

**KINERJA DANA PIHAK KETIGA PERBANKAN SYARIAH
DALAM PERSPEKTIF *THEORY OF PLANNED BEHAVIOUR***

DISERTASI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Guna Memperoleh Gelar Doktor
dalam Studi Islam



oleh:

Purwanto

NIM: 2000029016

Konsentrasi Ekonomi Syariah

**PROGRAM DOKTOR STUDI ISLAM
PASCASARJANA
UIN WALISONGO SEMARANG
2024**

**KINERJA DANA PIHAK KETIGA PERBANKAN SYARIAH
DALAM PERSPEKTIF *THEORY OF PLANNED BEHAVIOUR***

DISERTASI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Guna Memperoleh Gelar Doktor
dalam Studi Islam



oleh:

PURWANTO

NIM: 2000029016

Konsentrasi Ekonomi Syariah

**PROGRAM DOKTOR STUDI ISLAM
PASCASARJANA
UIN WALISONGO SEMARANG
2024**

PERNYATAAN KEASLIAN DISERTASI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : **Purwanto**
NIM : 2000029016
Judul : **Kinerja Dana Pihak Ketiga Perbankan Syariah
Dalam Perspektif *Theory of Planned Behaviour***
Konsentrasi : Ekonomi Syariah
Program Studi : Doktor Studi Islam

menyatakan bahwa Disertasi yang berjudul:

KINERJA DANA PIHAK KETIGA PERBANKAN SYARIAH DALAM PERSPEKTIF *THEORY OF PLANNED BEHAVIOUR*

secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Seharang, 27 Maret 2024
Mahasiswa



Purwanto
NIM: 2000029016



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
PASCASARJANA

Jl. Walisongo 3-5 Semarang 50185, Telp./Fax: 024--7014454, 70774414

FDD- 38

PENGESAHAN MAJELIS PENGUJI UJIAN TERBUKA

Yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa disertasi saudara:

Nama : Purwanto

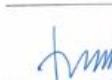
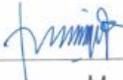
NIM : 2000029016

Judul : KINERJA DANA PIHAK KETIGA PERBANKAN SYARIAH DALAM PERSPEKTIF
THEORY OF PLANNED BEHAVIOUR

telah diujikan pada 5 Juni 2024 dan dinyatakan:

LULUS

dalam Ujian Terbuka Disertasi Program Doktor sehingga dapat dilakukan Yudisium Doktor.

NAMA	TANGGAL	TANDATANGAN
<u>Prof. Dr. H. Nizar Ali, M.Ag.</u> Ketua/Promotor/Penguji	<u>5 Juni 2024</u>	
<u>Prof. Dr. H. Fatah Syukur, M.Ag.</u> Sekretaris/Penguji	<u>5 Juni 2024</u>	
<u>Prof. Dr. H. Abdul Ghofur, M.Ag.</u> Promotor/Penguji	<u>5 Juni 2024</u>	
<u>Dr. H. Shediq, M.Ag.</u> Kopromotor/Penguji	<u>5 Juni 2024</u>	
<u>Prof. Hj. Olivia Fachrunnisa, SE, M.Si., P.</u> Penguji	<u>5 Juni 2024</u>	
<u>Prof. Dr. H. Ahmad Rofiq, M.A</u> Penguji	<u>5 Juni 2024</u>	
<u>Prof. Dr. H. Ibnu Hadjar, M. Ed</u> Penguji	<u>5 Juni 2024</u>	
<u>Dr. H. Wahab, M.M</u> Penguji	<u>5 Juni 2024</u>	



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
PASCASARJANA**

Jl. Walisongo 3-5, Semarang 50185, Indonesia, Telp.- Fax: +62 24 7614454,
Email: pascasarjana@walisongo.ac.id, Website: <http://rasca.walisongo.ac.id/>

PERSETUJUAN DISERTASI UJIAN TERTUTUP

Disertasi yang ditulis oleh:

Nama lengkap : **Purwanto**

NIM : 2000029016

Judul Penelitian : **Kinerja Dana Pihak Ketiga Perbankan Syariah
dalam Perspektif *Theory of Planned Behaviour***

telah dilakukan revisi sesuai saran dalam Sidang Ujian Disertasi
(Tertutup) pada tanggal **26 Maret 2024** dan dinyatakan **LULUS** serta
dapat dijadikan syarat Ujian Promosi Doktor.

Disahkan oleh:

Nama lengkap & Jabatan	Tanggal	Tanda tangan
Prof. Dr. H. Fatah Syukur, M.Ag Ketua Sidang/Penguji	18-5-2024	
Dr. H. Wahab, M.M Sekretaris Sidang/Penguji	8/5/2024	
Prof. Dr. H. Abdul Ghofur, M.Ag Promotor/Penguji	8/5/2024	
Dr. H. Shodiq, M.Ag Ko-Promotor/Penguji	15/5/2024	
Prof. Hj. Olivia Fachrunnisa, S.E, M.Si., Ph.D Penguji 1	13.05.24	
Prof. Dr. H. Ahmad Rofiq, M.A Penguji 2	8/5/2024	
Prof. Dr. Ibnu Hadjar, M.Ed Penguji 3	8/5/2024	



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
PASCASARJANA**

Jl. Walisongo 3-5, Semarang 50185, Indonesia, Telp.- Fax: +62 24 7614454,
Email: pascasarjana@walisongo.ac.id, Website: <http://pasca.walisongo.ac.id/>

**PERSETUJUAN REVISI DISERTASI
UJIAN TERTUTUP**

Disertasi yang ditulis oleh:

Nama lengkap : **Purwanto**

NIM : 2000029016

Judul Penelitian : **Kinerja Dana Pihak Ketiga Perbankan Syariah
dalam Perspektif *Theory of Planned Behaviour***

telah dilakukan revisi sesuai saran dalam Sidang Ujian Disertasi
(Tertutup) pada tanggal **26 Maret 2024** dan sudah layak untuk
dilaksanakan ujian terbuka (Promosi Doktor).

