, 65 female students were analyzed using the SPSS 16 application.

The results of this study show that the knowledge variable affects the students' interest in saving in Islamic banks. This result can be proven with a significance level of  $0.001 < 0.05$  and a Tcount of  $3.367 > T_{table}$  of 1.983. religiosity variable has a positive and significant effect on students' interest in saving in Islamic banks. This is evidenced by the significance level of  $0.002 < 0.05$  and the value of Tcount  $3.161 > T_{table}$  1.983. the socialization variable has a positive and significant effect on the interest in saving in Islamic banks. This is evidenced by the significance level of  $0.000 < 0.05$  and the value of Tcount  $8.335 > T_{table}$  1.983. The perception variable has a positive and significant effect on the students' interest in saving in Islamic banks. This is evidenced by the significance level of  $0.01 < 0.05$  and the value of Tcount  $2.620 > T_{table}$  1.983. based on the coefficient of determination ( $R^2$ ) the interest variable can be explained by the variables of knowledge, religiosity, socialization, and perception of 0.887 or 88.7% and the remaining 11.3% is explained by other variables not in this study

**Keywords: knowledge, religiosity, socialization, perception of islam banks, interest in savings.**

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahim*

*Assalamualaikum Warohmatullahi Wabarokatuh*

Alhamdulillahirobbil alamin, Segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Sosialisasi, dan Presepsi Bank Syariah terhadap Minat Menabung Santri di Bank Syariah (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Al-Ma’rufiyah Tambak Aji, Ngaliyan Semarang)”. Penyusunan skripsi ini guna untuk melengkapi salah satu syarat guna menyelesaikan program pendidikan S1 Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Dalam hal ini penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan adanya bantuan do’a, dukungan dan motivasi penuh dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H Imam Taufiq, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang beserta para Wakil Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Muhammad Saifulillah, M. Ag selaku Dekan dan Pembimbing I penulis yang telah meluangkan waktu, membimbing dan mengarahkan dalam proses penulisan skripsi ini hingga selesai
3. Ibu Heny Yuningrum, S.E., M.Si selaku Ketua Prodi dan Ibu Muyassaroh, M.Ag. selaku Sekretaris Prodi S1 Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang
4. Pak Dr. Setyo Budi Hartono, S.A.B, M.Si. selaku wali dosen dan Pembimbing II penulis yang telah meluangkan waktu, membimbing dan mengarahkan dalam proses penulisan skripsi ini hingga selesai.

5. Segenap Dosen pengajar jurusan S1 Perbankan Syariah serta Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang yang telah mencurahkan ilmu selama masa perkuliahan.
6. Semua pihak yang telah berkontribusi dalam menyusun skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Semoga segala kebaikan yang telah diberikan memperoleh balasan dan keberkahan dari Allah SWT. Penulis sadar bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat bersyukur dan berterimakasih atas do'a, saran dan kritik yang membangkitkan karena hal itu akan menjadi penyempurna dari skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna bagi orang-orang yang membacanya, Aamiin.

Semarang, 16 Desember 2022

Penulis



Alwa Lida Sany Teguh Rahayu

NIM. 1705036103

## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	i
PENGESAHAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
MOTTO .....	iii
PERSEMBAHAN .....	iv
DEKLARASI .....	v
TRANSLITERASI ARAB-LATIN .....	vi
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	7
1.3. Tujuan Penelitian .....	8
1.4. Manfaat Penelitian .....	8
1.5. Sistematika Penulisan .....	9
BAB II LANDASAN TEORI .....	10
2.1. Pengetahuan .....	10
2.1.1 Pengertian Pengetahuan .....	10
2.1.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengetahuan .....	11
2.2. Religiusitas .....	13
2.2.1. Pengertian Religiusitas .....	13

2.2.2.	Dimensi Religiusitas .....	13
2.2.3.	Faktor-faktor yang memperngaruhi Religiusitas .....	14
2.3.	Sosialisasi .....	15
2.3.1	Pengertian Sosialisasi.....	15
2.3.2	Faktor yang mempengaruhi Sosialisasi.....	17
2.3.3	Jenis sosialisasi .....	17
2.4.1.	Pengertian Persepsi .....	18
2.4.2.	Persepsi Tentang Bunga Bank .....	18
2.4.3.	Persepsi Tentang Produk.....	21
2.4.4.	Faktor-faktor yang mempengaruhi Persepsi.....	23
2.5.1.	Pengertian Minat .....	24
2.5.2.	Dimensi Minat.....	24
2.5.3.	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat.....	25
2.7.	Keterkaitan Variabel Independen dengan Variabel Dependen .....	28
2.7.1.	Pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung santri di bank syariah. ....	29
2.7.2.	Pengaruh religiusitas terhadap terhadap minat menabung santri di bank.....	29
2.7.3.	Pengaruh sosialisasi terhadap minat menabung santri di bank syariah .....	30
2.7.4.	Pengaruh persepsi bank syariah terhadap minat menabung santri di bank syariah. ....	31
2.8.	Kerangka Pemikiran .....	32
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>		<b>33</b>
3.1.	Jenis Penelitian .....	33
3.2.	Populasi dan Sampel Penelitian .....	33
3.2.1.	Populasi.....	33

3.2.2.	Sampel.....	34
3.3.	Penelitian Data .....	35
3.3.1.	Jenis Data .....	35
3.3.2.	Metode Pengumpulan Data .....	35
3.4.	Metode Analisa Data .....	36
3.4.1.	Uji Kualitas Data.....	36
3.4.2.	Uji Asumsi Klasik.....	38
3.4.3.	Uji Hipotesis .....	40
3.4.4.	Uji Regresi Berganda .....	43
3.5.	Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	43
3.5.1	Variabel Independen .....	43
3.5.2	Variabel Dependen.....	45
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>48</b>
4. 1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	48
4.1.1	Sejarah Pondok Pesantren Al Ma'rufiyyah.....	48
4.1.2	Struktur Organisasi Pondok Pesantren Al-Ma'rufiyyah .....	49
4.1.3	Visi dan Misi Pondok Pesantren Al-Ma'rufiyyah.....	50
4.1.4	Kegiatan Pondok Pesantren Al-Ma'rufiyyah .....	50
4. 2	Gambaran Umum Responden.....	54
4. 3	Analisis Data .....	56
4.3.1	Hasil Uji Instrument .....	56
4.3.2	Uji Asumsi Klasik .....	60
4.3.3.	Uji Analisis Regresi Berganda .....	64
4.3.4.	Uji Koefisiensi Determinasi ( $R^2$ ) .....	66
4.3.5.	Uji Hipotesis .....	66
4.4.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	69

4.4.1.	Pengaruh Pengetahuan terhadap Minat Menabung Santri di Bank Syariah.....	69
4.4.2.	Pengaruh Religiusitas terhadap Minat Menabung Santri di Bank Syariah.....	70
4.4.3.	Pengaruh Sosialisasi terhadap Minat Menabung Santri di Bank Syariah.....	72
4.4.4.	Pengaruh Persepsi terhadap Minat Menabung Santri di Bank Syariah.....	73
BAB V PENUTUP.....		75
5.1.	Kesimpulan.....	75
5.2.	Saran .....	76
DAFTAR PUSTAKA .....		77
LAMPIRAN.....		84
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....		114

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia .....	1
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	26
Tabel 3.1 Nilai Skala Likert .....	36
Tabel 3.2 Kriteria Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi.....	41
Tabel 3.3 Denisi Operasional, Indicator dan Skala Pengukuran.....	45
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	54
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	55
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	55
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas.....	57
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pengetahuan (X1) .....	58
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Religiusitas (X2).....	59
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Sosialisasi (X3) .....	59
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Bank Syariah (X4).....	59
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Menabung (Y) .....	60
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas .....	60
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas .....	61
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	62
Tabel 4.13 Hasil Uji Heterokedastisitas .....	63
Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	64
Tabel 4.15 Hasil Koefisiensi Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	66
Tabel 4. 16 Hasil Uji Ftes (Simultan) .....	67
Tabel 4.17 Hasil Uji Ttes (Parsial).....	68



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	32
------------------------------------	----

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam, maka segala aktivitas terutama yang berkaitan dengan ekonomi harus berpedoman pada syariat Islam dalam berbisnis. Lebih dari 260 juta Muslim tinggal di Indonesia, yang seharusnya bisa mempercepat berdirinya lembaga keuangan syariah di sana. Namun karena lembaga-lembaga tersebut umumnya terlihat konvensional, banyak orang yang memanfaatkannya. Dengan mengutamakan prinsip bagi hasil, perbankan secara signifikan dapat membedakan dirinya dari bank konvensional. Hal mendasar tersebut dapat menjadi alasan dasar bagi masyarakat untuk menjadikan perbankan syariah sebagai pilihan.

**Tabel 1. 1**

#### **Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia**

Perkembangan Perbankan Syariah - SPS Okt 2020 <i>(Development of Islamic Banking)</i>					
Indikator	2017	2018	2019	2020	Juli 2021
Total Aset*	288.027	316.691	350.364	381.846	411 461
Jumlah Bank	13	14	14	14	12
Jumlah Kantor	1.825	1.875	1.919	1.958	2 042
DPK*	238.393	257.606	288.978	314.741	337 900
Pembiayaan Diterima*	2 .728	1 .725	1 .075	2 .075	2 443

Sumber: Statistik OJK

\*dalam Miliar Rupiah

Pada saat ini pertumbuhan perbankan syariah dari tahun ketahun masih dirasa baik. Menurut data terbaru dari OJK pada Juli 2021, perbankan syariah di Indonesia masih mengalami perkembangan yang

baik. Dari 2017 hingga Juli 2021, Dana Pihak Ketiga (DPK) tumbuh rata-rata 8,6%, sementara sejumlah aset meningkat lebih dari 9,0%. Hal ini didukung oleh 12 bank umum syariah yang hadir di Indonesia, yang memiliki total gabungan 2.042 kantor yang tersebar di seluruh negeri.

Dilihat dari perkembangan perbankan syariah hingga saat ini, bahwa industri keuangan syariah khususnya perbankan syariah sangat dibutuhkan oleh masyarakat untuk memperoleh dana, hal tersebut menimbulkan banyaknya perusahaan yang bergerak pada sektor ini. Pada hakikatnya bank syariah bertujuan untuk membantu masyarakat umum dalam memperoleh dana yang sesuai dengan prinsip syariah, dan secara umum bank syariah berusaha untuk memuaskan nasabah dalam menggunakan produk perbankan yang dihasilkannya. Sangat penting bagi bank untuk memahami perilaku nasabah, terutama mereka yang menjadi target pasar bank. Selain itu, konsumen saat ini sangat pilih-pilih dan berpengetahuan tentang suatu layanan. Mereka sangat berhati-hati saat memilih dan mempertimbangkan apa yang harus mereka beli. Oleh karena itu, strategi pemasaran suatu perusahaan yang memperhatikan barang atau jasa yang ditawarkan harus memperhatikan perilaku konsumen. Selain itu, manajemen bank syariah yang beroperasi harus dapat meyakinkan nasabah untuk mendukung tindakan mereka dan percaya pada produk perbankan menengah.

Secara filosofis, pelarangan riba baik dalam transaksi finansial maupun non finansial inilah yang memunculkan perbankan syariah. Perbankan syariah berkembang, tentu saja, oleh karena itu bank syariah harus memanfaatkan pertumbuhan ini sebaik mungkin untuk menjaga kesan publik terhadap bank syariah secara keseluruhan. Terlepas dari kenyataan bahwa Indonesia merupakan mayoritas penduduk Muslim, tidak semua wilayah negara telah mengadopsi perbankan syariah. Sekolah, khususnya pesantren, termasuk di sini. Namun kenyataannya, masih banyak orang yang menganggap menabung di bank syariah, melakukan investasi, atau mendapatkan pembiayaan bisnis bukanlah ide yang baik. Lebih dari 260 juta Muslim tinggal di Indonesia, yang seharusnya bisa

mempercepat berdirinya lembaga keuangan syariah di sana. Namun karena lembaga-lembaga tersebut umumnya terlihat konvensional, banyak orang yang memanfaatkannya. Maka dari itu peneliti mencoba memahami faktor apa saja yang mempengaruhi minat masyarakat akan pemanfaatan bank syariah dengan mengangkat empat faktor diantaranya: pengetahuan, religiusitas, sosialisasi, dan persepsi. Dalam konteks fungsi manajemen syariah, segala jenis proses operasional pada bank syariah diharuskan sesuai dengan prinsip dan nilai-nilai syariah demi terciptanya tujuan keadilan dan kemaslahatan umat manusia<sup>1</sup>. Tujuan tersebut merupakan amanat Allah SWT yang menjadi landasan penerapan doktrin Islam dan maqosid syariah. sebagaimana disampaikan melalui al-Quran surat al-Jasiyat ayat 18. Allah SWT berfirman di dalam al-Qur'an yang berbunyi:

ثُمَّ جَعَلْنَاكَ عَلَىٰ شَرِيعَةٍ مِّنَ الْأَمْرِ فَاتَّبِعْهَا وَلَا تَتَّبِعْ أَهْوَاءَ الَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ – ١٨

Artinya: “Kemudian Kami jadikan engkau (Muhammad) mengikuti syariat (peraturan) dari agama itu, maka ikutilah (syariat itu) dan janganlah engkau ikuti keinginan orang-orang yang tidak mengetahui”

Maksud dari ayat tersebut adalah memberikan ukuran bahwa dalam membentuk persepsi baik bagi bank syariah adalah penerapan manajemen syariah yang sebenar-benarnya. Sebagaimana dijelaskan Mursid tentang fungsi manajemen syariah yang terbagi menjadi empat yaitu *ma'rifat*, *syariat*, *tarekat* dan *hakekat*.<sup>2</sup>

Pondok pesantren dikenal sebagai lembaga pendidikan formal yang berbasis Islam. Kegiatan sehari-harinya adalah mengajarkan ajaran Islam kepada para santri yang sedang tinggal di pondok pesantren<sup>3</sup>. Oleh karena itu, diharapkan masyarakat santri dapat mempromosikan dan memperluas jangkauan keberadaan perbankan syariah di Indonesia melalui transmisi ilmu agama. Namun pada kenyataannya tidak sedikit santri yang masih

---

<sup>1</sup> Dea Feby Septiani et al., “Analysis of the Influence of Intellectual Capital and Bank Risk on the Performance of Maqashid Sharia Based Islamic Banking in Indonesia,” *Journal of Islamic Accounting and Finance Research* 3, no. 2 (2021): 177–200.

<sup>2</sup> Mansur Chadi Mursid, *Filsafat Iman Dan Filsafat Ilmu Manajemen* (Pustaka Rumah C1nta, 2020).

<sup>3</sup> Casvi F. Z., *Pengaruh Pengetahuan, Lingkungan Sosial, Dan Lokasi Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Santri Di Bank Syariah: Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Raudlatul Qur'an Mangkang Kulon, Tugu, Semarang*. UIN Walisongo, 2019.

belum memiliki rekening di bank syariah. Hasil pra-survei menunjukkan hanya 5 dari 25 santri di pondok Al-Ma'rufiyah yang sudah memiliki rekening bank syariah. Ada berbagai faktor yang dapat mempengaruhi minat santri dalam penggunaan jasa perbankan syariah, dalam penelitian ini diantaranya pengetahuan, religiusitas, sosialisasi dan persepsi yang dimiliki oleh tiap individu santri.

Perbedaan antara pendidikan barat yang cenderung sekular dengan pendidikan Islam yang terkendala oleh dogma yang kuat dapat dilihat pada pendidikan abad ke-21. Satu-satunya lembaga pendidikan Islam yang diakui di Indonesia adalah pesantren, yang memiliki pengaruh signifikan terhadap pertumbuhan pendidikan Indonesia secara keseluruhan. Dalam era globalisasi saat ini, pendidikan Islam menghadapi berbagai persoalan, antara lain (1) relasi kuasa dan orientasi yang masih terbatas, (2) profesionalisme dan kualitas sumber daya manusia yang kurang baik, dan (3) persoalan kurikuler yang kurang terorganisir. Isu-isu tersebut mengancam kelangsungan eksistensi pesantren<sup>4</sup>.

Faktor pengetahuan secara teoritik seharusnya berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah. Pemikiran logis dari peneliti bahwa semakin tinggi pengetahuan yang dimiliki oleh santri maka semakin tinggi pula minat untuk menabung di bank syariah. Menurut peneliti pengetahuan itu sendiri bisa diperoleh melalui pengalaman atau hasil interaksi dari indera yang kemudian dicerna oleh otak dan kemudian disimpulkan atau biasa disebut dengan ilmu pengetahuan. Santri yang pada kehidupan sehari-hari menerapkan prinsip islami mulai dari bangun tidur hingga tidur kembali pastinya memiliki pengetahuan yang lebih dibanding orang awam dalam bidang keagamaan.

---

<sup>4</sup> Alifah Ratna Sari, Ari Kristin Prasetyoningrum, and Setyo Budi Hartono, "The Effect of Intellectual Capital and Networking on the Organizational Values of Islamic Boarding Schools ( A Case Study on Khalaf Islamic Boarding Schools in Demak )," *Journal of Islamic Accounting and Finance Research* 2, no. 1 (2020): 69–90.

Penelitian yang dilakukan oleh Eko Yuliawan<sup>5</sup> menunjukkan bahwa pengetahuan konsumen berpengaruh terhadap keputusan konsumen sebesar 44.8 % yang dapat dikatakan pengetahuan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Didukung oleh Fajar Mujaddid<sup>6</sup> yang menyatakan bahwa pengetahuan tidak berpengaruh positif terhadap minat menabung. Disisi lain hasil penelitian yang dilakukan oleh Maskur Rosyid<sup>7</sup> menunjukkan bahwa pengetahuan perbankan berpengaruh positif terhadap minat menabung santri dan guru. Maka dari hal sebelumnya masih terdapat kesenggangan mengenai hasil yang berbeda yang dipengaruhi oleh beberapa faktor lainnya yang masih belum diketahui secara pasti.

Faktor religiusitas adalah salah satu bentuk budaya tertentu yang berkembang di kalangan masyarakat dan memberikan identifikasi bagi anggotanya<sup>8</sup> Begitu pula sama halnya dengan santri yang pastinya lebih memahami tentang apa itu halal dan baik dalam kegiatan muamalah khususnya berekonomi. Ketika seorang muslim hanya memilih mengkonsumsi produk yang halal, itu merupakan bentuk perilakunya sebagai seorang muslim yang memiliki pengetahuan dan keyakinannya tentang kebenaran ajaran agama Islam. Hal itu juga sebagai bentuk upayanya dalam menaati aturan Islam yang berasal dari Al-Qur'an dan Hadis Nabi Muhammad SAW.

Rikky Ramadhan<sup>9</sup> menunjukkan bahwa kualitas tingkat religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat menabung santri. Dwi Nuryanti<sup>10</sup>

---

<sup>5</sup> Yuliawan Eko, "Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT. Bank Syariah Cabang Bandung," *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil: JWEM* 1, no. 1 (2011).

<sup>6</sup> Mujaddid Fajar, Nugroho P. T. A., "Pengaruh, Reputasi, Lingkungan Dan Religiusitas Terhadap Minat Pelajar Sekolah Menengah Kejuruan Prodi Perbankan Syariah Dalam Menabung Di Bank Syariah," *Ekonomi Islam* 10, no. 1 (2019).

<sup>7</sup> Rosyid Maskur, Halimatu Saidah, "Pengetahuan Perbankan Syariah Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Menabung Santri Dan Guru," *Islaminomics: Journal Of Islamic Economics, Business And Finance* 7, no. 2 (2016).

<sup>8</sup> Hasibuan Ali Akbar, "Pengaruh Pengetahuan, Lokasi Dan Religiusitas Santri Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Darul Falah Langga Payung)" (IAIN Padang Sidempuan, 2020).

<sup>9</sup> Ramadhan Rikky, "Pengaruh Tingkat Religiusitas Dan Pengetahuan Produk Tabungan Santri Pondok Pesantren Al-Barokah Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah" (IAIN Ponorogo, 2019).

menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepercayaan, artinya religiusitas tidak mempengaruhi minat santri dalam memilih produk bank syariah. Hasil yang berbeda dilakukan oleh Ali Akbar<sup>11</sup> menunjukkan bahwa ada pengaruh religiusitas santri terhadap minat menabung di Perbankan Syariah (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Darul Falah Langga Payung).

Proses sosialisasi adalah bagaimana anggota suatu kelompok budaya menjadi sadar akan norma-norma sosial yang mengatur budaya tersebut. Dimungkinkan bagi orang untuk mensosialisasikan dirinya dalam berpikir, merasa, dan bertindak dengan cara yang bermanfaat bagi keberhasilan penyesuaian sosial dalam kehidupan sosial. Sosialisasi berfungsi sebagai cara bagi generasi muda untuk secara dinamis menginternalisasi nilai-nilai budaya suatu masyarakat selama evolusi budaya. Jadi sosialisasi merupakan bagaimana kita memperkenalkan sebuah sistem kepada orang lain entah itu sosial, ekonomi hingga kebudayaan. Dengan bersosialisasi akan menjadikan manusia yang berbudaya, cakap menjalankan fungsinya dengan tepat sebagai individu dan sebagai anggota kelompok dalam lingkungan masyarakat.

Adanya sosialisasi mengenai perbankan syariah bagi santri dapat meningkatkan pengetahuan dan pengalaman santri dalam penentuan pilihan penggunaan bank syariah secara tepat. Hal tersebut sejalan dengan penelitian oleh Putri Fega<sup>12</sup> hasilnya menunjukkan bahwa faktor sosialisasi berpengaruh terhadap variabel minat menabung di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja. Sisi berbeda ditunjukkan oleh Sri Indah Cahyani<sup>13</sup> yang menunjukkan bahwa variabel sosialisasi tidak berpengaruh signifikan

---

<sup>10</sup> Dwi Nurhayati, "Pengaruh Religiusitas Dan Pengetahuan Santri Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pondok Pesantren Al Munawwir, Krapyak, Yogyakarta)" (IAIN Salatiga, 2019).

<sup>11</sup> Ali Akbar, "Pengaruh Pengetahuan, Lokasi Dan Religiusitas Santri Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Darul Falah Langga Payung)."

<sup>12</sup> Putri Fega L., "Analisis Faktor Sosialisasi Dan Edukasi Masyarakat Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bprs Muamalat Harkat Sukaraja" (IAIN Bengkulu, 2021).

<sup>13</sup> Sri Indah Cahyani, "Pengaruh Sosialisasi, Pengetahuan Dan Persepsi Santri Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Darul Falah Besongo Semarang Tahun 2018)" (UIN Walisongo, 2019).

terhadap minat santri Pondok Pesantren Darul Falah Besongo Semarang untuk menabung di bank.