Disahkan oleh:

Nama lengkap & Jabatan	Tanggal	Tanda tangan
Prof. Dr. H. Fatah Syukur, M.Ag Ketua Sidang/Penguji	15-5-2024	
Dr. H. Wahab, M.M Sekretaris Sidang/Penguji	8/5/2024	
Prof. Dr. H. Abdul Ghofur, M.Ag Promotor/Penguji	8/5/2024	
Dr. H. Shodiq., M.Ag Ko-Promotor/Penguji	15/5/2024	
Prof. Hj. Olivia Fachrunnisa, S.E, M.Si., Ph.D Penguji 1	13.05.24	
Prof. Dr. H. Ahmad Rofiq, M.A Penguji 2	8/5/2024	
Prof. Dr. Ibnu Hadjar, M.Ed Penguji 3	8/5/2024	

NOTA DINAS

Semarang, 7 Mei 2024

Kepada
Yth. Direktur Pascasarjana
UIN Walisongo
di Semarang

Assalamu 'alaikum wr. wb.

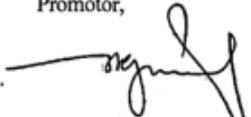
Dengan ini diberitahukan bahwa saya telah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi terhadap Disertasi yang ditulis oleh:

Nama : **Purwanto**
NIM : 2000029016
Konsentrasi : Ekonomi Syariah
Program Studi : Studi Islam
Judul : **Kinerja Dana Pihak Ketiga Perbankan Syariah
Dalam Perspektif *Theory of Planned Behaviour***

Kami memandang bahwa Disertasi tersebut sudah dapat diajukan kepada Pascasarjana UIN Walisongo untuk diujikan dalam Sidang Ujian Disertasi (Terbuka).

Wassalamu 'alaikum wr. wb.

Promotor,



Prof. Dr. H. Abdul Ghofur M.Ag.
NIP: 19670117 199703 1 001

Ko-Promotor



Dr. H. Shodiq M.Ag.
NIP: 19681205 199403 1 003

LEMBAR PERSEMBAHAN

Kupersembahkan disertasi ini untuk

1. Kedua orang tuaku Bapak Sholikhun dan Ibu Biati;
2. Istri dan anakku tercinta;
3. Segenap civitas Akademika STAI Syubbanul Wathon Magelang;
4. Para Akademisi dan Praktisi Ekonomi Syariah.

MOTO

Kita tidak dapat mencegah datangnya ombak, tapi kita bisa membuat papan selancar

ABSTRAK

Judul : **Kinerja Dana Pihak Ketiga Perbankan Syariah dalam Perspektif *Theory of Planned Behaviour***

Penulis : Purwanto

NIM : 2000029016

Penelitian ini dilakukan dalam rangka menguji *Theory of Planned Behaviour* (TPB) dan mengembangkannya dalam konteks kinerja penghimpunan Dana Pihak Ketiga pada bank syariah di Jawa Tengah. Pengujian konsep TPB dilakukan untuk memberikan data empiris mengenai pengaruh sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku terhadap niat menggunakan jasa bank syariah yang pada akhirnya mempengaruhi perilaku aktual. Selain itu penelitian ini juga dilakukan untuk mengembangkan model TPB dengan menambah anteseden dari sikap yaitu pengetahuan dan religiositas.

Metode kuantitatif digunakan dalam rangka menjawab tujuan penelitian. Data primer dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner yang telah dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Kuesioner yang telah valid dan reliabel selanjutnya yang didistribusikan secara online dengan menggunakan google form. Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat di Jawa Tengah yang memiliki rekening di bank konvensional dan bank syariah. Sampel penelitian sebanyak 392 yang ditentukan dengan teknik *convenience sampling*. Data penelitian selanjutnya dianalisis dengan menggunakan *Structural Equation Modelling Partial Least Square* (SEM-PLS). Guna memudahkan proses analisis peneliti menggunakan software Smart-PLS.

Hasil penelitian menegaskan bahwa kerangka TPB terbukti mampu diterapkan dalam konteks analisis kinerja Dana Pihak Ketiga di bank syariah. Penelitian ini juga menemukan bahwa pengetahuan dan religiositas memberikan kontribusi dalam pembentukan sikap positif terhadap bank syariah. Hasil pengujian hipotesis memberikan dukungan data bahwa 1) Pengetahuan berpengaruh positif signifikan terhadap sikap pada bank syariah (β 0.291, t 6.022, p -Value 0,000). 2) Religiositas terbukti memiliki pengaruh signifikan positif terhadap sikap pada bank syariah (β 0.168, t 3.276, p -Value 0,001). 3) Pengetahuan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap *saving intention* di bank syariah (β 0.009, t 0.233, p -Value 0,814). 4) Religiositas terbukti tidak memiliki

pengaruh signifikan positif terhadap *saving intention* di bank syariah (β 0.064, t 1.450, p-Value 0,134). 5) Sikap pada bank syariah memiliki pengaruh signifikan terhadap *saving intention* (β 0.330, t 5.415, p-Value 0,000). 6) Sikap memediasi hubungan antara pengetahuan dengan *saving intention* di bank syariah (β 0.096, t 3.763, p-Value 0,000). 7) Sikap memediasi hubungan antara religiositas dengan *saving intention* di bank syariah (β 0.055, t 2.587, p-Value 0,008). 8) Norma subjektif terbukti memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap *saving intention* di bank syariah (β 0.272, t 5.353, p-Value 0,000). 9) Kontrol perilaku terbukti memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap *saving intention* di bank syariah (β 0.267, t 4.667 p-Value 0,000). 10) *Saving intention* memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap *saving behaviour* di bank syariah (β 0.690, t 17.387, p-Value 0,000).

Kata Kunci: Religiositas; Pengetahuan; Dana Pihak Ketiga; Sikap terhadap bank syariah; Theory of Planned Behaviour

ABSTRACT

**Title : The Performance of Third Party Funds in Islamic Banking
from the Perspective of the Theory of Planned Behaviour**

Author : Purwanto

NIM : 2000029016

This research was conducted to test the Theory of Planned Behaviour (TPB) and develop it in the context of third party funds in sharia banks in Central Java. The TPB concept was tested to prove the influence of attitudes, subjective norms, and behavioural control on savings intentions, ultimately influencing actual behaviour. This research was also carried out to develop the TPB model by adding antecedents to attitudes, namely knowledge and religiosity.