Faktor persepsi adalah proses berpikir setiap individu dalam memahami informasi tentang lingkungannya, persepsi berlangsung saat seseorang menerima stimulus dari dunia luar yang ditangkap oleh organ-organ bantunya dan kemudian masuk ke dalam otak.<sup>14</sup> Di dalamnya terjadi proses berpikir dan pada akhirnya terwujud sebuah pemahaman. Jadi persepsi merupakan proses masuknya pesan atau informasi ke dalam pikiran orang. Apabila informasi yang diperoleh merupakan hal positif maka akan menjadikan pemahaman yang positif, hal tersebut berlaku dikebalikannya. Jadi penanaman persepsi mengenai bank syariah adalah hal baik khususnya bagi muslim maka akan meningkatkan minat menabung di bank syariah. Pada kenyataannya seorang muslim haruslah memegang teguh prinsip-prinsip Islam dalam kehidupannya.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana pengetahuan, religiusitas, sosialisasi, dan persepsi terhadap bank syariah mempengaruhi keinginan mahasiswa dalam menabung di lembaga tersebut. Presentasi yang disebutkan di atas akan mencakup subjek ini secara rinci. Penelitian yang berjudul: **“Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Sosialisasi Dan Persepsi Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Santri Di Bank Syariah (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Al-Ma’rufiyah Tambakaji, Ngaliyan, Semarang) .”**

## **1.2. Rumusan Masalah**

Bersumber dari penjelasan yang sudah dipaparkan pada latar belakang di atas, sehingga permasalahan yang bisa diformulasikan dalam riset ini adalah:

1. Apakah pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung santri di bank syariah ?
2. Apakah pengaruh religiusitas terhadap minat menabung santri di bank syariah ?

---

<sup>14</sup> Wiranata S, “Pengaruh Persepsi, Pengetahuan Masyarakat Dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Serta Dampaknya Pada Keputusan Menjadi Nasabah Perbankan Syariah” (UIN Syarif Hidayatullah, n.d.).



3. Apakah pengaruh sosialisasi terhadap minat menabung santri di bank syariah ?
4. Apakah pengaruh persepsi bank syariah terhadap minat menabung santri di bank syariah ?
5. Apakah pengaruh pengetahuan, religiusitas, sosialisasi, dan persepsi bank syariah terhadap minat menabung santri di bank syariah ?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini diantara lain:

1. Untuk menganalisis pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung santri di bank syariah
2. Untuk menganalisis pengaruh religiusitas terhadap minat menabung santri di bank syariah
3. Untuk menganalisis pengaruh sosialisasi terhadap minat menabung santri di bank syariah
4. Untuk menganalisis pengaruh persepsi bank syariah terhadap minat menabung santri di bank syariah
5. Untuk menganalisis pengaruh pengetahuan, religiusitas, sosialisasi, dan persepsi bank syariah terhadap minat menabung santri di bank syariah

### **1.4. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah:

#### 1. Teoritis

##### a. Akademisi

Akademisi diharapkan mampu mengetahui wawasan di bidang perbankan syariah mengenai analisis pengetahuan, religiusitas, sosialisasi dan persepsi bank syariah terhadap minat menabung santri di bank syariah

##### b. Peneliti

Peneliti diharapkan dapat menambah wawasan serta pengetahuan di bidang ekonomi dan lembaga keuangan syariah khususnya perbankan syariah.

## 2. Praktisi

### a. Perbankan

Sebagai saran dan masukan untuk perbankan mengenai bagaimana pengetahuan, religiusitas, sosialisasi dan persepsi bank syariah terhadap minat santri menabung di bank syariah.

### b. Para guru di pondok beserta santri

Penelitian ini diharapkan sanggup membagikan pengetahuan serta informasi untuk para guru di pondok beserta santri kala menabung di perbankan syariah. Sehingga warga mempunyai cerminan bagaimana keadaan ataupun sistem perbankan syariah yang sanggup membagikan rasa nyaman dan menguntungkan untuk mereka.

## 1.5. Sistematika Penulisan

Sistematikan penulisan skripsi ini di bagi menjadi lima bab diantaranya:

BAB I PENDAHULUAN, berisi tentang Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Sistematika Penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI, berisi tentang Pengetahuan, Religiusitas, Sosialisasi, Persepsi Bank Syariah, Penelitian Terdahulu, Keterkaitan Variabel Independen dengan Variabel Dependen, Kerangka Penelitian, Hipotesis Penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN, berisi tentang Ruang Lingkup Penelitian, Populasi dan Sampel Penelitian, Penelitian Data, Metode Analisis Data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN, berisi tentang Hasil Dari Analisis Deskriptif, Analisis Data, Interpretasi.

BAB V PENUTUP, berisi tentang Kesimpulan dan Saran

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### 2.1. Pengetahuan

##### 2.1.1 Pengertian Pengetahuan

Pengetahuan adalah aplikasi praktis dari objek yang telah ditemukan, ditemui, atau diperoleh melalui pengamatan rasional.<sup>15</sup> Pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dipelajari pelanggan tentang banyak barang dan jasa yang tersedia, bersama dengan pengetahuan tambahan yang berkaitan dengan barang dan jasa tersebut serta pengetahuan yang berkaitan dengan peran mereka sebagai konsumen. Ini termasuk perempuan dan minoritas. Al-Ghazali sebagaimana dikutip dalam penelitian Zain mengklaim bahwa ada dua metode bagi orang untuk belajar: dengan instruksi yang dipandu guru menggunakan indera dan akal, dan melalui instruksi kenabian, juga dikenal sebagai belajar ladunni, yang melibatkan belajar langsung dari hati melalui inspirasi dan wahyu.<sup>16</sup> Jadi pengetahuan merupakan hal yang pernah dijalani oleh setiap individu melalui indera dalam diri yang kemudian diserap oleh pikiran dan menjadikan sebuah wawasan atau pengalaman. Dalam al-Quran dijelaskan salah satu ayat yang menerangkan tentang pentingnya pengetahuan sebagai tuntunan yang membimbing pilihan hidup manusia yaitu pada al-Baqarah ayat 31

وَعَلَّمَ آدَمَ الْأَسْمَاءَ كُلَّهَا ثُمَّ عَرَضَهُمْ عَلَى الْمَلَائِكَةِ فَقَالَ أَنْبِئُونِي بِأَسْمَاءِ هَؤُلَاءِ  
إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ

---

<sup>15</sup> Irianati Rahma Bellani Oktavindria, Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Pengetahuan, Dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Tangerang Selatan (UIN Syarif Hidayatullah, 2017).

<sup>16</sup> Zain A, Pengaruh Pengetahuan Santri Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Modern Ummul Quro Al-Islami) (UIN Syarif Hidayatullah, 2017).

Dia mengajarkan kepada Adam nama-nama (benda) seluruhnya, kemudian Dia memperlihatkan kepada para malaikat, seraya berfirman, “Sebutkan kepada-Ku nama-nama (benda) ini jika kamu benar!”

Dalam bukunya Tafsirul Qur'anil Azhim, Imam Ibnu Katsir menjelaskan bahwa Surah Al-Baqarah ayat 31 Al-Qur'an adalah petunjuk di mana Allah menyebutkan kemuliaan kaum Adam dibandingkan dengan berbagai jenis malaikat karena memiliki hak mengetahui nama-nama segala sesuatu yang tidak diketahui oleh bangsa lain. Pasal ini didahulukan karena berkaitan dengan kedudukan Adam AS dan ketidaktahuan para malaikat tentang hikmah penciptaan khilafah, yaitu ketika mereka menanyakan hal itu, Allah menjawab bahwa Dia mengetahui apa yang tidak mereka ketahui. Kejadian ini, menurut Imam Ibnu Katsir, terjadi setelah para malaikat bersujud kepada Adam AS.<sup>17</sup>

### **2.1.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengetahuan**

Faktor-faktor yang mempengaruhi pengetahuan menurut Notoatmodjo sebagaimana di kutip oleh Saifudin<sup>18</sup> diantaranya:

#### **1. Pendidikan**

Menurut Ki Hajar Dewantara sebagaimana dikutip oleh Sugiarta, dkk<sup>19</sup> menyampaikan tujuan pendidikan adalah untuk mengarahkan semua kekuatan alam yang ada dalam diri anak yang sedang berkembang agar dapat mencapai tingkat keselamatan dan kebahagiaan yang setinggi-tingginya sebagai individu dan sebagai kontributor bagi masyarakat. Ia menyebut Tri Pusdiklat sebagai lingkungan pendidikan, yang terdiri dari

---

<sup>17</sup> Ismail bin Umar bin Katsir, “Tafsiiru Al-Qur’anil Azhiim (Ibnu Katsir),” in *I*, ed. Muhammad Husein Syamsuddin (Darul Kutub al-’Ilmiyyah, 1998).

<sup>18</sup> T Saifudin, Pengaruh Promosi, Religiusitas, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Dengan Pengetahuan Masyarakat Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Masyarakat Di Kota Salatiga) (IAIN Salatiga, 2017).

<sup>19</sup> Sugiarta I. M., Mardana. I. B. P, Adiarta. A, “Filsafat Pendidikan Ki Hajar Dewantara (Tokoh Timur),” *Jurnal Filsafat Indonesia* 2, no. 3 (2019).

lingkungan keluarga, lingkungan sekolah, dan lingkungan organisasi kepemudaan.

## **2. Paparan Media Massa**

Salah satu alat yang memudahkan pencarian informasi di seluruh dunia adalah media massa. Oleh karena itu, mereka yang lebih sering memanfaatkan media dapat memperluas pengetahuannya; tentunya hal ini akan berdampak pada banyaknya ilmu yang didapat. Media massa merupakan cara yang paling efektif untuk menyebarkan informasi dengan cepat sebab sulit untuk dilakukan filtrasi.

## **3. Sosial Ekonomi**

Kondisi sosial ekonomi merupakan sebuah kedudukan atau posisi seorang individu di dalam masyarakat yang berkaitan dengan tingkat pendidikan, tingkat pendapatan, kekayaan atau bisa juga fasilitas dalam kehidupan. Seorang yang kondisi ekonominya bagus maka akan lebih mudah memperoleh pengetahuan dikarenakan mereka yang kondisi sosial ekonominya di atas rata-rata pastinya akan memperoleh kemudahan dalam mengakses informasi.

## **4. Hubungan Sosial**

Hubungan sosial adalah interaksi yang berlangsung pada tingkat sosial antara orang-orang, antar kelompok, atau antara kelompok dengan individu lainnya. Keterampilan komunikasi dipengaruhi oleh ikatan sosial. Karena pada dasarnya kita adalah makhluk sosial.

## **5. Pengalaman**

Pengalaman adalah peristiwa yang telah terjadi. Pengalaman juga membantu seseorang mendapatkan pemahaman yang lengkap tentang bagaimana peristiwa dapat

terjadi dan bagaimana menanganinya. Semakin tinggi pengalaman yang dilalui maka akan meningkatkan pengetahuan.

## 2.2. Religiusitas

### 2.2.1. Pengertian Religiusitas

Religius itu satu set lengkap elemen, membuat seseorang disebut orang yang religius (beragama), dan bukan sekedar mengaku beragama. Religiusitas meliputi pengetahuan agama, keyakinan agama, praktik ritual keagamaan, pengalaman keagamaan, perilaku (moral) agama dan sikap sosial keagamaan. Religiusitas berarti menunjukkan sikap religi yang dimiliki seseorang dalam mencerminkan seberapa jauh keyakinan yang dimiliki. Sebagaimana dijelaskan pada al-Quran surat al-Ikhlâs ayat 1-4 juga menerangkan tentang konten spiritual yang menunjukkan sikap religius seorang manusia

قُلْ هُوَ اللَّهُ أَحَدٌ اللَّهُ الصَّمَدُ لَمْ يَلِدْ وَلَمْ يُولَدْ وَلَمْ يَكُنْ لَهُ كُفُوًا أَحَدٌ

*“Katakanlah (Nabi Muhammad), “Dialah Allah Yang Maha Esa. 2. Allah tempat meminta segala sesuatu. 3. Dia tidak beranak dan tidak pula diperanakkan 4. serta tidak ada sesuatu pun yang setara dengan-Nya”*

Dalam setiap ayat dari surat tersebut telah tersirat beberapa makna penting yang menjadi landasan religius seorang manusia yaitu: *Katakanlah.”Dialah Allah Yang Maha Esa. Allah adalah Tuhan yang bergantung kepada-Nya segala sesuatu. Dia tiada beranak dan tiada pula diperanakkan, dan tidak ada seorangpun yang setara dengan Dia*<sup>20</sup>. Keempat ayat dalam surat al-Ikhlâs menunjukkan suatu fakta tentang keesaan Tuhan dalam konteks *Uluhiyah* dan *Rubbubiyah*.

### 2.2.2. Dimensi Religiusitas

---

<sup>20</sup> Ismail bin Umar bin Katsir. “Tafsiiru Al-Qur’anil Azhiim (Ibnu Katsir).” In 1, edited by Muhammad Husein Syamsuddin. Darul Kutub al-’Ilmiyyah, 1998.

Glock dan Stark<sup>21</sup> sebagaimana diikuti oleh Satrio dan Siswanto mengatakan bahwa terdapat lima dimensi dalam religiusitas, yaitu:

1. Dimensi Keyakinan (*the ideological dimension*)  
Tingkatan dalam penerimaan dan pengakuan seseorang akan dogmatic dalam agamanya. Seperti halnya sifat ketuhanan, nabi, malaikat dan sebagainya.
2. Dimensi peribadatan atau praktek agama (*the ritualistic dimension*)  
Tingkatan kemampuan seseorang dalam menunaikan kewajiban dalam agamanya. Seperti sholat, zakat, puasa dan sebagainya.
3. Dimensi feeling atau penghayatan (*the experiential dimension*)  
Perasaan yang dialami ketika beribadah atau sekedar memikirkan kepada tuhan.
4. Dimensi pengetahuan agama (*file intellectual dimension*)  
Tingkat pengetahuan dan pemahaman yang diajarkan mengenai agama yang diikuti.
5. Dimensi effect atau pengamalan (*the consequential dimension*)  
Pengaplikasian ajaran-ajaran keagamaan yang diketahui dan kemudian menerapkan dalam kehidupan sosial.

### **2.2.3. Faktor-faktor yang mempengaruhi Religiusitas**

Thoules<sup>22</sup> sebagaimana dikutip oleh Nuryanti mengategorikan faktor munculnya sikap keagamaan menjadi empat, diantaranya:

---

<sup>21</sup> Satrio E., Siswanto. D, "Analisis Faktor Pendapatan, Kepercayaan Dan Religiusitas Dalam Mempengaruhi Minat Muzakki Untuk Membayar Zakat Penghasilan Melalui Lembaga Amil Zakat," *Simposium Nasional Akuntansi XIX*, 1, no. 4 (2016).

<sup>22</sup> Nuryanti D, "Pengaruh Religiusitas Dan Pengetahuan Santri Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pondok Pesantren Al Munawwir, Krapyak, Yogyakarta)" (IAIN Salatiga, 2019).

1. Faktor Pendidikan

Pendidikan mencakup sosial, budaya, agama, termasuk pendidikan dari orang tua, tradisi sosial disekitar untuk penyesuaian diri yang disepakati dalam lingkungan yang ditinggali.

2. Faktor Pengalaman

Berkaitan dengan segala sesuatu yang dialami dalam pembentukan sikap keagamaan. Pada umumnya faktor ini lebih merujuk pada pengalaman konflik moral, jiwa spiritual yang dapat mempengaruhi perilaku individu.

3. Faktor Kehidupan

Faktor kehidupan mencakup segala sesuatu yang ada dalam diri maupun dari luar individu, seperti kebutuhan akan rasa aman, kebutuhan kasih sayang, kebutuhan moral harga diri, dan kebutuhan rasa takut akan kematian.

4. Faktor Intelektual

Berkaitan dengan sebuah proses kemampuan memproses secara verbal maupun rasional.

## 2.3. Sosialisasi

### 2.3.1 Pengertian Sosialisasi

Sosialisasi adalah proses mempelajari sebuah norma, nilai, dan segala sesuatu yang dibutuhkan seseorang untuk berpartisipasi dalam berkehidupan sosial. Kemudian Menurut Charlotte Buehler sebagaimana dikutip oleh Astrid “Agar orang berhasil dan berfungsi dalam kelompoknya, sosialisasi adalah proses yang membantu individu dalam belajar dan menyesuaikan diri dengan cara hidup dan berpikir dalam kelompoknya.”<sup>23</sup> Sejumlah sosiolog menyebut sosialisasi sebagai teori mengenai peranan (*role theory*). Dikarenakan dalam sebuah proses sosialisasi

---

<sup>23</sup> Phil Astrid S. Susanto, *Pengantar Sosiologi Dan Perubahan Sosial* (Bandung: Binacitra, 2019).



diberitahukan mengenai hal-hal yang harus diketahui oleh setiap individu. Yiting li et al menjelaskan pada definisinya bahwa sosialisasi keuangan merupakan proses untuk memperkenalkan pengembangan “nilai, sikap, standar, norma, pengetahuan, dan perilaku keuangan yang berkontribusi pada kelangsungan keuangan dan kesejahteraan individu.<sup>24</sup> Dalam ajaran Islam, orang tua atau wali memiliki kewajiban penuh dalam memperkenalkan aspek-aspek agama kepada anak-anaknya. Mulai dari aspek Ketuhanan, Tauhid, hingga aspek syariah dan muammlah. Perintah ini sebagaimana dikutip dari hadist riwayat Abu Hurairah ra.

وَعَنْهُ أَيْضًا أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ قَالَ مَا مِنْ مَوْلِدٍ إِلَّا يُوَلَّدُ عَلَى الْفِئْرَةِ فَأَبَوَاهُ  
يُهَوِّدَانِهِ أَوْ يُنَصِّرَانِهِ أَوْ يُمَجِّسَانِهِ

*“Dan diriwayatkan dari Abu Hurairah juga, bahwa sesungguhnya Rasulullah SAW bersabda: tidak ada seorang manusia yang terlahir kecuali dia terlahir atas fitrah (kesucian seperti tabula rasa, kertas yang belum ditulis apapun, masih putih). Maka kedua orang tuanyalah yang membuatnya menjadi Yahudi, Nasrani, ataupun Majusi”.*

Hadits terkenal ini menegaskan bahwa semua orang adalah baik karena mereka diciptakan dalam keadaan suci. Menurut Kiai Masdar sebagaimana dikutip dalam Syakir, "Seperti kertas, semua manusia dilahirkan seperti kertas putih, tanpa noda atau cacat." Hadits tersebut juga menunjukkan bagaimana upaya sosialisasi orang tua memainkan peran penting dalam menentukan afiliasi keagamaan anak-anak mereka. Agama Yahudi, Kristen, atau Majusi dapat dipengaruhi oleh orang tua dalam keturunannya. Orang tua hadis, terutama ibu dan ayah biologis, dapat menjadi orang tua biologis.<sup>25</sup>

Terdapat dua tipe dalam bersosialisasi, yaitu:

1. Formal

---

<sup>24</sup> Yiting Li et al., “Parental Financial Socialization, Financial Experiences, and Financial Behaviors: Comparing Asian American and International Asian College Students,” *Journal of Financial Counseling and Planning* 32, no. 1 (2021): 68–85.

<sup>25</sup> Syakir NF, “Masa Depan Anak Tergantung Orang Tuanya (Oleh KH Masdar Farid),” NU Online, 2018.

Sosialisai bertipe formal biasanya dijalankan dalam sebuah lembaga-lembaga yang berwenang dalam ketentuan sebuah negara. Seperti halnya di perkantoran, sekolah hingga militer.

## 2. Informal

Sosialisasi tipe informal lebih berbentuk sosialisasi santai dalam artian sering digunakan dalam pergaulan keseharian. Seperti sosialisasi dengan kerabat dekat, teman, sesama anggota klub dan kelompok-kelompok sosial lainnya.

### 2.3.2 Faktor yang mempengaruhi Sosialisasi

Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi sosialisasi diantaranya<sup>26</sup>:

#### 1. Faktor Internal

Faktor internal merupakan pengaruh yang ada dalam diri tiap individu. Hal ini menyangkut akan kemauan, motivasi, minat hingga kemampuan yang terdapat pada diri seseorang dalam melakukan menyesuaikan diri dalam lingkungan masyarakat.

#### 2. Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah segala sesuatu yang terdapat di luar diri seseorang. Faktor eksternal ini dapat diperhatikan melalui nilai-nilai norma, struktur budaya, sosial ekonomi dan lain sebagainya.

### 2.3.3 Jenis sosialisasi

Menurut Peter L. Berger dan Lukman sebagaimana dikuti oleh P. Pridaus<sup>27</sup> terdapat dua jenis sosialisasi, diantaranya:

#### 1. Sosialisasi Primer

Sosialisasi primer merupakan tahap pertama kalinya untuk bersosialisasi. Sosialisasi primer berlangsung

---

<sup>26</sup> Ratna Nova Dwi, "Analisis Pentingnya Sosialisasi Terhadap Minat Masyarakat Untuk Menabung Di Perbankan Syariah (Studi Kasus Di Kecamatan Pakel Kabupaten Tulungagung," 2021.

<sup>27</sup> Pirdaus P, "Strategi Sosialisasi Perbankan Syariah Di Kota Lubuk Linggau" (IAIN Bengkulu, 2019).

ketika semasa kecil dalam bermasyarakat khususnya keluarga. Sosialisasi primer pada keluarga sangatlah penting karena menentukan bagaimana pembentukan seorang anak. Sosialisasi primer adalah tempat penanaman nilai-nilai budaya, norma sosial yang di anut keluarga.

## 2. Sosialisasi Sekunder

Sosialisasi sekinder merupakan kelanjutan dari sosialisasi primer dimana seorang individu mulai mengenal sekaligus memperkanlakan dirinya kepada hadapan masyarakat disekitarnya, lingkungan sekolah hingga lingkungan kerja.

## 2.4. Persepsi Bank Syariah

### 2.4.1. Pengertian Persepsi

Persepsi berfungsi sebagai dasar bagi perkembangan perilaku manusia. Adalah mungkin untuk mendefinisikan persepsi sebagai potensi yang dapat diekspresikan melalui sikap dan perilaku. Sunyoto sebagaimana dikutip pada Imran dan Hermawan mendefinisikan persepsi sebagai proses mengkategorikan dan mengevaluasi pengalaman indrawi untuk memberikan konteks lingkungan. Cara seseorang memandang sesuatu mungkin berbeda dari kebenaran objektif.<sup>28</sup> Dapat dikatakan bahwa persepsi merupakan hasil dari suatu proses dalam pemaknaan sebuah pengalaman atau informasi sebelumnya kemudian menjadi sebuah gambaran yang melekat dalam pikiran.