Quantitative methods are used to answer the research objectives. Primary data was collected using a questionnaire tested for validity and reliability. Questionnaires that are valid and reliable are then distributed online using Google Forms. The population in this research are people in Central Java who have accounts at conventional and sharia banks. The research sample was 392, which was determined using convenience sampling techniques. The research data was then analysed using Structural Equation Modelling Partial Least Square (SEM-PLS). To facilitate the analysis process, researchers used Smart-PLS software.

The research results confirm that the TPB framework has been proven applicable in the context of analysing saving behaviour in Islamic banks. This study also found that knowledge and religiosity contribute to the formation of a positive attitude toward Islamic banks. The hypothesis testing results provide data support that 1) Knowledge significantly influences a positive attitude toward Islamic banks (β 0.291, t 6.022, p -Value 0.000). 2) Religiosity has a significant positive influence on attitudes toward Islamic banks (β 0.168, t 3.276, p -Value 0.001). 3) Knowledge does not have a significant positive influence on the saving intention in Islamic banks (β 0.009, t 0.233, p -Value 0.814). 4) Religiosity does not have a significant positive influence on the saving intention in Islamic banks (β 0.064, t 1.450, p -Value 0.134). 5) Attitude toward Islamic banks has a significant influence on saving intention (β 0.330, t 5.415, p -Value 0.000). 6) Attitude mediates the relationship between knowledge and the saving intention in Islamic banks (β 0.096, t

3.763, p-Value 0.000). 7) Attitude mediates the relationship between religiosity and the saving intention in Islamic banks (β 0.055, t 2.587, p-Value 0.008). 8) Subjective norm has a significant and positive influence on the intention to save (β 0.272, t 5.353, p-Value 0.000). 9) Behavioural control has a significant and positive influence on the saving intention (β 0.267, t 4.667 p-Value 0.000). 10) Saving intention has a significant and positive influence on saving behaviour (β 0.690, t 17.387, p-Value 0.000).

Keywords: *Religiosity, Knowledge; Third Party Funds; Attitude toward Sharia bank; Theory of Planned Behaviour*

ملخص

عنوان : إجراء جمع تمويل الأطراف الثالثة في البنوك الإسلامية من منظور نظرية السلوك المخطط

الكاتب : بورواتنو

رقم دفتر القيد: 2000029016

تقام هذه الدراسة بهدف اختبار نظرية السلوك المخطط (TPB) وتطويرها في سياق إجراء جمع تمويل الأطراف الثالثة في البنوك الإسلامية بجاوى الوسطى. نُقِّد اختبار مفهوم نظرية السلوك المخطط لتحصيل البيانات التجريبية حول تأثير الموقف والمعايير الشخصية ومراقبة السلوك على النية في استعمال خدمة البنك الإسلامي الذي يؤثر على السلوك الفعلي في النهاية. بالإضافة إلى ذلك، تقام بهذه الدراسة أيضًا لتطوير نموذج TPB بزيادة السوالف في الموقف ومنها المعرفة والدينية.

يقدم الأسلوب الكمي لتحقيق أهداف البحث. جمعت البيانات الأساسية من خلال الاستبيان الذي أثبتت صلاحيته وموثوقيته. وتوزيع الاستبيان بعد أن أثبتت صلاحيته وموثوقيته بوسيلة أونلاين من خلال نموذج جوجل. كان السكان في هذا البحث هم المجتمع الذين يسكنون في جاوى الوسطى ولديهم الحسابات البنكية تقليدية كانت أو إسلامية. بلغ عدد السكان في هذا البحث 392 شخصا ويثبتون بتقنية أخذ عينات الراحة (*convenience sampling*) في اختيارهم. ثم تحل البيانات باستخدام نموذج المعادلات الهيكلية بالمربعات الصغرى الجزئية (SEM-PLS). وذلك لتسهيل عملية التحليل عند الباحث بوسيلة برمجية Smart-PLS.

أكدت نتائج الدراسة أن إطار TPB مطبق في سياق تحليل إجراء جمع تمويل الأطراف الثالثة في البنوك الإسلامية. ووجدت هذه الدراسة أن المعرفة والدينية يسهمان في تشكيل الموقف الإيجابي نحو البنك الإسلامي. والنتيجة في اختبار الفرضيات تدعم البيانات أن (1) المعرفة لها تأثير بارز إيجابي على الموقف في البنك الإسلامي ($\beta 0.291, t 6.022, p\text{-Value}$)

(2) الدينية أثبتت وجود تأثير بارز وإيجابي على الموقف في البنك الإسلامي (β 0,000)؛
المعرفة ليست لها تأثيرا بارزا إيجابيا على نية الحفظ (3) (β 0.174, t 3.975, p-Value 0,000)
في البنك الإسلامي (β 0.009, t 0.233, p-Value 0,814)؛ (4) لا تحقق الدينية تأثيرا بارزا
إيجابيا على نية الحفظ في البنك الإسلامي (5) (β 0.064, t 1.450, p-Value 0,134).
الموقف في البنك الإسلامي له تأثير بارز وإيجابي على نية الحفظ (β 0.330, t 5.415, p-Value 0,000)؛ (6)
يوسط الموقف العلاقة بين المعرفة و نية الحفظ في البنك الإسلامي (β 0.096, t 3.763, p-Value 0,000)؛ (7)
يوسط الموقف العلاقة بين الدينية و نية الحفظ في البنك الإسلامي (β 0.055, t 2.587, p-Value 0,008)؛ (8)
المعيار الشخصي له تأثير بارز وإيجابي على نية الحفظ في البنك الإسلامي (β 0.272, t 5.353, p-Value 0,000)؛ (9)
مراقبة السلوك لها تأثير بارز وإيجابي على نية الحفظ في البنك الإسلامي (β 0.267, t 4.667, p-Value 0,000)؛ (10)
نية الحفظ لها تأثير بارز وإيجابي على سلوك الادخار في البنك الإسلامي (β 0.690, t 17.387, p-Value 0,000).