### 2.4.2. Persepsi Tentang Bunga Bank

Persepsi tentang bunga bank dalam penelitian ini adalah persepsi santri tentang hukum bunga bank. Sebagaimana dalam halnya bahwa bunga bank masih menjadi bahan kontroversi perbedaan pendapat dimata masyarakat. Secara konvensional

---

<sup>28</sup> Imran I., Hendrawan B, "Pengaruh Persepsi Masyarakat Batam Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah," *Journal of Applied Business Administration* 1, no. 2 (2017).

bunga bank berarti balas jasa yang diberikan oleh bank yang telah membeli atau menjual produknya sesuai dengan prinsip-prinsip konvensional. Berdasarkan prinsip syariah bunga bank merupakan hal riba dikarenakan dalam pemberian pinjaman, pihak bank mengambil tambahan dalam bentuk bunga tanpa adanya keseimbangan untuk peminjam. Adanya perbedaan pendapat tentang apakah bunga bank merupakan bagian dari riba disebabkan adanya ikhtilaf pada pandangan hukum. Tentang legalitas bunga bank, para sarjana modern berbeda pendapat. Pertama, menurut beberapa ulama termasuk Yusuf Qaradhawi, Mutawalli Sya'rawi, Abu Zahrah, dan Muhammad al-Ghazali, bunga bank dilarang karena termasuk riba. Sudut pandang ini diamini oleh forum pakar Islam, meliputi: Majma' al-Fiqh al-Islamy, Majma' Fiqh Rabithah al-'Alam al-Islamy, dan Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang didasarkan pada al-Baqarah ayat 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

*“Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya”.*

Sedangkan sebagian ulama kontemporer lainnya, seperti Syekh Ali Jum'ah, Muhammad Abduh, Muhammad Sayyid Thanthawi, Abdul Wahab Khalaf, dan Mahmud Syaltut, menegaskan bahwa bunga bank hukumnya boleh dan tidak termasuk riba. Pendapat ini sesuai dengan fatwa yang dikeluarkan Majma' al-Buhus al-Islamiyyah tanggal 23 Ramadhan 1423 H, bertepatan tanggal 28 November

2002 M dengan didasarkan pada firman Allah SWT surat an-Nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.

Berdasarkan tafsir Ibnu Katsir dijelaskan bahwa selama kondisi transaksi tidak mengandung unsur pemaksaan atau keseluruhan aspek transaksi telah dibicarakan dengan kesepakatan bersama, maka hukum dari kegiatan transaksi itu adalah sah<sup>29</sup>. Pengimplementasian asas transaksi tersebut pada bunga bank menjadikan bahwa bilamana seluruh rukun transaksi memenuhi syarat serta kesepakatan dan perjanjian ditetapkan bersama maka hilanglah hukum haram dari riba.

Penerapan manajemen syariah dalam operasional bank syariah salah satunya adalah menghapuskan konsep riba dalam segala bentuk transaksi. Kasmir sebagaimana dikutip oleh Astuti dan Mustikawati<sup>30</sup> menyatakan bahwa dalam operasional konvensional terdapat dua jenis bunga yang diberikan, diantaranya :

1. Bunga Simpanan

Harga beli yang harus dibayar bank kepada penyimpan. Diberikan sebagai bentuk balas jasa dari nasabah kepada bank karena telah menyediakan tempat untuk menyimpan secara aman dan nyaman.

2. Bunga Pinjaman

---

<sup>29</sup> Ismail bin Umar bin Katsir, “Tafsiiru Al-Qur’anil Azhiim (Ibnu Katsir).”

<sup>30</sup> Astuti, T., & Mustikawati, R. I. (2013). *Pengaruh persepsi nasabah tentang tingkat suku bunga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah*. Nominal: Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen, 2(1), h.187.

Bunga yang diberikan dari bank kepada nasabah atau lebih dikenal dengan *debitur* untuk dibayarkan.

Bentuk ketidakadilan bunga bank secara konvensional adalah pihak peminjam diwajibkan bahkan mutlak untuk membayar tagihan atau minimal bunga tiap jatuh tempo dan tidak melihat situasi *kreditur* mengalami keuntungan atau kerugian. Berangkat dari asumsi ini, akhirnya berkembang sistem alternatif perbankan yang menggunakan sistem bebas bunga (*interest free banking*) agar terhindar dari unsur riba dengan menggunakan sistem bagi hasil (*profit and loss sharing*). Penggunaan sistem bagi hasil dalam perbankan syariah jauh lebih bersifat adil bagi peminjam, dikarenakan apabila peminjam dana untuk kegiatan usaha maka kerugian dan keuntungan dapat dibagi berdasarkan kesepakatan diawal.

#### **2.4.3. Persepsi Tentang Produk**

Produk tersebut merupakan salah satu inisiatif akuisisi nasabah bank. Karena begitu banyak lembaga perbankan yang ada dan begitu banyak produk tabungan yang ditawarkan oleh mereka, nasabah harus lebih memahami kebutuhan mereka dan spesifikasi produk yang ditawarkan. Pemahaman deposit dan pengetahuan produk sangat penting karena pengetahuan berfungsi sebagai dasar untuk keputusan nasabah saat menggunakan bank. Banyak ekonom Muslim telah mencatat bahwa salah satu hambatan pertumbuhan bank syariah adalah kurangnya pengetahuan umum tentang praktik dan produk perbankan syariah.

Produk itu sendiri merupakan komponen dari rencana akuisisi nasabah bank. Karena begitu banyak lembaga perbankan yang ada dan begitu banyak produk tabungan yang ditawarkan oleh mereka, nasabah harus lebih memahami kebutuhan mereka dan spesifikasi produk yang ditawarkan. Pemahaman deposit dan pengetahuan produk sangat penting karena pengetahuan menjadi dasar keputusan mereka sebagai nasabah bank. Dalam bank

syariah, diversifikasi produk disajikan dalam bentuk kepatuhan pada syariah atau terlabel “halal”. Hal tersebut juga telah dinyatakan oleh Memon, et al bahwa label halal telah menjadi simbol kepatuhan beragama secara global<sup>31</sup>. Menurut Fataron, barang halal merupakan persyaratan tambahan yang diberikan kepada pembeli muslim dalam rangka mencegah hal-hal yang diharamkan syara' terhadap pembelian di pasar.<sup>32</sup> sehingga kehalalan suatu produk hanya tertuju pada kaum muslimin.

Diketahui bahwa segmentasi dari produk bank syariah bukan hanya kaum muslimin namun lebih bersifat universal diaman seluruh agama boleh memanfaatkannya. Hal ini disebabkan makna halal secara substansi adalah lebih luas daripada sekedar perintah agama. Dalam al-Quran Allah berfirman dalam Surat al-A'raf ayat 157:

الَّذِينَ يَتَّبِعُونَ الرَّسُولَ النَّبِيَّ الْأُمِّيَّ الَّذِي يَجِدُونَهُ مَكْتُوبًا عِنْدَهُمْ فِي التَّوْرَةِ  
وَإِنْجِيلٍ يَأْمُرُهُمْ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَاهُمْ عَنِ الْمُنْكَرِ وَيُحِلُّ لَهُمُ الطَّيِّبَاتِ وَيُحَرِّمُ  
عَلَيْهِمُ الْخَبَائِثَ وَيَضَعُ عَنْهُمْ إِصْرَهُمْ وَالْأَغْلَالَ الَّتِي كَانَتْ عَلَيْهِمْ فَاَلَّذِينَ آمَنُوا  
بِهِ وَعَزَّوْهُ وَنَصَرُوهُ وَأَتَّبَعُوا النُّورَ الَّذِي أُنزِلَ مَعَهُ أُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

“(Yaitu,) orang-orang yang mengikuti Rasul (Muhammad), Nabi yang ummi (tidak pandai baca tulis) yang (namanya) mereka temukan tertulis di dalam Taurat dan Injil yang ada pada mereka. Dia menyuruh mereka pada yang makruf, mencegah dari yang mungkar, menghalalkan segala yang baik bagi mereka, mengharamkan segala yang buruk bagi mereka, dan membebaskan beban-beban serta belenggu-belenggu yang ada pada mereka) Adapun orang-orang yang beriman kepadanya, memuliakannya, menolongnya, dan mengikuti cahaya terang yang diturunkan bersamanya (Al-Qur'an), mereka itulah orang-orang beruntung”.

Dalam ayat tersebut disampaikan pemaknaan sebenarnya dalam konteks produk halal adalah *thoyib* atau arti secara bahasa adalah baik. KH. Ali Mustafa Yaqub menjelaskan makna *thayib* atau baik

<sup>31</sup> Yusra Jamil Memon et al., “Religiosity as a Moderator between Theory of Planned Behavior and Halal Purchase Intention,” *Journal of Islamic Marketing* 11, no. 6 (2020): 1821–36.

<sup>32</sup> Zuhdan Ady Fataron and Hariyanti Rohmah, “Effect Analysis of Trust, Ease, Information Quality, Halal Product on Online Purchase Decision of 2016-2018 Batch Students of Islamic Economics Study Program in UIN Walisongo at Shopee Marketplace,” *Journal of Digital Marketing and Halal Industry* 1, no. 1 (2020): 1.

pada suatu produk adalah dengan ukuran bahwa produk tersebut tidak menimbulkan *mudharat* bagi penggunaanya melainkan melahirkan kemanfaatan<sup>33</sup>.

#### 2.4.4. Faktor–faktor yang mempengaruhi Persepsi

Menurut Yuniarti sebagaimana dikutip oleh Imran dan Hendrawan<sup>34</sup> terdapat beberapa faktor yang dapat merubah dari sebuah persepsi diantaranya penglihatan dan sasaran yang diterima serta situasi. Tanggapan yang muncul dipengaruhi oleh sifat dari setiap individu yang melihatnya. Sifat yang dapat mempengaruhi persepsi, yaitu sebagai berikut :

1. Sikap, yaitu bentuk respon positif atau negatif dalam penerimaan informasi.
2. Motivasi, hal dasar dari dalam diri yang memacu munculnya sikap tindakan yang dilakukan.
3. Minat, faktor pembeda penilaian seseorang terhadap suatu objek tertentu dan menjadi dasar penentuan suka atau tidaknya..
4. Pengalaman masa lalu, dapat mempengaruhi persepsi individu yang mengarah pada kesimpulan sama pada masa sebelumnya.
5. Harapan, mempengaruhi persepsi dalam bentuk keinginan, membuat keputusan hingga penolakan gagasan apabila tidak sesuai yang diharapkan.
6. Sasaran, yang mempengaruhi penglihatan dan kemudian mempengaruhi persepsi.
7. Situasi atau keadaan sekitar, sebuah benda yang sama dalam situasi yang berbeda akan di tangkap dengan persepsi yang berbeda pula.

---

<sup>33</sup> K.H Ali Mustafa Yaqub, *Kriteria Halal-Haram Untuk Pangan, Obat, Dan Kosmetika Menurut Al-Qur'an Dan Hadis* (Jakarta: Pustaka Firdaus, 2013).

<sup>34</sup> Imran, I., & Hendrawan, B. (2017). *Pengaruh Persepsi Masyarakat Batam Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah*. *Journal of Applied Business Administration*, 1(2), h. 212.



## 2.5. Minat Menabung

### 2.5.1. Pengertian Minat

Menurut Slameto sebagai mana dikutip oleh Abdul Azis<sup>35</sup> Minat diartikan sebagai suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktifitas tanpa ada yang menyuruh. Menerima hubungan antara individu dengan sesuatu di luar dirinya adalah semacam kesukarelaan manusia yang disebut minat. Derajat minat akan tampak semakin besar semakin tinggi hubungannya. Menurut Mahgalena minat menabung adalah keinginan seseorang untuk menyimpan uangnya untuk investasi masa depan dan untuk sesuatu yang mendadak apabila terjadi sesuatu yang tidak diinginkan<sup>36</sup>. Oleh karena itu, sebagai salah satu bentuk reaksi terhadap bunga bank syariah sebagai pihak yang dapat mengakomodir hal tersebut, bunga simpanan digambarkan sebagai kesediaan masyarakat untuk mengajukan pembiayaan, atau sekedar menitipkan dananya untuk disimpan atau diputar ulang saja untuk menjalankan roda perekonomian.

### 2.5.2. Dimensi Minat

Dimensi minat pada umumnya dapat dikategorikan menjadi menjadi empat dimensi pokok, diantaranya<sup>37</sup> :

1. Minat transaksional, kecenderungan untuk pembelian dari sebuah produk.
2. Minat refrensial, kecenderungan seseorang untuk mereferensikan kepada orang lain.

---

<sup>35</sup> Muh. Abdul Azis, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung Di Bank Syariah" (2012), h. 30.

<sup>36</sup> Mahgalena, Wahab, and Choirul Huda, "Factors Affecting Student Interest Of Al-Quran Wonosobo Science University To Saving In A Syariah Bank," *AL-ARBAH: Journal of Islamic Finance and Banking* 3, no. 1 (2021): 47–62.

<sup>37</sup> Wiranata, S. *Pengaruh Persepsi, Pengetahuan Masyarakat dan Religiusitas terhadap Minat Menabung serta Dampaknya pada Keputusan menjadi Nasabah Perbankan Syariah* (Bachelor's thesis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis uin jakarta), h. 36.

3. Minat preferensial, minat yang menunjukkan perilaku seseorang dimana orang tersebut memiliki preferensi utama pada produk. Preferensi dapat diganti apabila terjadi kepada produk preferensinya.
4. Minat eksploratif, menggambarkan perilaku seseorang yang antusias menggali informasi mengenai produk yang diminatinya.

### **2.5.3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat**

Menurut Crow sebagaimana dikutip oleh Oktaviandria<sup>38</sup> munculnya minat dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain faktor pribadi dan faktor lingkungan. Menurut Crow and Cow, ada tiga elemen kunci yang mempengaruhi minat, antara lain::

#### **1. Faktor internal individu**

Dampak dari keinginan seseorang yang pada akhirnya dapat berubah menjadi kebutuhan, antara lain bagaimana menangkis rasa lapar, menahan emosi yang tidak menyenangkan, dan rasa keinginan untuk memicu minat diseminasi penelitian yang diinginkan.

#### **2. Faktor motif social**

Keinginan seseorang untuk memiliki antara lain dipengaruhi oleh dunia di sekitarnya. Kecenderungan untuk melakukan berbagai upaya untuk memperoleh kepentingan disebabkan oleh pengaruh penyesuaian di tempat kerja, keluarga, dan bahkan masyarakat.

#### **3. Faktor emosional atau perasaan**

Terkadang sulit untuk memprediksi emosi apa yang mungkin muncul. Namun, hasilnya akan lebih bermanfaat jika keinginan yang dipicu oleh perasaan seseorang terwujud. Ketika sesuatu tercapai, ada kepuasan tertentu di dalamnya, mirip dengan

---

<sup>38</sup> Rahma Bellani Oktavindria, Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Pengetahuan, Dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Tangerang Selatan). (FEBI UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.2017), h. 27.

keinginan untuk bekerja keras di sekolah untuk mendapatkan lebih banyak perhatian atau pengakuan.

## 2.6. Penelitian Terdahulu

Peneliti menggunakan penelitian sebelumnya sebagai panduan saat melakukan penelitian mereka sendiri. Meskipun memiliki ruang lingkup yang hampir identik dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini berbeda dari segi variabel, sampel, dan objek penelitian sehingga memungkinkan untuk digunakan sebagai pelengkap satu sama lain. Ringkasan dari beberapa penelitian sebelumnya diberikan di bawah ini:

**Tabel 2. 1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Nurbaiti Dkk (2020)	Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Pesantren Di Bank Syariah	Analisis kuantitatif data dianalisis menggunakan regresi berganda	Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan secara simultan Pengetahuan terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah
2	Fifin Zuriatul Casvi (2019)	Pengaruh Pengetahuan, Lingkungan Sosial, Dan Lokasi Bank Syariah	Analisis kuantitatif dengan metode regresi linier berganda	Hasil penelitian menunjukkan pengetahuan dan lingkungan sosial berpengaruh

No	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
		Terhadap Minat Menabung Santri Di Bank Syariah (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Raudlatul Qur'an Mangkang Kulon, Tugu, Semarang)		positif dan signifikan terhadap minat menabung santri di bank syariah
3	Sri Indah Cahyani (2019)	Pengaruh Sosialisasi, Pengetahuan Dan Persepsi Santri Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Darul Falah Besongo Semarang Tahun 2018)	jenis penelitian kuantitatif Metode pengumpulan data dengan kuesioner Analisis regresi linier berganda	Bahwa variabel sosialisasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat santri Pondok Pesantren Darul Falah Besongo semarang untuk menabung di bank
4	Sulaiman Zain (2020)	Pengaruh Persepsi Santri, Religiusitas Dan	Penelitian ini bersifat kuantitatif	Bahwa persepsi dan religiusitas berpengaruh

No	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
		Promosi Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Santri Pada Produk Simpanan Pelajar (Studi Pada Santri Pondok Pesantren Al-Mukhlisin)	Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda	signifikan terhadap minat menabung santri pada produk simpanan pelajar
5	Aisyah (2020)	Pengaruh Persepsi, Pengetahuan Masyarakat Dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Serta Dampaknya Pada Keputusan Menjadi Nasabah Perbankan Syariah	Data dianalisis dengan menggunakan teknik analisis <i>PLS (Partial Least Square)</i> melalui <i>software SmartPLS</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat DKI Jakarta masih banyak yang belum menjadi nasabah bank syariah karena persepsi yang kurang baik,

## 2.7. Keterkaitan Variabel Independen dengan Variabel Dependen

### **2.7.1. Pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung santri di bank syariah.**

Penelitian oleh Jalaludin<sup>39</sup> menunjukkan pengetahuan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah. Pengetahuan konsumen juga merupakan salah satu faktor dalam unsur psikologis yang mempengaruhi keputusan konsumen. Hal ini sejalan dengan Fadhilah dkk<sup>40</sup> bahwa variabel pengetahuan berpengaruh positif terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah pada studi kasus pondok pesantren Ar-Raudhatul Hasanah. Maka dapat diartikan semakin luas pengetahuan semakin tinggi minat untuk menabung. Mahgalena mengkonfirmasi adanya pengaruh yang signifikan dari pengetahuan terhadap minat menabung di bank syariah yang dilakukan pada mahasiswa UNSIQ Wonolosbo<sup>41</sup>. Karena dengan adanya pengetahuan dapat membuka pemikiran santri bahwa perbankan syariah itu lebih baik dari pada perbankan konvensional dan sesuai syariat Islam pastinya.

H<sub>1</sub> = Pengetahuan berpengaruh positif terhadap minat menabung di Bank Syariah

### **2.7.2. Pengaruh religiusitas terhadap terhadap minat menabung santri di bank.**

Penelitian oleh Fadhilah<sup>42</sup> memperlihatkan bahwa indikator fasilitas, religiusitas dan motif rasional berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. Hal ini menunjukkan bahwa minat menabung mampu memediasi religiusitas terhadap keputusan.

---

<sup>39</sup> Jalaludin, A. (2018). *Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Wadiah*. Jurnal Ekonomi Ilmu Manajemen, 2(1), h. 99.

<sup>40</sup> Fadhilah, D. (2020). *Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Pesantren Di Bank Syariah*. Jurnal Bilal: Bisnis Ekonomi Halal, 1(2), h. 35.

<sup>41</sup> Mahgalena, Wahab, and Huda, "Factors Affecting Student Interest Of Al-Quran Wonosobo Science University To Saving In A Syariah Bank."

<sup>42</sup> Fadhilah, D. (2020). *Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Pesantren Di Bank Syariah*. Jurnal Bilal: Bisnis Ekonomi Halal, 1(2), h. 7.

Hal yang sama juga ditunjukkan oleh Nuryanti<sup>43</sup> bahwa variabel religiusitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat memilih produk. Berarti nilai religiusitas melalui dimensinya dapat digunakan sebagai dasar untuk membuat kebijakan di bank syariah. Pemanfaatan dimensi religiusitas berupa keyakinan, praktik agama dan pengetahuan agama akan mengarah kepada kecenderungan seseorang kepada pemilihan tertentu. Dalam konteks minat pembelian produk secara berulang Amalia menjelaskan adanya pengaruh signifikan dari religiusitas seseorang. Amalia berpendapat bahwa Semakin tinggi religiusitas seorang muslim, semakin besar pula peluang orang tersebut dalam mengambil keputusan untuk membeli produk halal<sup>44</sup>. Hasil tersebut juga telah terkonfirmasi oleh Rohmah dan Fataron<sup>45</sup>. Potensi yang serupa juga dapat berlaku pada industry keuangan dengan kategori halal.

H<sub>2</sub> = Religiusitas berpengaruh positif terhadap minat menabung di Bank Syariah

### **2.7.3. Pengaruh sosialisasi terhadap minat menabung santri di bank syariah**

Penelitian yang dilakukan oleh Aprilia<sup>46</sup> menunjukkan bahwa sosialisasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. Sosialisasi merupakan proses pemberitahuan, pengumuman, mengabarkan kepada masyarakat ramai sesuatu yang

---

<sup>43</sup> Nuryanti, D. (2019). *Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan Santri Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah dengan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pondok Pesantren Al Munawwir, Krapyak, Yogyakarta)* (Doctoral dissertation, IAIN SALATIGA), h. 97.

<sup>44</sup> Farah Amalia, The Role of Religiosity on Halal Product Purchasing Decision Case Study : Wardah Cosmetics, *Journal of Digital Marketing and Halal Industry* 1, no. 1 (2020): 19.

<sup>45</sup> Fataron and Rohmah, Effect Analysis of Trust, Ease, Information Quality, Halal Product on Online Purchase Decision of 2016-2018 Batch Students of Islamic Economics Study Program in UIN Walisongo at Shopee Marketplace.

<sup>46</sup> APRILIA, S. (2020). *Pengaruh Pengetahuan Dan Sosialisasi Terhadap Minat Menabung Di Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang (Studi Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang)* (Doctoral dissertation, UIN Raden Fatah Palembang), h. 63

harus segera diketahui. Hal sejalan juga ditunjukkan oleh Putri<sup>47</sup> bahwa di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja aspek sosialisasi berdampak pada keinginan untuk menabung. Proses sosialisasi melibatkan pengajaran standar sosial, sikap, dan perilaku yang diperlukan bagi mereka untuk tumbuh baik sebagai makhluk sosial maupun sebagai individu yang unik (pribadi). Jadi dapat dikatakan semakin meningkat sosialisasi maka akan semakin meningkat juga minat menabung.