الكلمات الرئيسية: الدينية، المعرفة، جمع تمويل الأطراف الثالثة، الموقف نحو البنك الإسلامي،
نظرية السلوك المخطط

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan
Kebudayaan

Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987

1. Konsonan

No.	Arab	Latin
1	ا	tidak dilambangkan
2	ب	b
3	ت	t
4	ث	ṡ
5	ج	j
6	ح	ḥ
7	خ	kh
8	د	d
9	ذ	z
10	ر	r
11	ز	z
12	س	s
13	ش	sy
14	ص	ṣ
15	ض	ḍ

No.	Arab	Latin
16	ط	ṭ
17	ظ	ẓ
18	ع	‘
19	غ	g
20	ف	f
21	ق	q
21	ك	k
22	ل	l
23	م	m
24	ن	n
25	و	w
26	ه	h
27	ء	’
28	ي	y

2. Vokal Pendek

... = a	كَتَبَ	kataba
.... = i	سُئِلَ	su’ila
... = u	يَذْهَبُ	yažhabu

3. Vokal Panjang

... = ā	قَالَ	qāla
... = ī	قِيلَ	qīla
... = ū	يَقُولُ	yaqūlu

4. Diftong

أَيَّ = ai	كَيْفَ	kaifa
أَوْ = au	حَوْلَ	ḥaula

Catatan:

Kata sandang [al-] pada bacaan syamsiyyah atau qamariyyah ditulis [al-] secara konsisten supaya selaras dengan teks Arabnya.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Alhamdhuillahirabbil'alamin, Puji Syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan Disertasi ini dengan judul **“Kinerja Dana Pihak Ketiga Perbankan Syariah dalam Perspektif *Theory of Planned Behaviour*”**. Shalawat serta salam senantiasa turunkan kepada Nabi Muhammad SAW, sang utusan Allah SWT yang membawa risalah dan rahmat bagi alam semesta dan pemberi syafa'at bagi umatnya di akhirat kelak.

Disertasi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh Doktor pada program Studi Islam Konsentrasi Ekonomi Syariah. Penulis menyadari bahwa penyusunan Disertasi ini masih banyak terdapat kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan karena keterbatasan kemampuan yang penulis miliki. Dalam penyusunan Disertasi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak.

Sebagai penghormatan dan kebanggaan, penulis ucapkan terima kasih kepada :

1. Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, Prof. Dr. Nizar, M.Ag, beserta para wakil rektor;
2. Promotor penulis, Prof. Dr. H. Abdul Ghofur, M.Ag, dan Ko-promotor, Dr. H. Shodiq M.Ag yang telah memberikan bimbingan, arahan, saran, dukungan, dan motivasi selama penyelesaian Disertasi;

3. Direktur Pascasarjana Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, Prof. Dr. H. Muhyar Fanani M.Ag;
4. Ketua Prodi Program Doktor (S-3) Studi Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, Prof. Dr. H. Raharjo, M.Ed.St, dan Sekretaris Prodi Program Doktor (S-3) Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, Dr. H. Agus Nurhadi, M.A;
5. Segenap Dosen penulis selama menempuh Program Doktor (S-3) Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, Prof. Dr. H. Muhibbin, M.A., Prof. Dr. Hj. Ismawati, M.A., Prof. Drs. H. Abd. Rahman Mas'ud, M.A., Ph.D., Prof. Dr. H. Ahmad Gunaryo, M.Soc. Sc., Prof. Dr. H. Imam Yahya, M.Ag., Prof. Dr. Muhlis, M.Si., Dr. H. Zuhad, M.A., Dr. H. Muhammad Sulthon, M.Ag., Dr. Abdul Muhayya, M.A., dan Dr. Nasihun Amin, M.Ag;
6. Segenap dosen penguji, Prof. Dr. H. Ibnu Hadjar, M.Ed., Prof. Dr. H. Ahmad Rofiq, M.A., Prof. Dr. H. Fatah Syukur, M.Ag., Prof. Dr. Hj. Siti Mujibatun, M.Ag., Dr. H. Ali Murtadho, M.Ag., Dr. H. Wahab, M.M., dan Prof. Hj. Olivia Fachrunnisa, SE., M.Si., Ph.D, yang telah memberikan banyak masukan demi sempurnanya Disertasi ini;
7. Para pegawai, staf, dan semua tenaga kependidikan di lingkungan Program Doktor (S-3) Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang telah membimbing, memberikan arahan, dan meminjami buku-buku yang penulis perlukan selama proses penyelesaian studi;
8. Secara khusus penulis juga mengucapkan terimakasih kepada Prof. Dr. Irwan Abdullah dan Prof. Dr. Hj. Misbah Zulfa Elizabeth M.Hum yang telah memberikan wawasan kepada penulis tentang penulisan jurnal internasional bereputasi;

9. Ketua STAI Syubbanul Wathon Magelang, Ahmad Fuad Hasyim HS, M.Pd.I, yang telah memberikan rekomendasi kepada penulis untuk melanjutkan Studi Doktor di UIN Walisongo Semarang;
10. Segenap dosen STAI Syubbanul Wathon Magelang, Dr. H. Ahmad Mustofa, M.S.I., Habib Zaenal Abidin, M.S.I., Titis Rosowulan, M.Hum, Dr. Dahlia, M.Pd., KH. Achmd Labib, M.M., Ahmad Majidun, M.A., Muhammad Amin, M.Pd; Yeny Fitriyani, M.E.K., Laili Syarifah, M.Pd.I., M. Sholikhun, M.Pd., Maryono, M.Pd, Dakusta Puspitasari, M.Pd., Milna Wafirah, M.Pd., Miqdam Maufur, M.E., Ahmad Saifudin, M.Hum dan Qurotul Aini, M.H;
11. Ayah tercinta Bapak Sholikhun dan Ibunda tercinta Ibu Biati, serta Adikku Sutningsih dan Eva Julianan beserta keluarga besar yang selalu mendoakan, memberikan semangat, motivasi, dukungan dan arahan. Semoga ilmuku menjadi ladang amal bagi Ayah dan Ibu;
12. Istriku tersayang Riska Amalia dan anak-anakku Salman Fawwazul Tsaqib dan Zhafran Ahsanul Tsaqib yang selalu memberikan semangat dan motivasi;
13. Bapak dan Ibu Mertua penulis yaitu Bapak Ujang Rukmana dan Ibu Cucum Sumiati, terimakasih atas doa dan dukungannya kepada penulis;
14. Tim pengumpul data Nur Kholidah, M.E (kordinator Kota Pekalongan), Wisnu Azhari, S.E (Kordinator Kota Semarang), Ibu Salmah Fa'atin, M.Ag (Kordinator Kab Kudus), Ali Rohmat, M.Hum (Kordinator Kota Solo) dan Heni Pratiwi, S.Sy (Kordinator Kab Banyumas). Terimakasih atas kerja kerasnya dalam mengumpulkan data penelitian;

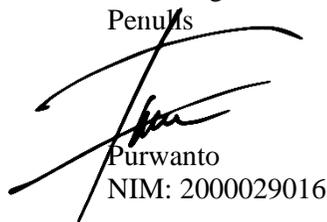
15. Ibu Hj. Nawal Nur Arafah, M.S.I dan K.H. Taj Yasin Maimoen terimakasih atas dukungan dan doanya;
16. Bapak Eka Budikurniawan, selaku Kepala Bagian Administrasi Otoritas Jasa Keuangan Kantor Regional 3 Jawa Tengah, terimakasih atas pemberian ijin penelitian kepada penulis;
17. Fatkhul Ngali, S.E, terimakasih atas bantuannya dalam pengelolaan data penelitian;
18. Teman-teman seperjuangan Program Doktor (S-3) Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang angkatan genap 2020 (bu Hida, Pak Kiayi Ahmadi dan Gus Nadhlir) yang telah bersama-sama menempuh pendidikan;
19. Semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam menyelesaikan Disertasi ini.

Semoga Allah SWT memberikan keberkahan atas kebaikan bagi mereka semua dengan rahmat terbaik dari-Nya. Semoga Disertasi ini dapat bermanfaat bagi yang membaca dan mempelajarinya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Semarang, 7 Mei 2024

Penulis



Purwanto
NIM: 2000029016

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN DISERTASI	iii
HALAMAN PENGESAHAN	v
NOTA DINAS	ix
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xiii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	xvii
KATA PENGANTAR.....	xix
DAFTAR ISI	xxiii
DAFTAR TABEL	xxvii
DAFTAR GAMBAR	xxix
DAFTAR SINGKATAN.....	xxxii
DAFTAR LAMPIRAN	xxxiii

BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	15
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	16

BAB II LANDASAN TEORI.....	19
A. Kajian Teori	19
1. <i>Theory of Planned Behaviour</i>	19
2. Perbankan Syariah.....	36
3. Kinerja Dana Pihak Ketiga (DPK)	44
4. Pengetahuan	46
5. Religiositas.....	50
B. Kajian Pustaka.....	57
C. Rumusan Hipotesis.....	68
1. Pengaruh pengetahuan terhadap sikap pada bank syariah	68
2. Pengaruh religiositas terhadap sikap pada bank syariah	70
3. Pengaruh pengetahuan terhadap <i>saving intention</i> di bank syariah	72

4. Pengaruh religiositas terhadap <i>saving intention</i> di bank syariah	73
5. Pengaruh sikap pada bank syariah terhadap <i>saving intention</i> di bank syariah	74
6. Pengaruh pengetahuan terhadap <i>saving intention</i> di bank syariah yang dimediasi oleh sikap	76
7. Pengaruh religiositas terhadap <i>saving intention</i> di bank syariah yang dimediasi oleh sikap	76
8. Pengaruh norma subjektif terhadap <i>saving intention</i> di bank syariah.	77
9. Pengaruh kontrol perilaku (PBC) terhadap <i>saving intention</i> di bank syariah.	79
10. Pengaruh <i>saving intention</i> terhadap <i>saving behaviour</i> di bank syariah.	80
BAB III METODE PENELITIAN.....	83
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	83
B. Tempat dan Waktu Penelitian	84
C. Populasi dan Sampel	84
D. Variabel dan Indikator Penelitian	87
E. Pengumpulan data Penelitian	89
F. Uji Keabsahan Data.....	92
G. Teknik Analisis Data.....	95
BAB IV DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA.....	103
A. Deskripsi Data.....	103
1. Profil Responden Penelitian	103
2. Analisis Deskriptif	115
B. Analisis Data	139
1. Penilaian Model Pengukuran.....	139
2. Hasil Uji Hipotesis	146
C. Pembahasan.....	152
1. Pengaruh pengetahuan terhadap sikap pada bank syariah	152
2. Pengaruh religiositas terhadap sikap pada bank syariah.....	157

3. Pengaruh pengetahuan terhadap <i>saving intention</i> di bank syariah	160
4. Pengaruh religiositas terhadap <i>saving intention</i> di bank syariah	161
5. Pengaruh sikap terhadap <i>saving intention</i> di bank syariah	162
6. Sikap memediasi hubungan antara pengetahuan terhadap <i>saving intention</i> di bank syariah	165
7. Sikap memediasi hubungan antara religiositas terhadap <i>saving intention</i> di bank syariah	166
8. Pengaruh norma subjektif terhadap <i>saving intention</i> di bank syariah	167
9. Pengaruh kontrol perilaku (PBC) terhadap <i>saving behaviour</i> di bank syariah	171
10. Pengaruh <i>saving intention</i> terhadap <i>saving behaviour</i> di bank syariah	174
D. Keterbatasan Penelitian	177
BAB V PENUTUP	181
A. Kesimpulan	181
B. Implikasi Hasil Penelitian	184
C. Saran	189
D. Kata Penutup	193
DAFTAR PUSTAKA	195