H<sub>3</sub> = Sosialisasi berpengaruh positif terhadap minat menabung di Bank Syariah

#### **2.7.4. Pengaruh persepsi bank syariah terhadap minat menabung santri di bank syariah.**

Aisyah<sup>48</sup> menunjukkan bahwa persepsi mempunyai pengaruh dan signifikan terhadap minat menabung. Hal ini membuktikan bahwa persepsi mempunyai hubungan yang positif dan signifikan terhadap minat dimana persepsi mendorong minat masyarakat untuk menabung. Sama halnya dengan Astuti<sup>49</sup> yang menunjukkan bahwa persepsi bank syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah. persepsi merupakan proses nasabah untuk memilih, mengelola dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh atas kegiatan promosi yang dilakukan bank dan kemudian akan direspon melalui tindakan.

H<sub>4</sub> = Persepsi bank syariah berpengaruh positif terhadap minat menabung di Bank Syariah

---

<sup>47</sup> Putri, F. L. (2021). *Analisis Faktor Sosialisasi Dan Edukasi Masyarakat Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bprs Muamalat Harkat Sukaraja* (Doctoral dissertation, IAIN Bengkulu).

<sup>48</sup> Aisyah (2020). *Pengaruh Persepsi, Pengetahuan Masyarakat Dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Serta Dampaknya Pada Keputusan Menjadi Nasabah Perbankan Syariah (Studi Pada Wilayah Dki Jakarta)*. (Doctoral dissertation, UIN Syarif Hidayatullah), h. 99.

<sup>49</sup> Astuti, T., & Mustikawati, R. I. (2013). *Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah*. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 2(1), h. 194.



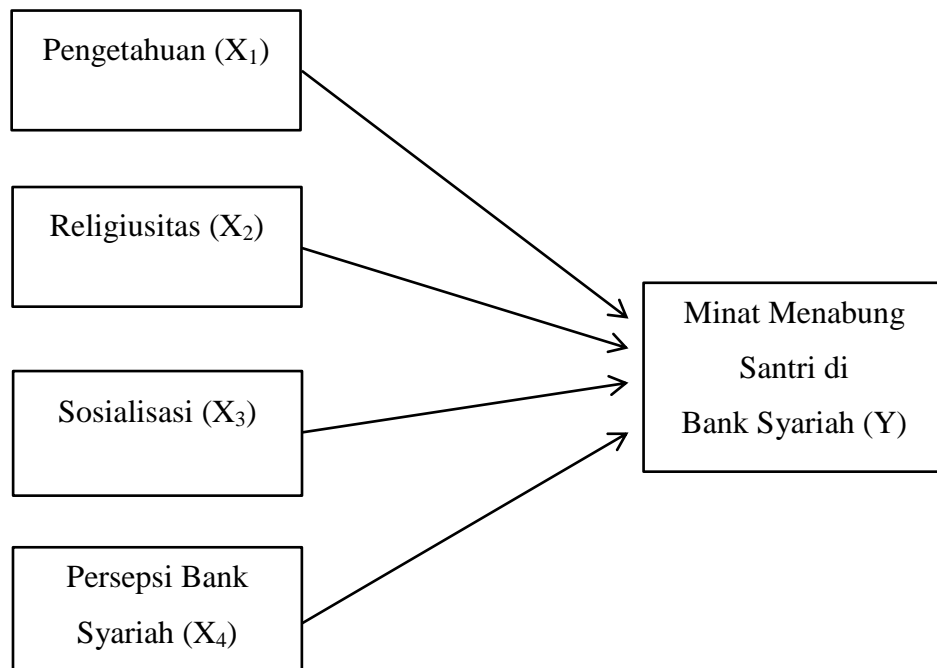
## 2.8. Kerangka Pemikiran

Kerangka kerja adalah model konseptual yang menjelaskan bagaimana sebuah studi akan berjalan secara logis atau bagaimana sebuah teori akan berhubungan dengan berbagai aspek yang telah diidentifikasi sebagai hal yang krusial.

Gambar 2. 1

Kerangka pemikiran

Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Sosialisasi Dan Persepsi Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Santri Di Bank Syariah



## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif untuk melakukan penelitian dengan tipe analisis deskriptif. adalah studi yang mencoba menggambarkan kejadian atau keadaan sesederhana mungkin; kuesioner digunakan sebagai sarana untuk mengumpulkan data yang diperlukan, yang kemudian diolah melalui penggunaan statistik. Survei, seperti membagikan kuesioner, dapat digunakan dalam penelitian untuk mengumpulkan data dari berbagai populasi yang akan diteliti.<sup>50</sup>

#### **3.2. Populasi dan Sampel Penelitian**

##### **3.2.1. Populasi**

Menurut Sugiyono sebagaimana dikutip oleh Rahma<sup>51</sup> Istilah "populasi" mengacu pada kategori hal atau subjek yang peneliti pilih untuk dipelajari untuk menarik generalisasi tentang mereka. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa populasi adalah keseluruhan subjek yang akan diteliti dan memiliki seperangkat karakteristik. Populasi dapat berupa individu atau kelompok tertentu, objek, institusi, atau apapun yang ada informasinya untuk diselidiki, kemudian diteliti, dan kemudian dihasilkan kesimpulan. Santri Pondok Pesantren Al-Ma'rufiyah di Tambakaji, Ngaliyan, menjadi populasi penelitian. Ada 65 santri putri dan 80 santri putra yang dapat dijadikan tanggapan berdasarkan jumlah santri yang aktif di pesantren tersebut.

---

<sup>50</sup> Siti Kholila, *Pengaruh Motivasi Menghindari Riba Dan Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Muamalat Kc Surabaya – Mas Mansyur*, (Surabaya:UIN Sunan Ampel.2018), h. 48.

<sup>51</sup> Rahma Bellani Oktavindria, *Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Pengetahuan, Dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Tangerang Selatan)*. (FEBI UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.2017), h. 48.

### 3.2.2. Sampel

Menurut Sugiyono, sampel memperhitungkan baik ukuran populasi maupun ciri-cirinya. Probability sampling, jenis sampel yang dipilih, adalah sampling dimana semua anggota sampel ditempatkan pada posisi yang sama di mana mereka memiliki kemungkinan untuk menjadi sampel, dengan tujuan untuk mengurangi biaya, waktu, dan tenaga yang akan digunakan selama penelitian<sup>52</sup>.

Metode Simple Random Sampling adalah pendekatan pengambilan sampel yang menggunakan pemilihan secara acak tanpa memperhitungkan stratifikasi populasi. Maka dari itu setiap elemen atau anggota populasi memperoleh peluang yang sama menjadi sampel penelitian atau responden.

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus Slovin. Adapun rumus Slovin adalah sebagai berikut:

Rumus Slovin

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$
$$n = \frac{145}{1 + 145 \cdot (0.05)^2}$$
$$n = \frac{145}{1,3625}$$
$$n = 106,423$$

Dimana :

n : Sampel

N : Populasi

e : Error atau tingkat kesalahan yang diyakini

---

<sup>52</sup> Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2015).

Jadi jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 106,423 yang dibulatkan menjadi 106 dengan menggunakan tingkat kesalahan atau *error* 5%.

### **3.3. Penelitian Data**

#### **3.3.1. Jenis Data**

Data primer dan data sekunder digunakan dalam penelitian ini, tergantung pada sumbernya. Data primer adalah data yang dikumpulkan melalui wawancara langsung dengan responden dan penyebaran kuesioner kepada individu atau kelompok sebagai sumber informasi pertama. Data utama yang telah diproses dan disajikan oleh entitas yang mengumpulkan data primer dikenal sebagai data sekunder. Data sekunder dapat digunakan untuk melengkapi data utama sebagai bukti pendukung. Anda dapat menemukan data sekunder di arsip, makalah, jurnal, publikasi, dan tempat lainnya.

#### **3.3.2. Metode Pengumpulan Data**

Metodologi pengumpulan data untuk melakukan penelitian ini diantaranya:

1. Kuesioner

Kuesioner digunakan untuk mengumpulkan informasi untuk penelitian. Kuesioner pada dasarnya terdiri dari sejumlah pernyataan atau pertanyaan yang harus dijawab, dan jawabannya memberikan data yang dapat dianalisis oleh peneliti. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini mengukur persetujuan dan ketidaksetujuan seseorang terhadap suatu objek menggunakan data interval dan skala Likert.

Pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner kemudian diurutkan menggunakan skala 1-5 untuk menunjukkan tanggapan responden setelah menggunakan skala Likert untuk mengukur kesan responden. Untuk mencapai jumlah responden yang diinginkan, kuesioner disebarluaskan secara langsung atau online.

Tabel 3. 1

Nilai Skala Likert

No	Jawaban	Keterangan	Skor
1	A	Sangat Setuju	5
2	B	Setuju	4
3	C	Netral	3
4	D	Kurang Setuju	2
5	E	Sangat Tidak Setuju	1

## 2. Wawancara (*Interview*)

Pengumpulan data secara tatap muka atau langsung dengan responden dikenal dengan istilah wawancara. dengan meminta responden langsung bereaksi terhadap beberapa pertanyaan peneliti. Teknik ini dapat digunakan dengan mudah di masa sekarang, misalnya melalui telepon, email, media sosial, atau media cepat tanggap lainnya. Dalam penelitian ini, wawancara berfungsi untuk melengkapi atau memperkuat hasil dari kuesioner.

### 3.4. Metode Analisa Data

#### 3.4.1. Uji Kualitas Data

Penelitian yang dalam pengumpulan datanya berupa kuisisioner harus melwati uji kualitas data dengan tujuan mengetahui

tingkat reliabel dan valid tidaknya suatu data karena berpengaruh pada hasil penelitian.

### 1. Uji Reliabilitas

Reliabilitas pada hakikatnya merupakan alat ukur kuesioner, yang merupakan indikator dari suatu variabel atau konsep.<sup>53</sup> Jika tanggapan responden terhadap pernyataan yang diberikan dalam kuesioner konsisten atau tidak acak, kuesioner tersebut dapat dianggap reliabel. Jika tanggapan responden terhadap indikator bersifat acak, kuesioner tidak akan reliabel.

Pengujian reliabilitas dapat dilakukan secara bersamaan pada setiap topik dalam kuesioner penelitian, menurut Imam Ghozali.<sup>54</sup> Berikut ini membenarkan melakukan tes keandalan:

- a. Apabila nilai Cronbach's Alpha  $> 0,60$  maka dapat dikatakan kuisisioner reliabel atau konsisten.
- b. Apabila nilai Cronbach's Alpha  $< 0,60$  maka dapat dikatakan kuisisioner tidak reliabel atau tidak konsisten.

### 2. Uji Validitas

Validitas bakal jadi penentu apakah item pernyataan pada kuisisioner yang digunakan dalam penelitian mampu untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.<sup>55</sup> Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid tidaknya suatu data pada kuisisioner. Menurut Ghozali<sup>56</sup> suatu data dapat dikatakan valid apabila

---

<sup>53</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*, 9th ed. (Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2018).

<sup>54</sup> Imam Ghozali, *Structural Equation Modeling Metode Alternatif Dengan Partial Least Squares* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2006).

<sup>55</sup> Hartono, S. (2014). *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sumber Lancar* (Doctoral dissertation, Universitas Ciputra).

<sup>56</sup> Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Universitas Diponegoro: Semarang.

pernyataan dari sebuah kuisisioner dapat mengungkapkan sesuatu yang betul-betul hendak diukur dengan kuisisioner tersebut.

Dasar pengambilan keputusan dalam pengujian validitas dapat dilihat dari beberapa cara .diantaranya: Membandingkan antara nilai  $r$  hitung dengan nilai  $r$  tabel

- a. Apabila nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka item soal angket dapat dikatakan valid.
- b. Apabila nilai  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel, maka item soal angket dapat dikatakan tidka valid.

Membandingkan nilai sig.(2-tabel) dan probabilitas 0,05.

- a. Apabila nilai sig. (2-tabel)  $<$  0,05 dan pearson correlation bernilai positif, maka item soal angket dapat dikatakan valid
- b. Apabila nilai sig. (2-tabel)  $<$  0,05 dan pearson correlation bernilai negatif, maka item soal angket dapat dikatakan tidak valid
- c. Apabila nilai sig. (2-tabel)  $>$  0,05 dan pearson correlation bernilai positif, maka item soal angket dapat dikatakan tidak valid.

### **3.4.2. Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik adalah uji prasyarat yang dilakukan oleh peneliti sebelum lanjut ke tahap analisis lenih lanjut terhadap data yang diperoleh. Beberapa uji diantaranya:

#### **1 Uji Normalitas**

Uji normalitas ditujukan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu memiliki

distribusi normal. Terdapat dua metode dalam menganalisis yaitu dengan statistik atau grafik (probability plot).

Dasar pengambilan keputusan dengan cara statistik<sup>57</sup>,

- a. Apabila nilai Asymp. Sig. (2-sig)  $> 0,05$  maka dapat dikatakan data berdistribusi normal.
- b. Apabila nilai Asymp. Sig. (2-sig)  $< 0,05$  maka dapat dikatakan data berdistribusi tidak normal.

Dasar pengambilan keputusan dengan cara grafik (probability plot),

- a. Apabila data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis, maka dapat dikatakan berdistribusi normal.
- b. Apabila data menjauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis, maka dapat dikatakan tidak berdistribusi normal.

## 2 Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari adanya pengujian heteroskedastisitas yaitu apakah terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya.

Dasar pengambilan keputusan untuk mengetahui ada atau tidaknya heterokedastisitas dengan mengamati grafik plot, diantaranya:

- a. Apabila terdapat titik-titik yang dapat membuat pola secara teratur (bergelombang, melebar dan menyempit), maka dapat dikatakan terindikasi heterokedastisitas.
- b. Apabila terdapat pola jelas, serta titik-titik menuebar di atas atau bawah angka 0 pada sumbu Y, maka daat dikatakan tidak terjadi hterokedastisitas.

---

<sup>57</sup> Ibid.



### 3 Uji Multikolinieritas

Tujuan dari uji multikolinieritas adalah untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antar variabel bebas. Jika terdapat korelasi antar variabel independen dalam model regresi yang baik, berarti variabel tersebut tidak ortogonal atau korelasi antar variabel independen adalah nol. Dalam buku karangan Ghozali<sup>58</sup> dijelaskan bahwa untuk mengetahui ada tidaknya sebuah multikolinieritas dalam model regresi dijelaskan sebagai berikut:

- a. Nilai  $R^2$  yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, namun secara individual variabel independen banyak yang tidak signifikan sehingga mempengaruhi variabel dependen.
- b. Apabila terdapat korelasi yang tinggi (di atas 0,90) di antar variabel independen, maka adanya indikasi multikolinieritas. Tidak adanya korelasi tinggi bukan menjamin terbebas dari multikolinieritas.
- c. Multikolinieritas dapat diketahui dari (1) nilai tolerance dan lawannya, (2) variance inflationfactor (VIF).

Secara sederhana setiap variabel independen menjadi dependen dan diregres terhadap variabel independen lainnya. Nilai cutoff yang biasa digunakan adalah nilai Tolerance  $\leq 10$  atau sama dengan nilai VIF  $\geq 10$ .

#### 3.4.3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan bentuk pengambilan keputusan yang telah didasi dari analisis data, secara observasi maupun percobaan.

##### 1 Uji Koefesien Determinasi

---

<sup>58</sup> Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*.

Kemampuan model untuk menjelaskan variabel dependen diukur dengan menggunakan koefisien determinasi ( $R^2$ ), yang memiliki rentang nilai antara 0 dan 1. Nilai yang mendekati satu menunjukkan bahwa variabel independen dapat memberikan semua informasi yang diperlukan untuk meramalkan perubahan masa depan dalam variabel dependen.

Menurut Sugiyono sebagaimana dikutip oleh Rahma<sup>59</sup> untuk menjelaskan mengenai besar kecilnya koefisien, maka diperlukan beberapa kriteria sebagai berikut:

Tabel 3. 2

Kriteri interpretasi terhadap koefisien korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

## 2 Uji F (Simultan)

Tujuan pengujian uji F (simultan) ini untuk mengetahui pengaruh variabel independen (X) secara simultan terhadap variabel dependen (Y) pada tingkat signifikansi 0.05 (5%). Dasar pengambilan keputusan sebagai acuan atau pedoman dalam melakukan uji F diantaranya:

Berdasarkan nilai Sig. Dari output Anova.

---

<sup>59</sup> Rahma Bellani Oktavindria, Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Pengetahuan, Dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Tangerang Selatan). (FEBI UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. 2017), h. 59.

- a. Apabila nilai Sig.  $< 0,05$ , maka dapat dikatakan hipotesis diterima.
- b. Apabila nilai Sig.  $> 0,05$ , maka dapat dikatakan hipotesis ditolak.

Berdasarkan perbandingan nilai F hitung dengan F tabel,

- a. Apabila nilai F hitung  $> F$  tabel, maka dapat dikatakan hipotesis diterima.
- b. Apabila nilai F hitung  $< F$  tabel, maka dapat dikatakan hipotesis ditolak.

### 3 Uji T (Parsial)

Metode untuk mengevaluasi hipotesis penelitian dalam analisis regresi linier berganda adalah uji-t. Tentukan hubungan parsial antara variabel bebas (X) dan variabel terikat dengan menggunakan uji t (Y). Berikut ini adalah kriteria yang digunakan sebagai acuan atau acuan dalam melakukan uji-t:

Berdasarkan nilai Sig.,

- a. Apabila nilai Sig.  $< \text{propabilitas } 0,05$ , maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Dengan kata lain hipotesis diterima.
- b. Apabila nilai Sig.  $> \text{propabilitas } 0,05$ , maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Dengan kata lain hipotesis ditolak.

Berdasarkan perbandingan nilai t hitung dengan t tabel,

- a. Apabila nilai t hitung  $> t$  tabel, maka dapat dikatakan terdapat pengaruh antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Dengan kata lain hipotesis diterima.

- b. Apabila nilai  $t$  hitung  $<$   $t$  tabel, maka dapat dikatakan tidak terdapat pengaruh antara variabel independen ( $X$ ) dengan variabel dependen ( $Y$ ). Dengan kata lain hipotesis ditolak.

#### **3.4.4. Uji Regresi Berganda**

Hipotesis penelitian diuji dengan menggunakan teknik statistik regresi berganda. Untuk memastikan signifikansi dampak total faktor independen terhadap variabel dependen, analisis regresi berganda dirancang untuk menguji pengaruh pengetahuan ( $X_1$ ), religiusitas ( $X_2$ ), sosialisasi ( $X_3$ ), dan persepsi bank syariah ( $X_4$ ) terhadap minat menabung santri di bank syariah ( $Y$ ).

$$\text{Persamaan : } Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan :

$Y$  : Minat Santri Menabung di Bank Syariah

$X_1$  : Pengetahuan

$X_2$  : Religiusitas

$X_3$  : Sosialisasi

$X_4$  : Persepsi Bank Syariah

$\beta_0$  : Konstanta

$\beta_{1-4}$  : Koefisien Regresi

$e$  : Standar Error

### **3.5. Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel Penelitian**

#### **3.5.1 Variabel Independen**

Variabel independen merupakan variabel yang menjadi sebab atau mempengaruhi dari adanya perubahan pada variabel dependen. Berikut penjelasan dari beberapa variabel independen :

- a. Pengetahuan

Menurut Engel sebagaimana dikutip oleh Sri<sup>60</sup>, Pengetahuan adalah segala jenis informasi yang dimiliki nasabah mengenai berbagai jenis layanan dan produk perbankan syariah, termasuk informasi tentang konsep sistem yang digunakan serta rincian tentang bagaimana fungsi bank syariah. Keputusan pelanggan mengenai penggunaan dan konsumsi barang dan jasa akan dipengaruhi oleh pengetahuan mereka. Pelanggan akan mengelola informasi yang diperlukan lebih cepat dan efisien jika mereka memiliki tingkat pengetahuan yang tinggi.

b. Religiusitas

Menurut Fitriatun, definisi agama mencakup sejumlah syarat yang harus dipenuhi sebagai pedoman bagaimana hidup bermoral agar manusia dapat menemukan kebahagiaan baik di dunia maupun di akhirat.<sup>61</sup> Religiusitas dalam Islam tidak hanya terjadi ketika seseorang melakukan ibadah ritual saja, melainkan juga ketika seseorang melakukan aktivitas sehari-hari lainnya. Kegiatan muamalah khususnya dalam perbankan syariah religiusitas cukup penting perannya, dikarenakan apabila seseorang mempunyai tingkat religius yang tinggi maka akan mamcu penggunaan bank syariah akan meningkat.

c. Sosialisasi

Peter L Berger sebagaimana dikutip oleh Muria<sup>62</sup>, mendefinisikan sosialisasi sebagai suatu proses

---

<sup>60</sup> Sri Indah Cahyani, Pengaruh Sosialisasi, Pengetahuan Dan Persepsi Santri Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Darul Falah Besongo Semarang Tahun 2018) (2019), h. 37.

<sup>61</sup> Khasanah, N. F. (2019). *Pengaruh religiutas, kualitas pelayanan dan penerapan nilai Islam terhadap loyalitas nasabah (Studi kasus nasabah PT BNI Syariah kantor cabang pembantu Ungaran)* (Doctoral dissertation, UIN Walisongo), h. 23.

<sup>62</sup> Muria Herlina, (2017) *Sosiologi Kesehatan Paradigma Kontruksi Sosial Perilaku Hidup Bersih dan Sehat dalam Perspektif Peter L. Barger & Thomas Luckmann*, (Surabaya: Ikapi), h. 8.

di mana seseorang belajar menjadi anggota yang berpartisipasi dalam masyarakat. Sosialisasi adalah sebuah proses yang dialami individu dalam belajar dan menyesuaikan diri, dengan cara hidup dan berpikir kelompok agar dapat berperan dan berfungsi dalam kelompok tersebut. Maka apabila bank syariah genjar dan intens dalam sosialisasi tentang bank syariah maka dapat meningkatkan minat menabung pada bank syariah.

d. Persepsi Bank Syariah

Persepsi juga dilihat sebagai cara pandang yang timbul karena adanya respon terhadap stimulus. Atkinson sebagaimana dikutip oleh Sadhana<sup>63</sup> mengklaim bahwa input yang diterima seseorang sangat kompleks, bahwa stimulus masuk ke otak (melalui saraf motorik sensorik), yang kemudian dievaluasi, ditafsirkan, dan diberi makna melalui proses yang sulit, dan kemudian ada generasi persepsi. Minat siswa akan meningkat semakin baik dan hal-hal yang lebih positif berjalan.

### 3.5.2 Variabel Dependen

Adanya variabel independen atau independen mempengaruhi perubahan variabel dependen atau dependen. Minat mahasiswa menabung di bank syariah merupakan variabel terikat dalam penelitian ini. Sebelum mengambil tindakan untuk mencapai tujuan tertentu, minat dapat berbentuk keinginan, minat, atau dorongan untuk sesuatu.

---

<sup>63</sup> Sadhana, K. (2012). *Sosialisasi dan Persepsi Bank Syariah (Kajian Kebijakan Enkulturasasi Nilai-Nilai Bank Syariah Dalam Masyarakat)*. Jurnal Keuangan dan Perbankan, 16(3), h. 5.

Tabel 3. 3

Denisi operasional, indikator dan skala pengukuran

Variabel	Definis Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
Pengetahuan (X <sub>1</sub> )	Notoatmodjo (2003) menyatakan bahwa pengetahuan adalah informasi yang diperoleh melalui indera yang dimiliki terhadap suatu objek.	1 Pendidikan 2 Sosial ekonomi 3 Hubungan sosial 4 Paparan media massa, sosial maupun internet 5 Pengalaman	Skala <i>Likert</i>
Religiusitas (X <sub>2</sub> )	Sulaiman (2020) Religiusitas merupakan bentuk aspek keislaman yang telah dimiliki oleh individu manusia di dalam hati.	1 Keyakinan 2 Praktik agama 3 Pengalaman keagamaan 4 Pengetahuan agama 5 Pengalaman konsekuensial	Skala <i>Likert</i>
Sosialisasi (X <sub>3</sub> )	Aprilia (2020) Sosialisasi merupakan hal penting dalam kehidupan, melakukan sosialisasi harus bias menempatkan diri dalam lingkungan masyarakat.	1 Status Kepercayaan 2 Keakraban dan persaudaraan 3 Penyesuaian diri	Skala <i>Likert</i>

Variabel	Definis Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
Persepsi Bank Syariah ( $X_4$ )	Imran (2017) Persepsi adalah proses seseorang mengolah informasi menjadi suatu gambaran yang berarti.	1 Persepsi Bunga Bank 2 Persepsi Bagi Hasil 3 Persepsi Bank Syariah	
Minat (Y)	Ferdinand (2002), minat merupakan bentuk dari sebuah keinginan, ketertarikan atau dorongan akan suatu hal hingga melakukan tindakan untuk mencapai tujuan tertentu	1 Minat transaksional 2 Minat refrensial 3 Minat eksploitatif 4 Minat preferensial	Skala <i>Likert</i>



## **BAB IV**

### **ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

##### **4.1.1 Sejarah Pondok Pesantren Al-Ma'rufiyah**

Salah satu pondok pesantren salaf yang didirikan oleh KH. Abbas Masrukhin adalah Al-Ma'rufiyah. Walikota Semarang, Imam Soeparto Tjakrajoeda, SH. meresmikan rumah ini secara resmi pada tahun 1990 setelah dibangun pada tahun 1988. Di Jl. Beringin Timur RT 02 RW 08 Desa Tambak Aji, Kecamatan Ngaliyan, Kota Semarang, 50185, disinilah Pondok Pesantren Al-Ma'rufiyah. Pondok Pesantren Al-Ma'rufiyah didirikan di atas tanah wakaf milik KH. Ma'ruf, saudara ipar ayahnya KH. Abbas Masrukhin. Atas dasar kebutuhan pendidikan ilmu agama di lingkungan masyarakat, maka pada tahun 1988 KH. Abbas Masrukhin di bantu dengan warga setempat bergotong-royong membangun gedung Pondok Pesantren Al-Ma'rufiyah.

Awal mula pondok ini berdiri, santrinya berasal dari masyarakat sekitar yang mengaji Al-Quran dan diniyyah. Dahulu pondok ini berbentuk Madin atau disebut dengan Madrasah Diniyah. Waktu belajar atau mengaji di Madin ini hanya sore hari untuk kitab-kitab klasik seperti Aqidah, fiqh dan akhlaq kemudian pada malam hari untuk belajar mengajar Al-Quran. Pembelajarannya yaitu mengkaji Al-Qur'an dan kitab kuning. Dahulunya banyak santri yang betah tinggal di madin dan seiring berjalannya waktu banyaknya santri yang mengaji sehingga dibentuklah Pondok Pesantren Al-Ma'rufiyah pada tahun 1988.

Pada tahun 2000 sampai sekarang pondok Al-Ma'rufiyah banyak dihuni oleh santri-santri modern dari kalangan Mahasiswa yang berada di Universitas-universitas sekitar pondok seperti Universitas Islam Negri (UIN) Walisongo, Universitas Negri Semarang (UNNES), dan Sekolah Tinggi Ilmu Komputer (STEKOM). Sistem pembelajaran semakin bertambah namun tidak berubah. Dahulunya pembelajaran model salaf-tradisional dan sekarang bertambah menjadi salaf-

tradisional-modern yaitu selain mengkaji Al-Qur'an, kitab kuning juga terdapat pidato, Hadhroh, bahasa arab, bahasa inggris, dan bahkan sekarang pembelajarannya sangat intelektual berbasis menggunakan teknologi yaitu sistem menggunakan HP, laptop dan projector selain pendidikan kewirausahaan atau entrepreneurship.

#### **4.1.2 Struktur Organisasi Pondok Pesantren Al-Ma'rufiyah**

Suatu pondok akan menjadi lebih teratur dan terstruktur apabila di dalamnya terdapat struktur organisasi yang berjalan dengan seksama. Tujuan adanya suatu struktur organisasi adalah supaya lebih mudah dalam hal pembagian tugas dan tanggung jawab tiap individu dalam menjalankan progam-progam yang ada di lingkungan pondok. Adapun struktur organisasi pondok pesantren Al-Ma'rufiyah adalah sebagai berikut:

1. Pengasuh : KH. Abbas Masrukhin
2. Dewan Asatid : Gus Saiful Amar, Lc., M.Si.  
Ahmad Nadhir  
Samsul Arifin, S.Pd.I
3. Lurah Pondok : Faizul Futhona Ulinnuha
4. Wakil Lurah Pondok : Khabib Suraya
5. Bendahara : M. Alfi Azizi, S.Pd.  
M. Ma'ruf Salafuddin
6. Sekretaris : Ahmad Faiz Aisy Mubarrok  
Masiran
7. Bidang Keagamaan : Asrobul Anam  
Ahmad Nadlif
8. Bidang K3 : Safri Maulidani  
Naufal Hilmy El Labib
9. Bidang Keamanan : Hengki Sarifin  
M. Ainun Nafi
10. Bidang Sarana & Prasarana : Ubaidillah Anam  
Muhammad Rifki Shofiyullah
11. Bidang Media & Informasi : Farouk al-Faro  
Afrizal Anwar Ibrahim
12. Bidang Bakat Minat : Frenki Fafuza

#### 4.1.3 Visi dan Misi Pondok Pesantren Al-Ma'rufiyah

Visi Pondok Pesantren Al-Ma'rufiyah adalah tetap menjaga tradisi warisan yang baik dan berimprovisasi terhadap hal baru yang lebih baik lagi (*al-Muhafadzoh ala qadim as-salih wal akhdu bil jadid al ashlah*). Kegiatan Tahlilan dilaksanakan setiap malam jum'at, dzibaan atau barzanji dilaksanakan setiap malam jum'at dan Manaqib bisa dilaksanakan setiap satu bulan sekali. Selain itu ziarah wali diadakan setiap tahunan sekali dengan tujuan yang berbeda-beda seperti Jawa Tengah, DIY, Jawa Timur, Jawa barat, Jakarta, Banten, Madura dan Bali. Sedangkan Misi Pondok ini adalah:

1. Menyiapkan santri yang mempunyai kemampuan keilmuan agama yang mendalam serta mampu mengembangkan keilmuan untuk menghadapi tantangan zaman
2. Menciptakan generasi yang memiliki jiwa kepemimpinan serta peduli terhadap umat dan memiliki skill enterpreneurship.
3. Membangun semangat disiplin, terampil dan mandiri

#### 4.1.4 Kegiatan Pondok Pesantren Al-Ma'rufiyah

Aktifitas kegiatan Pondok Pesantren Al-Ma'rufiyah dalam kehidupan sehari-hari dibagi menjadi empat, yaitu kegiatan harian, mingguan, bulanan, dan tahunan.

##### 1. Kegiatan Harian

Kegiatan harian di Pondok Pesantren Al-Ma'rufiyah adalah kegiatan sehari-hari yang di ada pondok. Kegiatan harian di Pondok Pesantren Al-Ma'rufiyah adalah kegiatan belajar-mengajar mengaji Kitab. Di Pondok Pesantren Al-Ma'rufiyah sistem pendidikannya adalah menggunakan model *sorogan* dan model *bandongan*. Model pendidikan *sorogan* adalah metode pembelajaran secara individu oleh santri langsung kepada kyai. Bagi santri pemula yang ingin mengembangkan ketakwaannya, pendekatan sorogan ini terbukti cukup berhasil. Selain itu, metode

ini memungkinkan seorang guru atau ustadz untuk memantau, mengevaluasi, dan membantu santri dalam memperoleh bahasa Arab atau buku-buku yang diajarkan. Sedangkan metode *bandongan* adalah metode pengajaran dengan cara santri membawa kitab secara sendiri-sendiri dan kyai/ustadz membacakan, menerjemahkan, dan menerangkan makna kitab yang di ikuti dengan santri memaknai kitabnya. Para santri dihibau untuk belajar secara individu dalam halaqah ini. Siswa dengan IQ tinggi akan menjadi taat dengan cukup cepat. Kecakapan siswa yang tidak berpengalaman dapat dipastikan melalui instruksi halaqah, dan mereka akan diuji secara halus untuk pengetahuan dan kecerdasan mereka..

## 2. Kegiatan Mingguan

Kegiatan mingguan yang ada di Pondok Pesantren Al-Ma'rufiyah adalah suatu kegiatan yang dijalani selama seminggu sekali atau dua kali saja. Kegiatan mingguan meliputi:

### a. Kegiatan Bersih-bersih Pondok

Bersih-bersih dalam istilah pondok sering disebut dengan istilah *roan*. *Roan* di Pondok Pesantren Al-Ma'rufiyah dilakukan pada hari ahad setelah selesai kegiatan Ngaji pagi. Kegiatan *roan* di ikuti seluruh santri yang berada di pondok yang dimulai biasa pukul 9 pagi dan selesai sebelum dzuhur (kira-kira pukul 11.30 WIB). Kegiatan roan tersebut meliputi pembersihan seluruh area pondok yang kotor, rumah kyai, dan musholla.

### b. Pendidikan Ekstra Kulikuler Pondok

Kegiatan ekstra kulikuler adalah kegiatan tambahan yang di Pondok Pesantren Al-Ma'rufiyah. Kegiatan tersebut digunakan oleh para santri untuk menyalurkan bakat-bakatnya. Kegiatan tersebut terdiri dari ekstra rebana, olahraga, qiro'ah, pendidikan bahasa arab dan inggris, dan kaligrafi.

### c. *Dhibaan*

Amalan Dhiba'an adalah membaca atau melantunkan shalawat kepada Nabi Muhammad SAW secara serentak dan bergantian. Sementara beberapa bagian dibaca dengan benar, sebagian besar melakukannya sambil bernyanyi. Ungkapan "diba'an" mengacu pada kitab yang dikenal dengan kitab Maulid Dhiba', yang berisi himne al-Imam al-Jaliil as-Sayyid as-Syekh Abu Muhammad Abdurrahman ad-Diba'iy ash-Syaibani az-Zubaidi al-Hasany. Setiap Jumat malam, santri Pondok Pesantren Al-Ma'rufiyyah mengikuti senam ini.

d. Ronda Pondok

Kegiatan ronda adalah kegiatan yang dilakukan untuk menjaga keamanan pondok. Kegiatan ronda dilakukan pada setiap malam mulai jam 10 malam sampai shubuh. Kegiatan ronda Pondok Pesantren Al-Ma'rufiyyah dilakukan oleh setiap kamar yang mendapatkan jatah untuk meronda.

3. Kegiatan Bulanan

a. Ziarah Makam Beringin

Ziarah makam beringin adalah kegiatan ziarah ke makam KH. Ma'ruf yang bertempat di dukuh Beringin. Kegiatan tersebut diikuti oleh para ustadz, santri dan warga sekitar. Kegiatan tersebut biasa dilakukan pada hari jumat kliwon setelah sholat ashar.

b. Manaqiban

Kegiatan manaqiban adalah kegiatan pembacaan manaqib Syekh Abdul Qadir Al-Jailani. Kegiatan manaqiban tersebut dilakukan setiap sebulan sekali pada tanggal 11 hijriyah dan diikuti oleh semua santri. Setelah kegiatan pembacaan manaqib selesai, biasanya dilanjutkan dengan acara makan bersama-sama

4. Kegiatan Tahunan

a. Ziarah dan Rekreasi

Ziarah dan rekreasi adalah kegiatan tahunan yang dilakukan Pondok Pesantren Al-Ma'rufiyyah setiap tahunnya. Kegiatan

ziarah biasa dilakukan pergi ke makam-makam waliyullah baik yang berada di Jawa Tengah, Jawa Timur, Jogja, dan tempat makam waliyullah lainnya. Kegiatan ziarah tersebut disertai dengan rekreasi ketempat wisata-wisata untuk sekedar beristirahat sejenak setelah berlama-laman berada di dalam bus. Kegiatan ini diikuti oleh seluruh santri baik putra maupun putri dan seluruh ustadz yang tidak sedang dalam dalam hajat.

b. Haflah Akhirussanah

Haflah Akhirussanah adalah kegiatan pengajian tahunan yang dilakukan sebelum masuk waktu libur pondok. Kegiatan tersebut biasa dilakukan sebulan sebelum memasuki waktu bulan ramadhan tiba. Ditunggu, Haflah Akhirussanah adalah waktu yang sangat berarti. Orang tua siswa dan masyarakat pun tak luput dari aturan ini karena berbagai prestasi, kreasi, dan penampilan siswa kini digelar. Haflah Akhirussanah seolah menjadi alat untuk mendemonstrasikan ilmu yang telah disampaikan ustadz. Kegiatan haflah akhirussanah di Pondok Pesantren Al-Ma'rufiyah merupakan kegiatan yang kepanitiannya setiap tahun mengalami perubahan. Hal ini bertujuan untuk melatih para santri bagaimana cara mengorganisir dan mengontrol kegiatan agar berjalan secara lancar. Kegiatan haflah ini biasa di ikuti oleh seluruh santri dan para warga sekitar.

c. Peringatan Hari Santri

Tak berbeda jauh dengan acara haflah akhirussanah, acara peringatan Hari Santri adalah acara yang dilakukan setahun sekali. Acara ini biasa dilakukan pada tanggal 22 Oktober setiap tahunnya. Dalam acara peringatan hari santri ini, biasanya diadakan berbagai macam lomba yang diikuti oleh para santri dan anak-anak warga sekitar, disamping itu juga, sebelum malam pengajian hari santri, siangya diadakan kegiatan kiraban

dengan mengelilingi tempat-tempat sekitar yang telah di tentukan rutenya.

d. Peringatan 17 Agustus

Peringatan 17 Agustus merupakan peringatan hari kemerdekaan Republik Indonesia yang diadakan setiap tahunnya. Pada hari ini seluruh santri bersama dengan ustadz mengadakan upacara bendera yang dimulai pukul 9 pagi sampai selesai. Setelah selesai acara upacara, dilanjutkan dengan foto bersama didepan pondok pesantren Al-Ma'rufiyah. Setelah selesai foto, diadakan lomba untuk para santri dan anak-anak warga sekitar. Lomba tersebut di tutup dengan perlombaan panjat pinang yang di ikuti oleh santri putra Al-Ma'rufiyah dan remaja warga sekitar.

#### 4.2 Gambaran Umum Responden

Gambaran responden dalam penelitian ini adalah santri yang menabung maupun tidak menabung di bank syariah di pondok pesantren al ma'rufiyah dengan jumlah 106 Responden, Adapun karakteristik data responden sebagai berikut :

##### 1. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin santri pondok pesantren al ma'rufiyah dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 4. 1

*Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin*

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
1	Laki-laki	60	56,6%
2	Perempuan	46	43,4%
Total		106	100%

Sumber : Data Primer diolah

Berdasarkan dari tabel diatas dapat diketahui bahwa responden didominasi dengan jenis kelamin laki-laki yakni sebanyak 56,6% atau 60 orang, sedangkan untuk perempuan terdapat 43,4% atau 46 orang.

## 2. Karakteristik Responden berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan umur pada santri pondok pesantren al ma'rufiyah dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 4. 2

### Karakteristik Responden berdasarkan usia

No	Umur	Frekuensi	Presentase
1	17-25 Tahun	96	90,6%
2	26-34 Tahun	10	9,4%
Total		106	100%

Sumber : Data Primer diolah

Dari tabel di atas dapat diketahui responden paling banyak yakni umur 17-25 tahun sebanyak 96 orang atau sebesar 90,6% dari keseluruhan responden dan sisanya sebanyak 10 orang atau sebesar 9,4% dari keseluruhan responden berusia 26-34 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa usia responden 17 sampai dengan 25 tahun itu lebih mendominasi, dimana usia tersebut menunjukkan bahwa santri pondok pesantren al ma'rufiyah dengan kisaran usia 17-25 tahun merupakan responden dengan persentase terbesar.

## 3. Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan

Karakteristik responden berdasarkan pendidikan pada santri pondok pesantren al ma'rufiyah dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 4. 3

### Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan

No	Pendidikan	Frekuensi	Presentase
1	SMA/Sederajat	28	26,4%
2	S1	72	67,9%
3	S2	6	5,7%
Jumlah		106	100%

Sumber : Data Primer diolah



Berdasarkan data di atas dapat di simpulkan bahwa pendidikan santri pondok pesantren al ma'rufiyah yang diambil sebagai responden, yaitu sebanyak 28 responden berpendidikan SMA/Sederajat atau 26,4% dan 72 responden berpendidikan S1 atau 67,9%. Hal ini menunjukkan bahwa santri pondok pesantren al ma'rufiyah yang menjadi responden mayoritas yang berpendidikan kuliah.

### **4.3 Analisis Data**

#### **4.3.1 Hasil Uji Instrument**

##### **4.3.1.1 Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Dasar pengambilan keputusan menurut Santoso (2002:277)

Membandingkan Nilai  $r$  hitung dengan Nilai  $r$  tabel

1. Jika nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka item soal angket tersebut dinyatakan valid.
2. Jika nilai  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel, maka item soal angket tersebut dinyatakan tidak valid.

Membandingkan Nilai Sig. (2-tailed) dengan Probabilitas 0,05

1. Jika nilai Sig. (2-tailed)  $<$  0,05 dan Pearson Correlation bernilai positif, maka item soal angket tersebut valid.
2. Jika nilai Sig. (2-tailed)  $<$  0,05 dan Pearson Correlation bernilai negatif, maka item soal angket tersebut tidak valid.
3. Jika nilai Sig. (2-tailed)  $>$  0,05, maka item soal angket tersebut tidak valid.

Tabel 4. 4

## Hasil Uji Validitas Data

<b>Variabel</b>	<b>Item pertanyaan</b>	<b>Pearson correlation</b>	<b>Keterangan</b>
Pengetahuan	Butir 1	0,786	Valid
	Butir 2	0,749	Valid
	Butir 3	0,819	Valid
	Butir 4	0,750	Valid
	Butir 5	0,805	Valid
Religiusitas	Butir 1	0,760	Valid
	Butir 2	0,740	Valid
	Butir 3	0,848	Valid
	Butir 4	0,852	Valid
	Butir 5	0,892	Valid
Sosialisasi	Butir 1	0,865	Valid
	Butir 2	0,883	Valid
	Butir 3	0,753	Valid
	Butir 4	0,842	Valid
	Butir 5	0,819	Valid
Persepsi	Butir 1	0,825	Valid
	Butir 2	0,861	Valid
	Butir 3	0,871	Valid
	Butir 4	0,643	Valid
	Butir 5	0,846	Valid
Minat	Butir 1	0,831	Valid
	Butir 2	0,837	Valid
	Butir 3	0,802	Valid
	Butir 4	0,886	Valid
	Butir 5	0,824	Valid

Dari hasil table diatas diketahui  $r_{hitung} > r_{table}$ , dimana nilai  $r_{table}$  sebesar 0,176 yang didapat dari  $df=N-2=106-2=104$ . Kemudian diketahui bahwa keseluruhan nilai pearson correlation bersifat positif dan didukung dengan hasil signifikansi kurang dari 0,05. Maka dapat dikatakan bahwa masing-masing item dari variabel pengetahuan, religiusitas, sosialisasi, persepsi, dan minat valid.

#### 4.3.1.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan suatu indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dengan menggunakan uji statistik Cronbach Alpha ( $\alpha$ ). Suatu konstruk dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha  $> 0.60$  ( Nunnally, 1967 ).

Tabel 4. 5

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pengetahuan (X1)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.841	5

Tabel 4. 6

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Religiusitas (X2)

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.873	5

Tabel 4. 7

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Sosialisasi (X3)

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.888	5

Tabel 4. 8

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Bank Syariah (X4)

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.867	5

Tabel 4. 9

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Menabung (Y)

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.891	5

Dari hasil uji reliabilitas di atas dapat kita lihat ringkasan pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. 10

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Pengetahuan (X1)	0,841	Reliable
Religiusitas (X2)	0,873	Reliable
Sosialisasi (X3)	0,888	Reliable
Persepsi (X4)	0,867	Reliable
Minat (Y)	0,891	Reliable

Dari table diatas dapat diketahui bahwa variable pengetahuan memiliki Cronbach's Alpha sebesar 0,841, variabel religiusitas memiliki Cronbach's Alpha sebesar 0,873, variabel sosialisasi meiliki Cronbach's Alpha sebesar 0,888, variabel persepsi memiliki Cronbach's Alpha sebesar 0,867, kemudian variabel minat memiliki Cronbach's Alpha sebesar 0,891. Yang dimana masing-masing variabel memiliki Cronbach's Alpha lebih besar dari  $> 0,60$ . Dan dapat dikatakan bahwa keseluruhan pernyataan dari tiap variabel dinyatakan reliable.