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Peringkat DPK BUS dan UUS Berdasarkan Provinsi.....	4
Tabel 2. 1 Kajian Penelitian Terdahulu	57
Tabel 3. 1 Distribusi Sampel Penelitian.....	86
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel	87
Tabel 3. 3 <i>Blue Print</i> Variabel Penelitian	92
Tabel 3. 4 Hasil empiris uji validitas	93
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden.....	103
Tabel 4. 2 Asal Responden.....	104
Tabel 4. 3 Alasan Menyimpan Dana di Bank Konvensional	105
Tabel 4. 4 Alasan Menyimpang Dana di Bank Syariah	106
Tabel 4. 5 Alasan Menyimpan Dana di Bank Syariah Kota Semarang.....	107
Tabel 4. 6 Alasan Menyimpan Dana di Bank Syariah Kota Surakarta	108
Tabel 4. 7 Alasan Menyimpan Dana di Bank Syariah Kab Banyumas.....	108
Tabel 4. 8 Alasan Menyimpan Dana di Bank Syariah Kota Pekalongan	109
Tabel 4. 9 Alasan Menyimpan Dana di Bank Syariah Kab Kudus.....	110
Tabel 4. 10 Pendidikan Responden	111
Tabel 4. 11 Usia Responden.....	112
Tabel 4. 12 Pekerjaan Responden.....	113
Tabel 4. 13 Pendapatan Responden	113
Tabel 4. 14 Deskripsi Variabel Penelitian	115
Tabel 4. 15 Kategorisasi Deskripsi Tiap Indikator	116
Tabel 4. 16 Deskripsi Variabel <i>Saving Behaviour</i>	117
Tabel 4. 17 Deskripsi Tiap Indikator Variabel <i>Saving Behaviour</i>	118
Tabel 4. 18 Deskripsi Variabel <i>Saving Intention</i>	119
Tabel 4. 19 Deskripsi Tiap Indikator Variabel <i>Saving Intention</i>	120
Tabel 4. 20 Deskripsi Variabel Sikap terhadap Bank Syariah	122
Tabel 4. 21 Deskripsi Tiap Indikator Variabel Sikap terhadap Bank Syariah.....	123
Tabel 4. 22 Deskripsi Variabel Norma Subjektif.....	124
Tabel 4. 23 Deskripsi Tiap Indikator Variabel Norma Subjektif	125
Tabel 4. 24 Deskriptif Variabel Kontrol Perilaku	127
Tabel 4. 25 Deskripsi Tiap Indikator Variabel Kontrol Perilaku	128
Tabel 4. 26 Deskriptif Variabel Religiositas.....	130

Tabel 4. 27 Deskripsi Tiap Indikator Variabel Religiositas	130
Tabel 4. 28 Deskriptif Variabel Pengetahuan Tentang Akad.....	132
Tabel 4. 29 Deskriptif Variabel Pengetahuan Tentang Operasional .	132
Tabel 4. 30 Deskripsi Tiap Indikator Variabel Pengetahuan Tentang Akad.....	133
Tabel 4. 31 Deskripsi Tiap Indikator Variabel Pengetahuan Tentang Operasional.....	135
Tabel 4. 32 Analisis Korelasi Pengetahuan	139
Tabel 4. 33 <i>Convergent validity</i> dan kriteria reliabilitas Sebelum Penghapusan.....	140
Tabel 4. 34 <i>Discriminant Validity</i> degan <i>Heterotrait-Monotrait Ratio</i> (HTMT) Sebelum Penghapusan.....	142
Tabel 4. 35 <i>convergent validity</i> dan kriteria reliabilitas Setelah Penghapusan.....	144
Tabel 4. 36 <i>Discriminant Validity</i> dengan <i>Heterotrait-Monotrait Ratio</i> (HTMT) Setelah Penghapusan.....	145
Tabel 4. 37 Structural Model Assessment	148
Tabel 4. 38 Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung	149
Tabel 4. 39 Peran mediasi sikap	149
Tabel 4. 40 Q Square, R square value (R2) & f Square	151

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Dana Pihak Ketiga BUS dan UUS Berdasarkan Provinsi di Pulau Jawa	5
Gambar 2. 1 <i>Theory of Planned Behaviour</i>	23
Gambar 2. 2 Kerangka Pikir Penelitian	82
Gambar 4. 1 Model Sebelum Penghapusan	143
Gambar 4. 2 Model Setelah Penghapusan	146
Gambar 4. 3 Model Struktural	147

DAFTAR SINGKATAN

AVE	: <i>Average Variance Extracted</i>
BUS	: <i>Bank Umum Syariah</i>
BPRS	: <i>Bank Pembiayaan Rakyat Syariah</i>
DPK	: Dana Pihak Ketiga
HTMT	: <i>Heterotrait-monotrait ratio</i>
IB	: Islamic bank
KN	: <i>Knowledge</i> /pengetahuan
KP	: Kontrol perilaku
M	: Mean/rata-rata
NM	: Saving intention
NS	: Norma subjektif
PBC	: <i>Perceived Behavioural Control</i>
PM	: Saving behaviour
RG	: Religiositas
SD	: Standar deviasi
SK	: Sikap
SMA	: Sekolah menengah atas
SMP	: Sekolah menengah pertama
TPB	: <i>Theory of Planned Behaviour</i>
TRA	: <i>Theory of Reasoned Action</i>
UUS	: Unit Usaha Syariah

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 KUESIONER PENELITIAN	211
Lampiran 2 DATA UJI COBA KUESIONER PENELITIAN.....	221
Lampiran 3 HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS	227
Lampiran 4 DATA PENELITIAN	233
Lampiran 5 HASIL ANALISIS DESKRIPTIF	261
Lampiran 6 ANALISIS OUTER MODEL	265
Lampiran 7 UJI HIPOTESIS	269
Lampiran 8 UJI KRUSKAL-WALLIS TEST	271
Lampiran 9 UJI KORELASI	273
Lampiran 10 UJI MANN-WHITNEY TEST.....	275
Lampiran 11 DOKUMENTASI KEGIATAN PENELITIAN	277
Lampiran 12 KETERANGAN PENELITIAN	283
Lampiran 13 RIWAYAT HIDUP	285

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pengetahuan dan religiositas memiliki peran yang penting dalam menentukan perilaku konsumen. Pengetahuan merupakan persepsi konsumen tentang produk/jasa, termasuk pengalaman sebelum konsumen memanfaatkan produk/jasa tersebut.¹ Pengetahuan tentang produk merupakan konstruksi multidimensi yang kompleks yang dicirikan oleh struktur dan isi informasi yang disimpan dalam memori² dapat berupa atribut yang melekat pada jasa/produk, keuntungan ketika menggunakan produk/jasa dan nilai yang diperoleh atas penggunaan jasa/produk.³ Tidak berbeda dengan pengetahuan, religiositas juga berperan penting dalam mempengaruhi perilaku. Sebagai seperangkat prinsip hidup, religiositas menjadi salah satu sumber nilai bagi para pemeluknya dalam melakukan sebuah perilaku.⁴ Pengaruh yang diberikan oleh nilai-nilai agama pada

¹ Yi Li et al., "Effects of Suppliers' Trust and Commitment on Customer Involvement," *Industrial Management and Data Systems* 115, no. 6 (2015): 1044.