#### 4.3.2 Uji Asumsi Klasik

#### 4.3.2.1. Uji Normalitas

Tujuan dari uji normalitas adalah untuk memastikan apakah data terdistribusi secara teratur atau tidak. Distribusi data yang normal merupakan indikator yang baik dari model regresi. Ada tiga metode yang dapat diterapkan dalam uji normalitas yaitu metode asimtotik, metode eksak, dan metode Monte Carlo. Nilai signifikansi dan nilai Asymp dapat digunakan untuk menentukan apakah data berdistribusi teratur atau tidak. Ketika Sig. (2-sig) > 0,05, data dianggap berdistribusi teratur. Selain itu, dapat disimpulkan bahwa data tidak berdistribusi normal jika Asymp. Tanda tangan. (2-Sig) kurang dari 0,05.

Tabel 4. 11  
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		106
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.27041408
Most Extreme Differences	Absolute	.074
	Positive	.050
	Negative	-.074
Kolmogorov-Smirnov Z		.761
Asymp. Sig. (2-tailed)		.609

a. Test distribution is Normal.

Pada penelitian ini uji normalitas menggunakan pendekatan exact yang dimana dapat kita lihat pada tabel di atas P-value Asymp.sig (2-tailed) nilai signifikansinya 0,609 yang

dimana lebih besar dari  $< 0,05$  maka dengan pendekatan Asymptotic dapat dikatakan berdistribusi normal.

#### 4.3.2.2. Uji Multikolinieritas

Tujuan dari uji multikolinieritas adalah untuk mengetahui hubungan antar variabel bebas dalam suatu model regresi. Tidak adanya tanda multikolinieritas merupakan tanda model regresi yang kuat. Nilai toleransi masing-masing variabel dan nilai VIF (Variance Inflation Factor) dapat digunakan untuk menentukan ada tidaknya multikolinieritas. Tidak ada gejala multikolinieritas bila nilai tolerance lebih besar dari  $> 0.10$  dan nilai VIF lebih kecil dari 10.00.

Tabel 4. 12  
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients <sup>a</sup>							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-1.980	1.513		1.309	.194		
PENGETAHUAN	.224	.095	.213	2.356	.020	.341	2.934
RELIGIUSITAS	.163	.073	.136	2.238	.027	.756	1.323
SOSIALISASI	.323	.108	.318	2.990	.004	.246	4.067
PERSEPSI	.337	.110	.303	3.072	.003	.287	3.490

a. Dependent Variable:  
MINAT

Dari tabel diatas dapat diketahui nilai tolarence dari variabel pengetahuan sebesar 0,341, variabel religiusitas sebesar 0,756, variabel sosialisasi sebesar 0,246, dan variabel persepsi bank syariah sebesar 0,287. Dan jika dilihat dari VIF dapat diketahui bahwa variabel pengetahuan mempunyai nilai VIF sebesar 2.934, variabel religiusitas sebesar 1.323, variabel sosialisasi sebesar 4.067, dan variabel persepsi bank syariah sebesar 3.490. yang dimana dari masing-masing variabel memiliki nilai tolerance lebih dari  $>0,10$  dan memiliki nilai VIF lebih kecil dari  $< 10.00$ . mka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala multikolinearitas.

#### 4.3.2.3. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya ketidaksamaan varians antara residual satu pengamatan dengan pengamatan lain pada semua model regresi. Dalam model regresi yang layak, tidak ada heteroskedastisitas. Apabila nilai signifikan antara variabel bebas dan residual mutlak lebih dari  $> 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas bila menggunakan uji gletser untuk mengetahui adanya heteroskedastisitas.

Tabel 4. 13

Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.004	.005		-.835	.406
X1	1.036	.000	.018	.137	.891
X2	.056	.029	.333	1.927	.057



X3	.113	.060	.391	1.885	.062
X4	-.017	.058	-.071	-.296	.768

a. Dependent Variable:

ABS2

Variabel pengetahuan (X1) memiliki nilai signifikansi 0,891, variabel religiusitas (X2) memiliki nilai signifikansi 0,057, variabel sosialisasi (X3) memiliki nilai signifikansi 0,062, dan variabel persepsi memiliki nilai signifikansi 0,758, seperti yang terlihat dari tabel di atas. Tidak terjadi heteroskedastisitas dimana nilai signifikansi masing-masing variabel lebih besar atau sama dengan 0,05.

#### 4.3.3. Uji Analisis Regresi Berganda

Tabel 4. 14

Hasil Uji Regersi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.022	.008		-2.832	.006
	Pengetahuan	4.261	.000	.187	3.367	.001
	Sosialisasi	.406	.049	.597	8.335	.000
	Persepsi	.263	.100	.225	2.620	.010
	Religiusitas	.307	.097	.317	3.161	.002

a. Dependent Variable: Minat

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel diatas, diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = -022 + 4.261 X_1 + 0.406 X_2 + 0.263 X_3 + 0.307 X_4 + e$$

Berdasarkan persamaan tersebut, maka dapat dijelaskan melalui penjelasan sebagai berikut :

1. Konstanta -0,22 mempunyai arti apabila seluruh variabel independen bernilai tetap atau konstan maka variabel Minat bernilai -0,22.

2. Koefisien regresi variabel Pengetahuan (X1) bernilai 4,261.

Hal ini menunjukkan besarnya pengaruh variabel Pengetahuan terhadap Minat. Artinya, apabila variabel Pengetahuan meningkat 1, maka diprediksi nilai Minat naik sebesar 4,261 dengan asumsi variabel lain konstan atau sama dengan 0.

3. Koefisien regresi variabel Religiusitas (X2) bernilai 0,307.

Hal ini menunjukkan besarnya pengaruh variabel Religiusitas terhadap Minat. Artinya, apabila variabel Religiusitas meningkat 1, maka diprediksi nilai Minat naik sebesar 0,307 dengan asumsi variabel lain konstan atau sama dengan 0.

4. Koefisien regresi variabel Sosialisasi (X3) bernilai 0,406.

Hal ini menunjukkan besarnya pengaruh variabel Sosialisasi terhadap Minat. Artinya, apabila variabel Sosialisasi meningkat 1, maka diprediksi nilai Sosialisasi naik sebesar 0,406 dengan asumsi variabel lain konstan atau sama dengan 0.

5. Koefisien regresi variabel Persepsi (X4) bernilai 0,263.

Hal ini menunjukkan besarnya pengaruh variabel Persepsi terhadap Minat. Artinya, apabila variabel Persepsi meningkat 1, maka diprediksi nilai Minat naik sebesar 0,263 dengan asumsi variabel lain konstan atau sama dengan 0.

#### 4.3.4. Uji Koefisiensi Determinasi ( $R^2$ )

Koefisiensi determinasi menunjukkan sejauh mana tingkat hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen, atau sejauh mana kontribusi variabel independen mempengaruhi variabel dependen.

Tabel 4. 15

Hasil Uji Koefisiensi Determinasi ( $R^2$ )

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.944 <sup>a</sup>	.891	.887	.01072

a. Predictors: (Constant), Religiusitas, Pengetahuan, Sosialisasi, Persepsi

Dari hasil tabel diatas dapat diketahui nilai adjusted R Square sebesar 0.887, yang artinya variasi variabel minat (Y) mampu dijelaskan oleh variabel Pengetahuam, Religiusitas, Sosialisasi, dan Persepsi (X) sebesar 88,7% dan sisanya 11,3% (100%-88,7%) dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian ini.

#### 4.3.5. Uji Hipotesis

##### 4.3.5.1. Uji $F_{tes}$ (Simultan)

Uji F digunakan untuk melihat seberapa jauh variabel independen atau bebas secara bersama-sama dapat mempengaruhi variabel dependen atau terikat. Jika F hitung > F tabel, maka hipotesis diterima yang artinya ada pengaruh signifikan antara variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen.

Untuk menentukan Ftabel maka menggunakan rumus Ftabel:  $(k ; n-k) : (4 ; 106-4) : (4 ; 102) = 2.447$ .

Tabel 4. 16  
Hasil Uji Ftes (Simultan)

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	.094	4	.024	204.788	.000 <sup>a</sup>
Residual	.011	100	.000		
Total	.106	104			

a. Predictors: (Constant), Religiusitas, Pengetahuan, Sosialisasi, Persepsi

b. Dependent Variable: Minat

Dari hasil tabel diatas dapat diketahui nilai Ftabel  $2,447 < F_{hitung} 204.788$  dan nilai signifikansi  $0.000 < 0,05$ . sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen yang terdiri dari pengetahuan religiusitas, sosialisasi, dan sosialisasi secara bersama-sama mempengaruhi minat sebagai variabel dependen.

#### 4.3.5.2. Uji Ttes (Parsial)

Uji Ttes digunakan untuk mengetahui pengaruh signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam menentukan Ttabel dengan menggunakan rumus:  $a/2 : N-K-1 = 0,05/2 : 106 - 4 - 1 ; 0,025 : 101 = 1.983$ , serta dengan tingkat signifikan 5% atau 0.05.

Tabel 4. 17  
 Hasil Uji Ttes (Parsial)

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.022	.008		-2.832	.006
	Pengetahuan	4.261	.000	.187	3.367	.001
	Sosialisasi	.406	.049	.597	8.335	.000
	Persepsi	.263	.100	.225	2.620	.010
	Religiusitas	.307	.097	.317	3.161	.002

a. Dependent Variable: Minat

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa :

1. Pengaruh variabel Pengetahuan (X1)

Variabel Pengetahuan (X1) menunjukkan hasil bahwa nilai nilai Thitung 3,367 > Ttabel 1,983 dan nilai signifikansi 0.001 < 0.05, jadi dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama diterima, yang artinya bahwa variabel pengetahuan berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah.

2. Pengaruh variabel Religiusitas (X2)

Variabel Religiusitas (X2) menunjukkan bahwa nilai Thitung 3,161 > Ttabel 1,983 dan nilai signifikansi 0.002 < 0.05, yang dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga diterima artinya variabel religiusitas berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah.

3. Pengaruh variabel Sosialisasi (X3)

Variabel Sosialisasi (X3) menunjukkan bahwa nilai Thitung  $8,335 > T_{tabel} 1,983$  dan nilai signifikansi  $0.000 < 0.05$ , yang dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga diterima artinya variabel sosialisasi berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah.

4. Pengaruh variabel Persepsi (X4)

Variabel Persepsi (X4) menunjukkan bahwa nilai Thitung  $2,620 > T_{tabel} 1,983$  dan nilai signifikansi  $0.01 < 0.05$ , yang dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga diterima artinya variabel persepsi berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah.

#### 4.4. Pembahasan Hasil Penelitian

##### 4.4.1. Pengaruh Pengetahuan terhadap Minat Menabung Santri di Bank Syariah

Pada hasil uji hipotesis menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung santri di bank syariah. Sehingga Hipotesis diterima karena taraf signifikan  $0.001 < 0.05$  dan nilai Thitung  $3,367 > T_{tabel} 1,983$ .

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Maskur Rosyid dan Halimatu Saidiah<sup>64</sup>, yang memperlihatkan bahwa variabel pengetahuan perbankan syariah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. Pengetahuan masyarakat mengenai bank syariah sangat mempengaruhi sikap masyarakat terhadap produk yang ditawarkan, sehingga semakin baik pengetahuan masyarakat mengenai perbankan syariah maka akan

---

<sup>64</sup> Rosyid, Maskur, And Halimatu Saidiah. *Pengetahuan Perbankan Syariah Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Menabung Santri Dan Guru*. *Islaminomics: Journal Of Islamic Economics, Business And Finance* 7.2 (2016).

memacu minat menjadi nasabah. Susyanti dkk<sup>65</sup> sejalan dengan hasil penelitian ini dengan menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. Hal yang sama juga diperlihatkan oleh Fadhilah<sup>66</sup> Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan secara simultan Pengetahuan terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah yang dilihat melalui uji statistik F dengan nilai signifikansi sebesar 0,000.

Pada dasarnya pengetahuan sangat dipengaruhi oleh faktor pendidikan formal maupun non formal. Diharapkan dengan pendidikan yang tinggi maka akan semakin luas pengetahuannya. Walaupun begitu seseorang yang berpendidikan rendah bukan berarti berpengetahuan rendah pula, terlebih bagi banyak orang yang mengenyam pendidikan keagamaan secara mendalam misal di pondok pesantren. Menabung di Bank Syariah merupakan salah satu cara terutama bagi umat Muslim untuk mengimplementasikan syariat yang telah diajarkan oleh agamanya dengan tidak menggunakan bunga dalam bertransaksi.

#### **4.4.2. Pengaruh Religiusitas terhadap Minat Menabung Santri di Bank Syariah**

Pada hasil uji hipotesis menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung santri di bank syariah. Dengan demikian Hipotesis diterima karena taraf nilai signifikansi  $0.002 < 0.05$  dan nilai Thitung  $3,161 > T_{tabel} 1,983$ .

---

<sup>65</sup> Susyanti, Jeni, And M. Khoirul Abs. *Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Bank Syariah Kota Malang (Studi Kasus Pada Mahasiswa Banyuwangi Di Kota Malang)*. Jurnal Ilmiah Riset Manajemen 8.19 (2019).

<sup>66</sup> Fadhilah, Diena. *Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Pesantren Di Bank Syariah*. Jurnal Bilal: Bisnis Ekonomi Halal 1.2 (2020): 31-37.

Penelitian ini sejalan dengan yang diperlihatkan oleh Heru Cahyono dkk<sup>67</sup> implikasi hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi dan tingkat religiusitas santri berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah. Santri merupakan salah satu masyarakat Pondok Pesantren yang jika dilihat dari kegiatan maupun gaya hidupnya santri ialah masyarakat yang religious. Maka semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang maka akan berhati-hati pula dalam memilih segala sesuatu yang akan dikerjakan. Hasanah<sup>68</sup> menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh terhadap preferensi menabung di bank syariah. preferensi menabung memang didasari rasa tanggung jawab pada agamanya (religiusitas) dan itu mempengaruhi untuk menabung pada bank syariah. Putri<sup>69</sup> hasil penelitian menunjukkan religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.

Tingkat religiusitas yang tinggi akan mendorong santri untuk memilih menabung di perbankan syariah dalam membantu kegiatannya. Pemuka agama dan pihak praktisi perlu untuk terus memberikan pemahaman tentang haram dan halal dalam transaksi ekonomi untuk meningkatkan kesadaran yang diharapkan dapat meningkatkan minat menabung santri pada bank syariah. perlu adanya suatu sistem yang menekankan religiusitas agar masyarakat berminat pada Bank Syariah karena di Indonesia mayoritas penduduknya adalah muslim sehingga pertumbuhan bank syariah di Indonesiapun seimbang dengan pertumbuhan penduduk mayoritas muslim.

---

<sup>67</sup> Cahyono, Heru, Et Al. *Pengaruh Persepsi Dan Religiusitas Santri Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah*. Ecobankers: Journal Of Economy And Banking 2.2 (2021): 80-87.

<sup>68</sup> Hasanah, Fadhilatul. *Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang Pada Bank Syariah*. Balance: Jurnal Akuntansi Dan Bisnis 4.1 (2019): 485-495.

<sup>69</sup> Putri, Yulia, Et Al. *Strategi Meningkatkan Minat Menabung Di Bank Syariah Melalui Penerapan Religiusitas*. Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Performa) 16.1 (2019): 77-88.



#### 4.4.3. Pengaruh Sosialisasi terhadap Minat Menabung Santri di Bank Syariah

Pada hasil uji hipotesis menyatakan bahwa sosialisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung santri di bank syariah. Dengan demikian Hipotesis diterima karena taraf nilai signifikansi  $0.000 < 0.05$  dan nilai Thitung  $8,335 > T_{tabel} 1,983$ .

Penelitian ini sejalan dengan penelitian oleh Fega<sup>70</sup> yang menunjukkan bahwa factor sosialisasi mempengaruhi minat menabung masyarakat. Hal serupa juga diperlihatkan oleh Ratna, Nova Dwi<sup>71</sup> bahwa sosialisasi berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen untuk menabung di bank syariah. Sosialisasi dapat dilakukan dengan berbagai cara salah satunya yaitu dengan melakukan penjelasan secara langsung karyawan lembaga kepada masyarakat tentang perbankan syariah. Reza Agustin<sup>72</sup> terdapat pengaruh yang signifikan sosialisasi terhadap pemahaman perbankan syariah. Sosialisasi sangatlah berpengaruh terhadap minat menabung karena membuat masyarakat bisa tahu apa itu lembaga keuangan perbankan syariah.

Kesempatan terjun langsung ke lapangan untuk bisa bersosialisasi pada masyarakat sangatlah diperlukan bagi instansi perbankan. Dimana dengan adanya sosialisasi bank syariah masyarakat bisa paham dengan apa itu bank syariah secara langsung. Selain itu karyawan bisa menjelaskan satu persatu apa saja yang terdapat pada bank tersebut, apa saja produk-produknya dan lain sebagainya. Walaupun dengan kecanggihan teknologi saat ini namun

---

<sup>70</sup> Putri, Fega Lianda. *Analisis Faktor Sosialisasi Dan Edukasi Masyarakat Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bprs Muamalat Harkat Sukaraja*. Diss. Iain Bengkulu, 2021.

<sup>71</sup> Ratna, Nova Dwi. *Analisis Pentingnya Sosialisasi Terhadap Minat Masyarakat Untuk Menabung Di Perbankan Syariah (Studi Kasus Di Kecamatan Pakel Kabupaten Tulungagung)*. (2021), h. 48.

<sup>72</sup> Agustin, Reza. *Pengaruh Latar Belakang Pendidikan, Informasi, Dan Sosialisasi Terhadap Pemahaman Perbankan Syariah Pada Pedagang Di Desa Kuningan Kecamatan Kanigoro Kabupaten Blitar*. (2020), h.72

literasi keuangan pada perbankan syariah masyarakat dirasa masih kurang. Jadi dapat dikatakan semakin tinggi sosialisasi yang dilakukan maka semakin tinggi pula minat masyarakat untuk menabung di bank syariah.

#### **4.4.4. Pengaruh Persepsi terhadap Minat Menabung Santri di Bank**

##### **Syariah**

Pada hasil uji hipotesis menyatakan bahwa persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung santri di bank syariah. Dengan demikian Hipotesis diterima karena taraf nilai signifikansi  $0.01 < 0.05$  dan nilai Thitung  $2,620 > T$ tabel  $1,983$ .

Rakhmah dkk<sup>73</sup> menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan persepsi mahasiswa tentang Bank Syariah terhadap minat menabung di Perbankan Syariah sebesar 77,7%. Hal serupa diperlihatkan oleh Ningsih dan Sri<sup>74</sup> dalam penelitiannya bahwa persepsi berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Permadi<sup>75</sup> menunjukkan hal yang sama dalam penelitiannya yaitu variabel persepsi berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat menabung santri. Artinya semakin tinggi persepsi terhadap bank syariah, maka semakin kuat minat enabung pada bank tersebut.

Adanya persepsi yang positif terhadap Bank Syariah dari para masyarakat terutama para santri, membuat mereka tertarik dan memiliki minat untuk di bank syariah. hal ini

---

<sup>73</sup> Rakhmah, Silvia Miftakhur, And Sri Wahyuni. *Pengaruh Persepsi Mahasiswa Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah*. Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial 10.1 (2016).

<sup>74</sup> Ningsih, Julia Sri. *Pengaruh Persepsi, Tingkat Religiusitas Dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syari'ah (Studi Pada Dosen Uin Raden Intan Lampung)*. Diss. Uin Raden Intan Lampung, 2017, h. 131.

<sup>75</sup> Permadi, Galang. *Pengaruh Tingkat Religiusitas Dan Persepsi Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Santri Di Ponpes Al-Munawwir Krapyak Yogyakarta)*. Diss. Universitas Alma Ata Yogyakarta, 2019, h. 82.

dikarenakan banyaknya manfaat yang dapat diperoleh dengan menjadi nasabah pada bank syariah. Sehingga semakin besar nilai pengaruh variabel persepsi terhadap minat maka peluang santri untuk menabung di bank syariah juga semakin besar. Berdasarkan hasil analisis dapat diketahui bahwa persepsi itu sendiri menjadi sebuah faktor yang cukup kuat dalam mempengaruhi minat menabung para santri beserta pengurusnya. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi dapat mempengaruhi minat menabung pada tokoh agama di dalam pondok pesantren tersebut agar lebih maksimal dan di terapkan untuk dijadikan contoh bagi masyarakat supaya bisa memilih bank syariah dalam bertransaksi.

## **BAB V PENUTUP**

### **5.1. Kesimpulan**

1. Variabel pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung santri di bank syariah. Hal ini dibuktikan dengan taraf signifikansi  $0,001 < 0,05$  dan nilai  $T_{hitung} 3,367 > T_{tabel} 1,983$ . Artinya pengetahuan berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah. Dengan demikian hipotesis terbukti
2. Variabel religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung santri di bank syariah. Hal ini dibuktikan dengan taraf nilai signifikansi  $0,002 < 0,05$  dan nilai  $T_{hitung} 3,161 > T_{tabel} 1,983$ . Artinya semakin tinggi tingkat religiusitas maka semakin tinggi minat santri menabung di bank syariah. Dengan demikian hipotesis diterima.
3. Variabel sosialisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Hal ini dibuktikan dengan taraf nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $T_{hitung} 8,335 > T_{tabel} 1,983$ . Artinya semakin tinggi sosialisasi yang dilakukan maka semakin tinggi pula minat santri untuk menabung di bank syariah. Dengan demikian hipotesis diterima.
4. Variabel persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung santri di bank syariah. Hal ini dibuktikan dengan taraf nilai signifikansi  $0,01 < 0,05$  dan nilai  $T_{hitung} 2,620 > T_{tabel} 1,983$ . Artinya semakin tinggi persepsi terhadap bank syariah maka semakin tinggi minat santri menabung di bank syariah. Dengan demikian hipotesis diterima.
5. Berdasarkan dari koefisien determinasi ( $R^2$ ) variabel minat dapat dijelaskan oleh variabel pengetahuan, religiusitas, sosialisasi, dan persepsi sebesar 0,887 atau sebesar 88,7% dan sisanya sebesar 11,3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak ada di penelitian ini.

## 5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka saran yang didapat penulis ajukan adalah sebagai berikut :

1. Bagi instansi dan pihak bank syariah

Hendaknya bank syari'ah mensosialisasikan bagaimana bank Syariah bekerja kepada santri-santri di pesantren, sehingga mereka lebih tertarik untuk menabung di bank syariah disbanding ke bank konvensional. Selain itu, bank syari'ah harus lebih meyakinkan kepada santri bahwa bank syari'ah memang sesuai dengan pola syari'ah dalam islam. karena anggapan santri bahwa bank syari'ah sama saja pola kerjanya dengan bank konvensional.

2. Bagi peneliti berikutnya

Penulis berharap hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai pertimbangan awal dalam melakukan penelitian selanjutnya guna untuk menggali variabel variabel lainnya yang mungkin dapat memberikan pengaruh atau kontribusi terhadap minat Santri untuk menabung di bank syariah.

## DAFTAR PUSTAKA

- A, Zain. "Pengaruh Pengetahuan Santri Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Modern Ummul Qura Al-Islami)." UIN Syarif Hidayatullah, 2017.
- Agustin, Reza. *"Pengaruh Latar Belakang Pendidikan, Informasi, Dan Sosialisasi Terhadap Pemahaman Perbankan Syariah Pada Pedagang Di Desa Kuningan Kecamatan Kanigoro Kabupaten Blitar."*. Skripsi UIN SATU Tulungagung. 2020.
- Aisyah. *Pengaruh Persepsi, Pengetahuan Masyarakat Dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Serta Dampaknya Pada Keputusan Menjadi Nasabah Perbankan Syariah (Studi Pada Wilayah Dki Jakarta)*. (Doctoral dissertation, UIN Syarif Hidayatullah). 2020.
- Ali Akbar, Hasibuan. "Pengaruh Pengetahuan, Lokasi Dan Religiusitas Santri Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Darul Falah Langga Payung)." IAIN Padang Sidempuan, 2020.
- Amalia, Farah. "The Role of Religiosity on Halal Product Purchasing Decision Case Study : Wardah Cosmetics." *Journal of Digital Marketing and Halal Industry* 1, no. 1 (2020): 19.
- Aprilia, S. *Pengaruh Pengetahuan Dan Sosialisasi Terhadap Minat Menabung Di Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang (Studi Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang)* (Doctoral dissertation, UIN Raden Fatah Palembang). 2020.
- Astuti, T., & Mustikawati, R. I. *Pengaruh persepsi nasabah tentang tingkat suku bunga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah*. Nominal: Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen, 2(1). 2013.
- Astrid S. Susanto, Phil. *Pengantar Sosiologi Dan Perubahan Sosial*. Bandung: Binacitra, 2019.
- Azis, Muh. Abdul. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung Di Bank Syariah," 2012.
- Cahyani, S. I. *Pengaruh sosialisasi, pengetahuan dan persepsi santri tentang bank syariah terhadap minat menabung di bank syariah: studi kasus santri Pondok Pesantren Darul Falah Besongo Semarang tahun 2018* (Doctoral dissertation, UIN Walisongo). 2019.
- Cahyono, Heru, Et Al. *"Pengaruh Persepsi Dan Religiusitas Santri Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah."* *Ecobankers: Journal Of Economy And Banking* 2.2. 2021.

- Casvi, F. Z. *Pengaruh pengetahuan, lingkungan sosial, dan lokasi bank syariah terhadap minat menabung santri di bank syariah: studi kasus santri Pondok Pesantren Raudlatul Qur'an Mangkang Kulon, Tugu, Semarang* (Doctoral dissertation, UIN Walisongo). 2019.
- D, Nuryanti. "Pengaruh Religiusitas Dan Pengetahuan Santri Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pondok Pesantren Al Munawwir, Krapyak, Yogyakarta)." IAIN Salatiga, 2019.
- E., Siswantoro. D, Satrio. "Analisis Faktor Pendapatan, Kepercayaan Dan Religiusitas Dalam Mempengaruhi Minat Muzakki Untuk Membayar Zakat Penghasilan Melalui Lembaga Amil Zakat." Simposium Nasional Akuntansi XIX, 1, no. 4 (2016).
- Eko, Yuliawan. "Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT. Bank Syariah Cabang Bandung." *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil: JWEM* 1, no. 1 (2011).
- F. Z., Casvi. "Pengaruh Pengetahuan, Lingkungan Sosial, Dan Lokasi Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Santri Di Bank Syariah: Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Raudlatul Qur'an Mangkang Kulon, Tugu, Semarang." UIN Walisongo, 2019.
- Fadhilah, Diena. "*Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Pesantren Di Bank Syariah.*" *Jurnal Bilal: Bisnis Ekonomi Halal* 1.2. 2020.
- Fajar, Nugroho P. T. A., Mujaddid. "Pengaruh, Reputasi, Lingkungan Dan Religiusitas Terhadap Minat Pelajar Sekolah Menengah Kejuruan Prodi Perbankan Syariah Dalam Menabung Di Bank Syariah." *Ekonomi Islam* 10, no. 1 (2019).
- Fataron, Zuhdan Ady, and Hariyanti Rohmah. "Effect Analysis of Trust, Ease, Information Quality, Halal Product on Online Purchase Decision of 2016-2018 Batch Students of Islamic Economics Study Program in UIN Walisongo at Shopee Marketplace." *Journal of Digital Marketing and Halal Industry* 1, no. 1 (2020).
- Fega L., Putri. "Analisis Faktor Sosialisasi Dan Edukasi Masyarakat Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bprs Muamalat Harkat Sukaraja." IAIN Bengkulu, 2021.
- Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM spss*. Universitas Diponegoro: Semarang. 2011.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. 9th ed. Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2018.

- Hartono, S. *Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sumber Lancar*. Doctoral dissertation, Universitas Ciputra. 2014.
- Hasanah, Fadhilatul. "Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang Pada Bank Syariah." *Balance: Jurnal Akuntansi Dan Bisnis* 4.1 (2019).
- Hasibuan, A. A. *Pengaruh pengetahuan, lokasi dan religiusitas santri terhadap minat menabung di bank syariah (studi kasus santri pondok pesantren Darul Falah Langga Payung)* (Doctoral dissertation, IAIN Padangsidempuan). 2020.
- I., Hendrawan B, Imran. "Pengaruh Persepsi Masyarakat Batam Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah." *Journal of Applied Business Administration* 1, no. 2 (2017).
- I. M., Mardana. I. B. P, Adiarta. A, Sugiarta. "Filsafat Pendidikan Ki Hajar Dewantara (Tokoh Timur)." *Jurnal Filsafat Indonesia* 2, no. 3 (2019).
- Imam Ghazali, *Aplikasi Analisa Multivariate dengan Progam IBM SPSS*, 9<sup>th</sup> ed, Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2018.
- Imran, I., & Hendrawan, B. *Pengaruh Persepsi Masyarakat Batam Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah*. *Journal of Applied Business Administration*, 1(2), 2017.
- Indah Cahyani, Sri. "Pengaruh Sosialisasi, Pengetahuan Dan Persepsi Santri Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Darul Falah Besongo Semarang Tahun 2018)." UIN Walisongo, 2019.
- Iranati, Rahma Bellani Oktavindria. "*pengaruh religiusitas, kepercayaan, pengetahuan, dan lokasi terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat di Kota Tangerang Selatan)*". (Jakarta : FEBI UIN Syarif Hidayatullah Jakarta) 2017.
- Ismail bin Umar bin Katsir. "Tafsiiru Al-Qur'anil Azhiim (Ibnu Katsir)." In 1, edited by Muhammad Husein Syamsuddin. Darul Kutub al-'Ilmiyyah, 1998.
- Ismail bin Umar bin Katsir. "Tafsiiru Al-Qur'anil Azhiim (Ibnu Katsir)." In 9, edited by Muhammad Husein Syamsuddin. Darul Kutub al-'Ilmiyyah, 1998.
- Jalaludin, A. *Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Wadiah*. *Jurnal Ekonologi Ilmu Manajemen*, 2(1) 2018.



- Khasanah, N. F. *Pengaruh religiutas, kualitas pelayanan dan penerapan nilai Islam terhadap loyalitas nasabah (Studi kasus nasabah PT BNI Syariah kantor cabang pembantu Ungaran)* (Doctoral dissertation, UIN Walisongo).2019.
- Kholila, Siti. “Pengaruh Motivasi Menghindari Riba Dan Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Muamalat Kc Surabaya – Mas Mansyur.” UIN Sunan Ampel, 2018.
- Li, Yiting, Virginia S. Zuiker, Tai J. Mendenhall, and Catherine P. Montalto. “Parental Financial Socialization, Financial Experiences, and Financial Behaviors: Comparing Asian American and International Asian College Students.” *Journal of Financial Counseling and Planning* 32, no. 1 (2021).
- Mahgalena, Wahab, and Choirul Huda. “Factors Affecting Student Interest Of Al-Quran Wonosobo Science University To Saving In A Syariah Bank.” *AL-ARBAH: Journal of Islamic Finance and Banking* 3, no. 1 (2021): 47–62.
- Maskur, Halimatu Saidah, Rosyid. “Pengetahuan Perbankan Syariah Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Menabung Santri Dan Guru.” *Islaminomics: Journal Of Islamic Economics, Business And Finance* 7, no. 2 (2016).
- Memon, Yusra Jamil, Sarwar M. Azhar, Raheela Haque, and Niaz Ahmed Bhutto. “Religiosity as a Moderator between Theory of Planned Behavior and Halal Purchase Intention.” *Journal of Islamic Marketing* 11, no. 6 (2020).
- Muh. Abdul Azis, “*Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung di Bank Syariah*” 2012.
- Mujaddid, F., & Nugroho, P. T. A. *Pengaruh, Reputasi, Lingkungan Dan Religiusitas Terhadap Minat Pelajar Sekolah Menengah Kejuruan Prodi Perbankan Syariah dalam Menabung di Bank Syariah*. *Ekonomi Islam*, 10(1), 2019.
- Muria Herlina, *Sosiologi Kesehatan Paradigma Kontruksi Sosial Perilaku Hidup Bersih dan Sehat dalam Perspektif Peter L. Barger & Thomas Luckmann*, (Surabaya: Ikapi),2017.
- Mursid, Mansur Chadi. *Filsafat Iman Dan Filsafat Ilmu Manajemen*. Pustaka Rumah C1nta, 2020.
- Ningsih, Julia Sri. “*Pengaruh Persepsi, Tingkat Religiusitas Dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syari’ah (Studi Pada Dosen Uin Raden Intan Lampung)*.” Diss. Uin Raden Intan Lampung, 2017.

- NF, Syakir. "Masa Depan Anak Tergantung Orang Tuanya (Oleh KH Masdar Farid)." NU Online, 2018.
- Nova Dwi, Ratna. "Analisis Pentingnya Sosialisasi Terhadap Minat Masyarakat Untuk Menabung Di Perbankan Syariah (Studi Kasus Di Kecamatan Pakel Kabupaten Tulungagung," 2021.
- Nuryanti, D. *Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan Santri Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah dengan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pondok Pesantren Al Munawwir, Krapyak, Yogyakarta)* (Doctoral dissertation, IAIN SALATIGA). 2019.
- Permadi, Galang. "*Pengaruh Tingkat Religiusitas Dan Persepsi Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Santri Di Ponpes Al-Munawwir Krapyak Yogyakarta)*". Diss. Universitas Alma Ata Yogyakarta, 2019.
- Phil Astrid S. Susanto, *Pengantar Sosiologi dan Perubahan Sosial*, (Bandung, Binacitra), 1979.
- Pirdaus, P. *Strategi Sosialisasi Perbankan Syariah Di Kota Lubuk Linggau (Studi Bni Syariah Lubuk Linggau)* (Doctoral dissertation, IAIN BENGKULU). 2019.
- Putri, F. L. *Analisis Faktor Sosialisasi Dan Edukasi Masyarakat Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bprs Muamalat Harkat Sukaraja* (Doctoral dissertation, IAIN Bengkulu). 2021.
- Putri, Yulia, Et Al. "*Strategi Meningkatkan Minat Menabung Di Bank Syariah Melalui Penerapan Religiusitas.*" *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Performa)* 16.1 (2019).
- Rahma Bellani Oktavindria, Irianati. "Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Pengetahuan, Dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Tangerang Selatan)." UIN Syarif Hidayatullah, 2017.
- Rakhmah, Silvia Miftakhur, And Sri Wahyuni. "*Pengaruh Persepsi Mahasiswa Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah.*" *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial* 10.1 2016.
- Ramadhan, R. *Pengaruh Tingkat Religiusitas Dan Pengetahuan Produk Tabungan Santri Pondok Pesantren Al-Barokah Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah* (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo). 2019.
- Ratna, Nova Dwi. "*Analisis Pentingnya Sosialisasi Terhadap Minat Masyarakat Untuk Menabung Di Perbankan Syariah (Studi Kasus Di Kecamatan Pakel Kabupaten Tulungagung).*" 2021.

- Rosyid, Maskur, And Halimatu Saidiah. "Pengetahuan Perbankan Syariah Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Menabung Santri Dan Guru." *Islaminomics: Journal Of Islamic Economics, Business And Finance* 7.2 (2016).
- Rikky, Ramadhan. "Pengaruh Tingkat Religiusitas Dan Pengetahuan Produk Tabungan Santri Pondok Pesantren Al-Barokah Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah." IAIN Ponorogo, 2019.
- S, Wiranata. "Pengaruh Persepsi, Pengetahuan Masyarakat Dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Serta Dampaknya Pada Keputusan Menjadi Nasabah Perbankan Syariah." UIN Syarif Hidayatullah, n.d.
- Sadhana, K. *Sosialisasi dan Persepsi Bank Syariah (Kajian Kebijakan Enkulturasasi Nilai-Nilai Bank Syariah Dalam Masyarakat)*. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 16(3), (2012).
- Saifudin, T. "Pengaruh Promosi, Religiusitas, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Dengan Pengetahuan Masyarakat Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Masyarakat Di Kota Salatiga)." IAIN Salatiga, 2017.
- Satrio, E., & Siswanto, D. Analisis faktor pendapatan, kepercayaan dan religiusitas dalam mempengaruhi minat muzakki untuk membayar zakat penghasilan melalui lembaga amil zakat. *Simposium Nasional Akuntansi XIX*, 1(4), 2016.
- Siti Kholila, "Pengaruh Motivasi Menghindari Riba Dan Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Muamalat Kc Surabaya – Mas Mansyur," (Surabaya:UIN Sunan Ampel.2018).
- Sri Indah Cahyani, "Pengaruh Sosialisasi, Pengetahuan Dan Persepsi Santri Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Darul Falah Besongo Semarang Tahun 2018)" (2019).
- Sugiarta, I. M., Mardana, I. B. P., & Adiarta, A. *Filsafat Pendidikan Ki Hajar Dewantara (Tokoh Timur)*. *Jurnal Filsafat Indonesia*, 2(3), 2019.
- Sugiyono. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Sari, Alifah Ratna, Ari Kristin Prasetyoningrum, and Setyo Budi Hartono. "The Effect of Intellectual Capital and Networking on the Organizational Values of Islamic Boarding Schools ( A Case Study on Khalaf Islamic Boarding Schools in Demak )." *Journal of Islamic Accounting and Finance Research* 2, no. 1 (2020).
- Septiani, Dea Feby, Imam Yahya, Setyo Budi Hartono, Tri Widyastuti Ningsih, and Fiina Ishmatul Maula. "Analysis of the Influence of Intellectual

Capital and Bank Risk on the Performance of Maqashid Sharia Based Islamic Banking in Indonesia.” *Journal of Islamic Accounting and Finance Research* 3, no. 2 (2021).

Sujarweni. Wiratna, “Panduan Penelitian Kebidanan Dengan SPSS.” (Yogyakarta: Pustakabarupress, 2014).

Susyanti, Jeni, And M. Khoirul Abs. "Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Bank Syariah Kota Malang (Studi Kasus Pada Mahasiswa Banyuwangi Di Kota Malang)." *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen* 8.19 2019.

T,Saifudin.”*Pengaruh Promosi, Religiusitas, dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah dengan Pengetahuan Masyarakat sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Masyarakat Di Kota Salatiga)*”.

Wiranata, S. *Pengaruh Persepsi, Pengetahuan Masyarakat dan Religiusitas terhadap Minat Menabung serta Dampaknya pada Keputusan menjadi Nasabah Perbankan Syariah* (Bachelor's thesis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis uin jakarta).

Wiratna, Sujarweni. “Panduan Penelitian Kebidanan Dengan SPSS.” Yogyakarta: PUSTAKABARUPRESS, 2014.

Yaqub, K.H Ali Mustafa. *Kriteria Halal-Haram Untuk Pangan, Obat, Dan Kosmetika Menurut Al-Qur’an Dan Hadis*. Jakarta: Pustaka Firdaus, 2013.

Yuliawan, E.. *Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT. Bank Syariah Cabang Bandung*. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil: JWEM*, 1(1). 2011.

Zain, A. *Pengaruh Pengetahuan Santri Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Modern Ummul Quro Al-Islami)* (Bachelor's thesis, Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta). 2017.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1: Kuesioner Penelitian

#### Data Responden

Petunjuk :

Pilihlah salah satu jawaban pada setiap pertanyaan berikut ini dengan memberikan tanda silang (X)

1. Nama Responden :
2. Jenis Kelamin :  Laki-laki       Perempuan
3. Usia :  17-25       35-43  
           26-34       > 44
4. Pendidikan :  SD/Sederajat       SMP/Sederajat  
                   SMA/Sederajat       Diploma  
                   S1       S2       S3

#### Petunjuk Pengisian Angket :

Isilah semua pertanyaan dalam kuesioner sesuai kenyataan, dengan cara memberi tanda ceklis (√) pada kotak pilihan yang sudah tersedia !

Keterangan :

SS : Sangat Setuju

TS : Tidak Setuju

S : Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

N : Netral

**VARIABEL PENGETAHUAN (X1)**

<b>X1</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>N</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
A	Saya mengetahui produk simpanan bank syariah dari pendidikan yang saya tempuh					
B	Saya mengetahui produk simpanan dari aktivitas ekonomi masyarakat					
C	Saya mengetahui produk simpanan bank syariah dari hubungan sosial dalam masyarakat					
D	Saya mengetahui produk simpanan bank syariah dari paparan media massa maupun internet					
E	Saya mengetahui produk simpanan bank syariah berdasarkan pengalaman teman/saudara/keluarga					

**VARIABEL RELIGIUSITAS (X2)**

<b>X2</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>N</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
A	Saya keyakinan bahwa Allah SWT telah melarang transaksi yang mengandung riba					
B	Saya tidak melakukan transaksi yang mengandung bunga					
C	Saya merasa lebih damai dan tentram karena tidak melakukan transaksi yang dilarang oleh agama					
D	Saya meyakini bahwa memakan					

	riba termasuk dalam dosa besar sesuai dengan firman-Nya					
E	Saya merasa lebih damai dan tentram karena tidak melakukan transaksi yang dilarang oleh agama.					

### SOSIALISASI (X3)

X3	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
A	Dalam mensosialisasikan produk bank syariah sangat ramah dan cekatan dalam melayani nasabah					
B	Dalam mensosialisasikan produk, bank syariah memberikan saya keyakinan pada produk yang mereka tawarkan					
C	Sistem bunga didalam bank konvensional tidak digunakan didalam bank syariah karena riba					
D	Biaya administrasi lebih murah					
E	Saya berminat menjadi nasabah setelah mendapatkan sosialisasi					

### PERSEPSI BANK SYARIAH (X4)

Y	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
A	Bank syariah adalah bank yang terbebas dari bunga					
B	Sistem bagi hasil sesuai dengan prinsip syariah					
C	Kegiatan operasional yang dijalankan bank syariah sudah sesuai dengan prinsip syariah					

D	Saya mengenal produk-produk bank syariah					
E	Saya menabung di bank syariah karena produk tabungannya lebih unggul dari bank konvensional					

### MINAT MENABUNG (Y)

Y	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
A	Saya tertarik bertransaksi di bank syariah					
B	Saya tertarik menabung di bank syariah					
C	Saya tertarik memilih bank syariah karena lingkungan saya juga memilih bank syariah					
D	Setelah mengetahui tentang keharaman bunga bank saya tertarik memutuskan untuk menggunakan bank syariah					
E	Saya tertarik menabung di bank syariah karena ingin mendapatkan keselamatan dunia dan akhirat					



## Lampiran 2 Tabulasi Data Responden

PENGETAHUAN						
NO	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TOTAL
1	3	2	3	5	2	15
2	5	5	5	5	5	25
3	2	3	3	4	5	17
4	4	4	4	4	4	20
5	5	5	4	4	4	22
6	5	3	4	4	3	19
7	3	4	4	5	3	19
8	4	3	4	3	4	18
9	4	5	5	3	4	21
10	5	5	5	5	3	23
11	5	3	3	4	3	18
12	2	3	2	3	2	12
13	4	3	4	5	4	20
14	3	5	5	4	4	21
15	4	3	3	3	3	16
16	4	5	4	4	3	20
17	4	4	4	4	4	20
18	4	4	4	5	4	21
19	4	3	4	5	3	19
20	4	3	4	5	4	20
21	5	5	5	5	5	25
22	5	5	5	5	5	25
23	3	4	3	3	4	17
24	3	3	2	4	3	15
25	5	4	4	4	5	22
26	5	5	5	5	5	25
27	4	3	5	4	5	21
28	4	4	4	5	3	20
29	3	3	5	5	5	21
30	3	3	5	5	4	20
31	3	3	3	3	3	15
32	3	3	2	2	3	13
33	1	3	3	2	3	12
34	3	4	3	3	3	16
35	4	4	4	4	4	20
36	5	5	5	5	5	25
37	2	2	2	2	2	10

38	2	1	5	5	5	18
39	3	3	3	3	3	15
40	5	5	5	4	5	24
41	5	5	4	2	1	17
42	3	4	3	4	3	17
43	2	4	4	4	4	18
44	4	4	3	4	4	19
45	2	3	2	2	2	11
46	4	3	3	4	4	18
47	3	4	3	3	3	16
48	4	3	4	4	4	19
49	2	2	2	2	2	10
50	4	4	4	4	5	21
51	3	4	3	3	2	15
52	3	2	3	3	4	15
53	3	5	5	5	3	21
54	2	2	3	3	3	13
55	3	3	3	3	3	15
56	3	3	4	4	3	17
57	3	2	1	2	2	10
58	5	5	4	5	5	24
59	4	3	3	4	3	17
60	2	3	3	3	3	14
61	4	4	4	4	4	20
62	3	3	2	4	2	14
63	4	1	1	5	1	12
64	5	2	5	2	2	16
65	4	4	3	4	3	18
66	3	3	3	3	3	15
67	5	5	4	5	5	24
68	4	5	4	5	5	23
69	5	5	5	5	5	25
70	2	2	3	3	3	13
71	1	1	3	3	3	11
72	5	3	4	4	5	21
73	4	4	3	4	3	18
74	5	5	3	5	5	23
75	5	3	2	4	4	18
76	3	3	2	5	3	16
77	3	4	3	3	4	17
78	4	4	4	4	3	19