² Antonio K W Lau, "Supplier and Customer Involvement on New Product Performance: Contextual Factors and an Empirical Test from Manufacturer Perspective," *Industrial Management & Data* 111, no. 6 (2011): 916. 10.1108/IMDS-11-2014-0351

³ J. Paul Peter and Jerry C Olson, *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran Jilid I Terj Diah Tantri Dwindani*, 9th ed. (Jakarta: Salemba Empat, 2016), 68.

⁴ Syed Shah Alam et al., "Is Religiosity an Important Determinant on Muslim Consumer Behaviour in Malaysia?," *Journal of Islamic Marketing* 2, no. 1 (2011): 84. 10.1108/17590831111115268

akhirnya dapat mendorong konsumen untuk menggunakan, mengadopsi suatu barang atau jasa sesuai dengan keyakinan agamanya.⁵

Uraian di atas memberikan informasi bahwa pengetahuan dan religiositas⁶ merupakan modal penting dalam menentukan perilaku konsumen, termasuk dalam konteks *saving behaviour* di bank syariah⁷ di Jawa Tengah. Hasil survey yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan menunjukkan bahwa ada peningkatan pengetahuan tentang keuangan syariah.⁸ Peningkatan pengetahuan ini disebabkan oleh materi tentang

⁵ Ridhi Agarwala et al., “Religiosity and Consumer Behavior: A Summarizing Review,” *Journal of Management, Spirituality and Religion* 16, no. 1 (2019): 1. 10.1080/14766086.2018.1495098

⁶ Salah satu fungsi dari perbankan syariah adalah untuk mengarahkan umat Islam untuk melaksanakan kegiatan muamalah secara Islami dan terhindar dari praktik “maghrib” (*Maisir, Gharar* dan *Riba*). Lihat Abdul Ghofur, *Pengantar Ekonomi Syariah: Konsep Dasar, Paradigma, Pengembangan Ekonomi Syariah* (Depok: Raja Grafindo Persada, 2020), 129. Dengan kata lain keberadaan bank syariah sesungguhnya dapat menjadi sarana bagi masyarakat untuk melakukan kegiatan muamalah sesuai dengan ajaran Islam.

⁷ Dalam UU No 21 Tahun 2008 disebutkan bahwa menurut jenisnya bank syariah terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Selain itu bank syariah juga dapat berupa Unit Usaha Syariah, yang merupakan unit kerja dari kantor pusat Bank Umum Konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor atau unit yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan Prinsip Syariah. Dengan demikian bank syariah yang dimaksud dalam penelitian ini adalah Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah yang berlokasi yang provinsi Jawa Tengah.

⁸ Terjadi peningkatan Indeks literasi keuangan syariah pada tahun 2022 menjadi 9,14% dari sebelumnya yang hanya 8,93% pada tahun 2019. Lihat OJK, “Siaran Pers: Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan Tahun 2022,” 2022, <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-Tahun-2022.aspx#:~:text=Hasil yang diperoleh menunjukkan indeks,14 persen di tahun 2022.>

keuangan syariah telah diajarkan pada tingkat SMA.⁹ Disamping itu, banyak perguruan tinggi di Jawa Tengah yang membuka program-program studi yang mendorong tersebarnya informasi tentang perbankan syariah. Survei Puslitbang Bimas Agama dan Layanan Keagamaan menunjukkan bahwa 96% masyarakat memandang bahwa agama merupakan aspek terpenting dalam kehidupan.¹⁰ Dengan demikian perbankan syariah di Jawa Tengah seharusnya dapat berkembang karena dukungan pengetahuan tentang keuangan syariah dan tingkat religiositas masyarakat.

Adanya modal penting berupa pengetahuan dan religiositas, pada kenyataannya belum sejalan dengan perilaku masyarakat untuk menyimpan dana di bank syariah. Kondisi dapat dilihat dari market *share* perbankan syariah di Indonesia. Hingga Agustus 2023 market *share* perbankan syariah hanya 7,26%, angka ini mengalami peningkatan bila dibandingkan pada Agustus 2022 dimana market *share* perbankan syariah hanya 6,51%.¹¹ Kondisi ini tentu jauh bila dibandingkan dengan Malaysia, dimana market *share* industri keuangan syariah untuk sektor perbankan mencapai 23%.¹²

⁹ Noorhaidi Hasan dkk., *Literatur Keislaman Generasi Milenial: Transmisi, Apropriasi dan Kontestasi*, (Yogyakarta: Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Press, 2018), 36.

¹⁰ Haris Burhani dkk, *POLICY BRIEF Religiositas Masyarakat Indonesia : Temuan Indeks Kesalehan Sosial (IKS) 2020* (Jakarta: Puslitbang Bimas Agama dan Layanan Keagamaan, 2020), 1.

¹¹ Snapshot Perbankan Syariah Indonesia, Agustus 2023. Diakses dari <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Snapshot-Perbankan-Syariah-Agustus-2023.aspx>

¹² Yoliawan and Dessy Rosalina, "Pasar Bank Syariah Lokal Jauh Di Bawah Malaysia," Kontan, 2017, <https://keuangan.kontan.co.id/news/pasar-bank-syariah-lokal-jauh-di-bawah-malaysia>.