79	3	3	3	3	3	15
80	3	2	2	4	2	13
81	5	4	3	4	4	20
82	2	4	2	4	4	16
83	5	3	4	5	5	22
84	4	3	3	3	4	17
85	3	4	4	4	4	19
86	1	2	1	1	1	6
87	5	4	4	5	4	22
88	3	3	4	4	4	18
89	4	5	5	4	5	23
90	5	4	5	4	4	22
91	2	4	2	2	2	12
92	5	4	4	4	5	22
93	1	2	2	2	1	8
94	3	4	2	4	5	18
95	3	4	4	4	3	18
96	4	4	4	4	4	20
97	4	3	3	4	2	16
98	4	4	4	4	4	20
99	4	4	4	4	4	20
100	3	3	3	3	3	15
101	4	5	5	4	4	22
102	4	3	3	4	3	17
103	4	4	4	3	3	18
104	3	4	2	4	3	16
105	5	4	4	3	4	20
106	4	4	5	5	4	22

RELIGIUSITAS						
NO	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TOTAL
1	5	3	3	5	5	21
2	5	5	5	5	5	25
3	5	4	5	5	4	23
4	5	3	4	4	4	20
5	5	5	5	4	4	23
6	5	4	5	5	4	23
7	5	5	5	5	5	25
8	5	2	4	4	4	19
9	5	5	5	5	5	25

10	5	5	5	5	5	25
11	5	3	4	5	4	21
12	5	3	4	5	5	22
13	5	4	3	4	4	20
14	5	5	5	5	4	24
15	5	5	5	5	5	25
16	5	5	5	5	5	25
17	5	5	5	5	5	25
18	5	4	5	5	5	24
19	5	5	5	5	5	25
20	5	5	5	5	5	25
21	5	5	5	5	5	25
22	5	5	5	5	5	25
23	4	3	5	4	4	20
24	5	4	4	5	4	22
25	3	5	5	3	5	21
26	5	5	5	5	5	25
27	5	5	5	5	5	25
28	3	4	5	5	4	21
29	5	5	5	5	5	25
30	5	5	5	5	5	25
31	3	3	3	3	3	15
32	5	3	5	5	5	23
33	5	3	5	4	4	21
34	5	5	4	5	5	24
35	5	4	4	5	4	22
36	5	5	5	5	5	25
37	5	4	5	5	4	23
38	5	3	5	3	3	19
39	5	5	4	4	4	22
40	5	3	5	4	5	22
41	5	5	5	5	5	25
42	5	4	4	4	4	21
43	5	3	3	3	3	17
44	5	2	5	5	5	22
45	5	5	4	5	5	24
46	5	5	5	5	5	25
47	5	5	5	5	5	25
48	5	3	4	5	4	21
49	5	5	5	5	5	25
50	5	5	5	5	5	25

51	5	5	5	5	5	25
52	5	5	5	5	5	25
53	5	2	4	5	5	21
54	5	3	5	5	5	23
55	3	3	3	3	3	15
56	5	4	5	5	5	24
57	4	3	3	3	3	16
58	5	5	5	5	5	25
59	5	4	5	4	4	22
60	3	3	3	3	3	15
61	5	4	4	4	5	22
62	2	3	4	5	4	18
63	5	5	3	3	3	19
64	2	2	1	1	1	7
65	5	4	4	5	4	22
66	5	3	5	5	3	21
67	5	5	5	5	5	25
68	5	5	5	5	5	25
69	5	3	5	5	5	23
70	5	3	3	5	4	20
71	5	5	5	5	5	25
72	5	5	5	5	5	25
73	4	4	5	5	5	23
74	5	5	5	5	5	25
75	5	3	5	5	5	23
76	5	3	5	5	4	22
77	5	5	5	5	5	25
78	5	5	5	5	5	25
79	3	3	3	3	3	15
80	5	4	5	5	5	24
81	5	5	5	5	5	25
82	5	4	4	4	5	22
83	5	5	5	5	5	25
84	5	5	5	5	5	25
85	5	5	5	5	5	25
86	1	1	1	1	1	5
87	5	5	5	5	5	25
88	5	5	5	5	5	25
89	5	4	5	5	5	24
90	5	5	5	5	5	25
91	5	4	5	5	5	24

92	5	5	5	5	5	25
93	5	5	4	2	4	20
94	5	3	3	4	4	19
95	5	4	3	3	4	19
96	4	4	3	4	3	18
97	5	3	1	5	5	19
98	5	3	5	5	5	23
99	5	3	5	5	5	23
100	5	5	5	5	5	25
101	5	5	5	5	5	25
102	5	3	4	4	4	20
103	5	4	5	5	5	24
104	5	4	4	4	3	20
105	5	4	5	5	4	23
106	5	4	5	5	5	24

SOSIALISASI						
NO	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	TOTAL
1	3	3	3	3	4	16
2	5	5	5	5	5	25
3	4	4	4	4	3	19
4	4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	5	3	20
6	3	3	3	3	3	15
7	4	4	4	3	4	19
8	3	3	3	3	4	16
9	4	3	3	3	4	17
10	4	4	5	5	5	23
11	3	3	3	3	3	15
12	3	4	4	4	3	18
13	4	4	4	5	4	21
14	4	4	5	5	3	21
15	3	3	3	3	3	15
16	4	3	5	4	3	19
17	4	4	3	3	3	17
18	5	4	5	5	4	23
19	3	3	3	3	3	15
20	4	4	5	4	4	21
21	5	5	5	5	5	25
22	5	5	5	5	5	25

23	3	3	4	4	4	18
24	3	3	4	3	3	16
25	3	5	4	5	5	22
26	5	5	5	5	5	25
27	4	4	5	4	3	20
28	5	4	3	5	3	20
29	5	3	5	3	3	19
30	4	4	5	4	4	21
31	3	3	3	3	3	15
32	3	3	3	3	3	15
33	3	3	5	3	3	17
34	5	5	4	4	4	22
35	4	4	3	3	3	17
36	5	5	5	5	5	25
37	1	1	2	1	2	7
38	5	4	5	4	4	22
39	4	4	4	4	4	20
40	5	4	4	5	5	23
41	1	3	4	4	3	15
42	3	3	3	3	3	15
43	4	3	4	3	3	17
44	3	3	3	3	3	15
45	3	3	3	3	3	15
46	4	3	4	3	3	17
47	3	3	3	3	3	15
48	4	4	3	5	4	20
49	2	2	2	2	2	10
50	5	5	5	4	4	23
51	4	4	4	4	4	20
52	4	3	4	4	2	17
53	5	5	5	4	4	23
54	3	3	3	3	3	15
55	3	3	3	3	3	15
56	4	4	4	4	3	19
57	3	1	3	3	2	12
58	5	5	5	5	5	25
59	5	4	3	5	4	21
60	4	3	3	4	3	17
61	4	4	5	4	4	21
62	3	3	3	3	3	15
63	1	1	5	2	1	10

64	2	3	3	3	3	14
65	4	4	3	4	3	18
66	3	4	3	3	3	16
67	5	5	5	5	5	25
68	4	4	5	4	5	22
69	5	5	5	5	5	25
70	2	2	2	2	2	10
71	2	2	3	3	3	13
72	4	3	5	4	1	17
73	4	4	5	4	4	21
74	5	5	5	5	5	25
75	3	4	4	5	4	20
76	4	4	2	1	3	14
77	3	3	4	3	3	16
78	4	4	4	5	4	21
79	3	3	3	3	3	15
80	3	1	2	3	2	11
81	3	4	3	5	3	18
82	4	4	2	5	4	19
83	5	3	5	4	5	22
84	3	3	4	3	3	16
85	5	4	5	5	3	22
86	1	2	1	1	2	7
87	3	3	3	3	3	15
88	4	4	5	5	5	23
89	4	4	5	5	4	22
90	4	4	5	5	5	23
91	3	3	4	3	4	17
92	5	5	3	4	5	22
93	3	1	1	4	3	12
94	4	3	4	5	3	19
95	4	3	4	5	3	19
96	3	2	1	5	5	16
97	3	3	3	3	3	15
98	4	4	5	5	5	23
99	4	4	4	5	4	21
100	5	5	5	5	5	25
101	5	5	5	5	5	25
102	4	4	4	5	3	20
103	4	4	3	3	4	18
104	3	2	4	2	2	13



	4	5	4	5	4	22
105	4	3	5	4	4	20

PERSEPSI						
NO	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	TOTAL
1	1	1	1	4	1	8
2	5	5	5	5	5	25
3	4	4	4	3	3	18
4	4	4	4	4	4	20
5	4	5	5	5	4	23
6	3	4	3	4	3	17
7	5	4	4	2	3	18
8	3	3	4	3	3	16
9	4	4	4	3	4	19
10	4	5	5	4	4	22
11	3	3	3	3	3	15
12	4	4	4	3	3	18
13	4	5	4	3	4	20
14	4	4	3	3	3	17
15	3	3	3	3	4	16
16	4	4	4	4	3	19
17	3	3	3	4	3	16
18	4	4	4	4	4	20
19	3	3	3	3	3	15
20	5	3	4	3	3	18
21	3	5	5	5	5	23
22	5	5	5	5	5	25
23	3	3	3	3	3	15
24	3	3	3	3	2	14
25	3	5	4	5	4	21
26	5	5	5	5	5	25
27	4	3	3	5	3	18
28	5	4	5	3	4	21
29	4	5	5	5	5	24
30	4	4	4	3	3	18
31	3	3	3	3	3	15
32	5	5	5	3	3	21
33	3	4	2	4	3	16
34	5	3	4	4	4	20
35	3	3	3	2	3	14

36	5	5	5	4	5	24
37	3	3	3	4	4	17
38	5	5	5	5	4	24
39	5	4	4	4	4	21
40	5	5	4	4	4	22
41	5	1	5	1	5	17
42	3	3	3	3	3	15
43	3	3	3	3	3	15
44	4	4	3	3	4	18
45	3	3	3	3	3	15
46	3	3	3	3	3	15
47	3	5	4	3	3	18
48	4	4	4	4	4	20
49	3	3	3	1	2	12
50	5	5	5	4	5	24
51	5	5	4	3	4	21
52	5	4	4	3	4	20
53	4	5	5	5	5	24
54	3	3	3	3	3	15
55	3	3	3	3	3	15
56	3	4	4	3	3	17
57	3	3	3	1	2	12
58	5	5	5	5	5	25
59	4	4	4	4	4	20
60	3	3	3	3	3	15
61	4	4	4	4	4	20
62	3	3	3	3	3	15
63	1	4	2	5	2	14
64	3	3	2	5	3	16
65	3	4	4	3	4	18
66	3	3	3	3	3	15
67	5	5	5	3	5	23
68	4	5	4	4	4	21
69	5	5	5	5	5	25
70	2	2	3	2	2	11
71	3	3	3	3	3	15
72	5	4	5	5	3	22
73	5	5	5	4	4	23
74	5	5	5	5	5	25
75	4	4	4	3	4	19

76	4	3	4	3	3	17
77	4	3	4	4	3	18
78	4	4	4	4	4	20
79	3	3	3	3	3	15
80	3	3	2	2	2	12
81	3	4	3	4	3	17
82	2	4	5	2	4	17
83	5	5	5	4	4	23
84	4	4	3	3	4	18
85	5	5	5	4	5	24
86	1	2	2	2	1	8
87	4	4	4	4	4	20
88	5	5	5	4	4	23
89	4	5	5	5	3	22
90	5	5	4	5	4	23
91	4	4	4	3	3	18
92	4	5	4	3	4	20
93	3	2	2	4	3	14
94	3	4	4	3	3	17
95	4	4	4	3	3	18
96	4	5	5	5	2	21
97	3	3	3	3	3	15
98	5	5	5	3	4	22
99	5	5	5	3	4	22
100	4	4	4	4	4	20
101	5	5	5	5	5	25
102	4	4	3	4	3	18
103	4	4	4	3	3	18
104	3	3	4	4	3	17
105	4	5	4	5	4	22
106	3	3	4	4	4	18

MINAT						
NO	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	TOTAL
1	2	2	2	3	3	12
2	5	5	5	5	5	25
3	3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	4	4	20
5	4	5	5	4	4	22
6	4	4	2	3	3	16
7	5	4	2	4	4	19

8	3	3	3	3	3	15
9	3	3	3	4	3	16
10	5	5	5	5	5	25
11	3	3	3	3	3	15
12	4	4	3	3	3	17
13	4	4	4	4	5	21
14	4	3	3	3	5	18
15	3	3	3	3	3	15
16	3	3	3	4	4	17
17	4	4	3	3	3	17
18	5	5	5	4	3	22
19	3	3	3	3	3	15
20	4	4	4	4	5	21
21	5	5	5	5	5	25
22	5	5	5	5	5	25
23	3	3	3	3	3	15
24	3	3	3	3	3	15
25	4	5	4	4	3	20
26	5	5	5	5	5	25
27	5	5	2	5	5	22
28	4	4	3	3	5	19
29	3	3	3	4	5	18
30	4	4	4	5	5	22
31	3	3	3	3	3	15
32	3	4	4	4	4	19
33	3	3	2	3	3	14
34	4	3	4	4	4	19
35	3	4	4	3	3	17
36	5	5	4	5	5	24
37	4	3	1	3	3	14
38	4	5	3	4	5	21
39	4	4	4	4	4	20
40	5	4	4	4	4	21
41	5	5	2	3	1	16
42	3	3	3	3	3	15
43	3	3	3	3	3	15
44	3	3	4	3	4	17
45	3	3	3	3	3	15
46	3	3	3	3	3	15
47	3	3	3	4	3	16
48	3	4	3	5	4	19
49	3	3	3	4	4	17
50	5	4	4	4	4	21

51	3	3	3	5	5	19
52	4	3	2	4	3	16
53	5	5	3	4	4	21
54	3	3	3	3	3	15
55	3	3	3	3	3	15
56	3	4	3	3	3	16
57	2	2	2	2	2	10
58	4	5	4	5	4	22
59	4	5	3	3	3	18
60	4	4	3	3	3	17
61	4	4	4	4	4	20
62	3	3	3	4	3	16
63	2	2	2	1	1	8
64	2	2	3	2	2	11
65	4	3	3	4	4	18
66	3	3	3	3	3	15
67	5	5	5	5	5	25
68	5	5	4	5	5	24
69	5	5	5	5	5	25
70	2	2	2	2	2	10
71	2	2	2	3	3	12
72	3	4	4	4	5	20
73	4	4	3	4	4	19
74	5	5	5	5	5	25
75	4	5	1	2	3	15
76	4	4	1	1	1	11
77	3	4	4	3	5	19
78	4	4	2	3	4	17
79	3	3	3	3	3	15
80	2	3	2	3	3	13
81	5	5	3	4	5	22
82	1	2	3	2	5	13
83	1	1	4	5	5	16
84	3	3	4	4	5	19
85	5	5	5	5	5	25
86	1	1	1	1	1	5
87	3	3	3	3	3	15
88	4	4	4	4	4	20
89	4	5	4	5	5	23
90	5	4	5	5	5	24
91	4	4	3	4	4	19
92	5	5	5	4	5	24
93	4	4	3	4	2	17

94	5	4	4	4	3	20
95	3	3	4	3	4	17
96	3	3	3	3	3	15
97	3	3	3	3	3	15
98	4	4	4	4	5	21
99	5	5	3	4	5	22
100	2	2	2	2	2	10
101	5	5	5	5	5	25
102	3	3	4	3	3	16
103	3	4	3	4	4	18
104	3	2	3	2	2	12
105	5	5	4	4	5	23
106	5	4	5	5	5	24

### Lampiran 3 : Uji Validitas

#### 1. Pengetahuan

##### Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Pengetahuan
X1.1	Pearson Correlation	1	.536**	.528**	.511**	.477**	.786**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	106	106	106	106	106	106
X1.2	Pearson Correlation	.536**	1	.539**	.373**	.484**	.749**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	106	106	106	106	106	106
X1.3	Pearson Correlation	.528**	.539**	1	.515**	.614**	.819**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	106	106	106	106	106	106
X1.4	Pearson Correlation	.511**	.373**	.515**	1	.566**	.750**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	106	106	106	106	106	106
X1.5	Pearson Correlation	.477**	.484**	.614**	.566**	1	.805**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	106	106	106	106	106	106

Pengetahuan	Pearson Correlation	.786**	.749**	.819**	.750**	.805**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	106	106	106	106	106	106

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

## 2. Religiusitas

### Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Religiusitas
X2.1	Pearson Correlation	1	.420**	.528**	.622**	.631**	.760**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	106	106	106	106	106	106
X2.2	Pearson Correlation	.420**	1	.544**	.427**	.554**	.740**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	106	106	106	106	106	106
X2.3	Pearson Correlation	.528**	.544**	1	.679**	.692**	.848**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	106	106	106	106	106	106
X2.4	Pearson Correlation	.622**	.427**	.679**	1	.791**	.852**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	106	106	106	106	106	106
X2.5	Pearson Correlation	.631**	.554**	.692**	.791**	1	.892**



	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	106	106	106	106	106	106
Religiusitas	Pearson Correlation	.760**	.740**	.848**	.852**	.892**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	106	106	106	106	106	106

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

### 3. Sosialisasi

#### Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Sosialisasi
X3.1	Pearson Correlation	1	.751**	.572**	.661**	.625**	.865**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	106	106	106	106	106	106
X3.2	Pearson Correlation	.751**	1	.565**	.656**	.713**	.883**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	106	106	106	106	106	106
X3.3	Pearson Correlation	.572**	.565**	1	.526**	.442**	.753**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	106	106	106	106	106	106
X3.4	Pearson Correlation	.661**	.656**	.526**	1	.649**	.842**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000

	N	106	106	106	106	106	106
X3.5	Pearson Correlation	.625**	.713**	.442**	.649**	1	.819**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	106	106	106	106	106	106
Sosialisasi	Pearson Correlation	.865**	.883**	.753**	.842**	.819**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	106	106	106	106	106	106

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

#### 4. Persepsi

##### Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	Persepsi Bank Syariah
X4.1	Pearson Correlation	1	.618**	.751**	.293**	.677**	.825**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.002	.000	.000
	N	106	106	106	106	106	106
X4.2	Pearson Correlation	.618**	1	.723**	.520**	.617**	.861**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	106	106	106	106	106	106
X4.3	Pearson Correlation	.751**	.723**	1	.338**	.719**	.871**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	106	106	106	106	106	106
X4.4	Pearson Correlation	.293**	.520**	.338**	1	.432**	.643**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000		.000	.000
	N	106	106	106	106	106	106
X4.5	Pearson Correlation	.677**	.617**	.719**	.432**	1	.846**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	106	106	106	106	106	106
Persepsi Bank Syariah	Pearson Correlation	.825**	.861**	.871**	.643**	.846**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	106	106	106	106	106	106

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

## 5. Minat

### Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Minat Menabung
Y1	Pearson Correlation	1	.872**	.496**	.624**	.486**	.831**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	106	106	106	106	106	106

Y2	Pearson Correlation	.872**	1	.510**	.610**	.512**	.837**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	106	106	106	106	106	106
Y3	Pearson Correlation	.496**	.510**	1	.700**	.651**	.802**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	106	106	106	106	106	106
Y4	Pearson Correlation	.624**	.610**	.700**	1	.775**	.886**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	106	106	106	106	106	106
Y5	Pearson Correlation	.486**	.512**	.651**	.775**	1	.824**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	106	106	106	106	106	106
Minat Menabung	Pearson Correlation	.831**	.837**	.802**	.886**	.824**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	106	106	106	106	106	106

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

## Lampiran 4 : Uji Realiabilitas

### 1. Pengetahuan

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.841	5

### 2. Religiusitas

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.873	5

### 3. Sosialisasi

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.888	5

### 4. Persepsi

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.867	5

5. Minat

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.891	5

## Lampiran 5 : Uji Asumsi Klasik

### 1. Normalitas

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		106
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.27041408
Most Extreme Differences	Absolute	.074
	Positive	.050
	Negative	-.074
Kolmogorov-Smirnov Z		.761
Asymp. Sig. (2-tailed)		.609

a. Test distribution is Normal.

### 2. Multikolinieritas

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-1.980	1.513		1.309	.194		
PENGETAHUAN	.224	.095	.213	2.356	.020	.341	2.934
RELIGIUSITAS	.163	.073	.136	2.238	.027	.756	1.323
SOSIALISASI	.323	.108	.318	2.990	.004	.246	4.067
PERSEPSI	.337	.110	.303	3.072	.003	.287	3.490

a. Dependent Variable: MINAT

3. Heterokedastisitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.004	.005		-.835	.406
	X1	1.036	.000	.018	.137	.891
	X2	.056	.029	.333	1.927	.057
	X3	.113	.060	.391	1.885	.062
	X4	-.017	.058	-.071	-.296	.768

a. Dependent Variable: ABS2



## Lampiran 6 : Uji Regresi Berganda

### 1. Uji Regresi Berganda

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.022	.008		-2.832	.006
	Pengetahuan	4.261	.000	.187	3.367	.001
	Sosialisasi	.406	.049	.597	8.335	.000
	Persepsi	.263	.100	.225	2.620	.010
	Religiusitas	.307	.097	.317	3.161	.002

a. Dependent Variable: Minat

### 2. Uji Koefesian Determinasi ( $R^2$ )

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.944 <sup>a</sup>	.891	.887	.01072

a. Predictors: (Constant), Religiusitas, Pengetahuan, Sosialisasi, Persepsi

## Lampiran 7 : Uji Hipotesis

### 1. Uji Ftes (Simultan)

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	.094	4	.024	204.788	.000 <sup>a</sup>
Residual	.011	100	.000		
Total	.106	104			

a. Predictors: (Constant), Religiusitas, Pengetahuan, Sosialisasi, Persepsi

b. Dependent Variable: Minat

### 2. Uji Ttes (Parsial)

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.022	.008		-2.832	.006
	Pengetahuan	4.261	.000	.187	3.367	.001
	Sosialisasi	.406	.049	.597	8.335	.000
	Persepsi	.263	.100	.225	2.620	.010
	Religiusitas	.307	.097	.317	3.161	.002

a. Dependent Variable: Minat

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama Lengkap : ALWA LIDA SANY TEGUH RAHAYU

Nim : 1705036103

Program Studi : S1 Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Tempat, Tanggal Lahir : Grobogan, 27 Juni 1999

Agama : Islam

Alamat : Dusun Kasian Rt 01 Rw 07 Desa Pojok  
Kecamatan Pulokulon Kabupaten  
Grobogan

No. Hp : 0815754521896

Email : [alwalidasany2706@gmail.com](mailto:alwalidasany2706@gmail.com)

Pendidikan :

1. SD Negeri 5 Pojok
2. MTs Miftahul Huda Jambon
3. MA Sunniyyah Selo
4. S1 Perbankan Syariah Uin Walisongo Semarang