Pengetahuan dan religiositas juga belum memberikan dampak signifikan terhadap perkembangan perbankan syariah di Jawa Tengah. Kondisi ini dapat dilihat dari rendahnya DPK (Dana Pihak Ketiga) yang berhasil dihimpun perbankan syariah di Jawa Tengah. Perbankan syariah di Jawa Tengah hanya menduduki peringkat keempat dari enam Provinsi di Pulau Jawa dalam penghimpunan Dana Pihak Ketiga. Jawa Tengah hanya unggul dari provinsi Banten dan D.I Yogyakarta. Data selengkapnya disajikan dalam tabel 1.1 berikut:

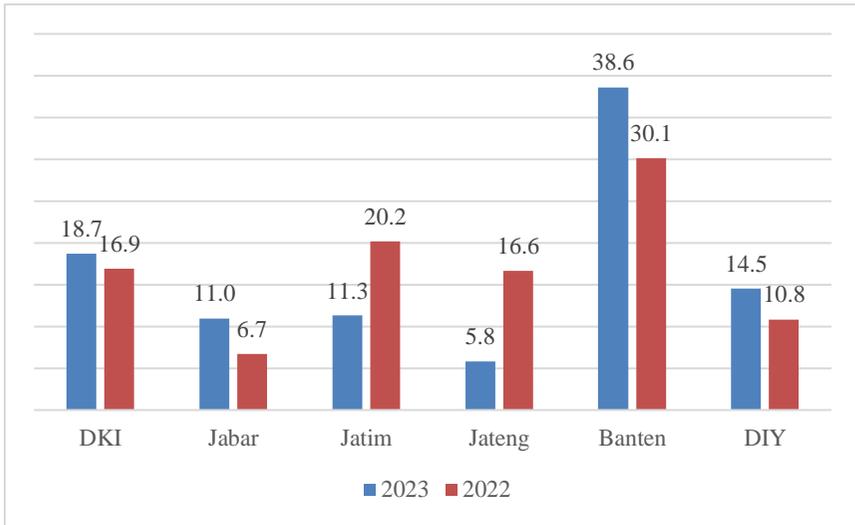
Tabel 1. 1 Peringkat DPK BUS dan UUS Berdasarkan Provinsi di Pulau Jawa (dalam Milliar)¹³

No	Provinsi	Tahun			Rata-rata
		2023	2022	2021	
1	DKI Jakarta	254,933	214,711	183,688	217,777
2	Jawa Barat	56,327	50,758	47,572	51,552
3	Jawa Timur	41,590	37,366	31,089	36,682
4	Jawa Tengah	26,504	25,045	21,472	24,340
5	Banten	23,269	16,787	12,901	17,652
6	DI. Yogyakarta	8,288	7,238	6,530	7,352

Sumber: Data Diolah kembali dari Otoritas Jasa Keuangan (2023)

Data sebagaimana disajikan dalam gambar 1.1 menunjukkan bahwa Provinsi Tengah merupakan Provinsi dengan pertumbuhan DPK terendah pada tahun 2023. Kondisi ini mencerminkan bahwa perbankan syariah di Jawa Tengah masih tertinggal dari provinsi DKI Jakarta, Jawa Timur, Banten dan DIY dari aspek pertumbuhan DPK. Data selengkapnya dapat dilihat pada Gambar 1.1 berikut:

¹³ Otoritas Jasa Keuangan, *Statistik Perbankan Syariah Desember 2023* (Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan, 2023), 70.



Sumber: Data Diolah kembali dari Otoritas Jasa Keuangan (2023)

Gambar 1. 1 Dana Pihak Ketiga BUS dan UUS Berdasarkan Provinsi di Pulau Jawa

Data di atas memberikan informasi bahwa bank syariah di Jawa Tengah kurang maksimal dalam menjalankan fungsinya dalam menghimpun dana dari masyarakat. Padahal bank syariah di Jawa Tengah juga telah memiliki jaringan sedikitnya 188 jaringan kantor bank syariah.¹⁴ Selain ketersediaan jaringan kantor, setidaknya ada dua faktor yang dapat mendorong masyarakat untuk memanfaatkan bank syariah untuk menyimpan dana. Faktor *pertama* penduduk muslim di Jawa Tengah mayoritas di Indonesia¹⁵ pada umumnya dan khususnya di

¹⁴ Otoritas Jasa Keuangan, *Statistik Perbankan Syariah*, 6–7.

¹⁵ Jumlah penduduk Indonesia mencapai 232,5 juta jiwa, 87,18 persen adalah umat Islam. Jumlah tersebut adalah 13 persen dari populasi umat muslim di seluruh dunia. Lihat Thomson Reuters, *An Inclusive Ethical Economy State of the Global Islamic Economy Report 2018/19* (Dubai: Dubai International Financial Centre, 2018), 11.

Provinsi Jawa Tengah.¹⁶ Faktor *kedua* adalah banyak perguruan tinggi yang membuka jurusan yang mampu meningkatkan pengetahuan masyarakat terhadap bank syariah. Dari kedua faktor tersebut seharusnya perbankan syariah di Jawa Tengah memiliki modal penting untuk mampu bersaing dengan perbankan konvensional. Akan tetapi fakta menunjukkan bahwa perbankan syariah belum menjadi pilihan utama masyarakat di Jawa Tengah untuk menyimpan dananya.

Belum dipilihnya bank syariah sebagai pilihan utama dalam menyimpan dana juga dibuktikan oleh studi yang dilakukan oleh Muhlis yang menemukan bahwa dari 400 responden penelitian, sebanyak 42,25% yang hanya menggunakan bank syariah untuk menyimpan dana dan 41,25% dengan kepemilikan rekening ganda (menyimpan dana di bank konvensional dan juga di bank syariah).¹⁷ Studi yang dilakukan oleh Sukardi juga menemukan bahwa terdapat 59,93% responden penelitian yang memiliki akun ganda, hanya 40,07% responden penelitian yang memiliki satu rekening di bank syariah.¹⁸ Kondisi ini memberikan informasi bahwa masyarakat Jawa Tengah belum menjadikan bank syariah sebagai pilihan utama ketika menyimpan dana.

¹⁶ Jumlah penduduk Jawa Tengah pada Juni 2021 mencapai 37,23 juta jiwa dan sebanyak 97,26% atau sebanyak 36,21 juta jiwa beragama Islam. Lihat Viva Budy Kusnandar, “Mayoritas Penduduk Jawa Tengah Beragama Islam Pada Juni 2021,” Diakses 3 Juni 2022. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/15/mayoritas-penduduk-jawa-tengah-beragama-islam-pada-juni-2021>.

¹⁷ Muhlis, “Perilaku Menabung di Perbankan Syariah Jawa Tengah,” (Disertasi, Universitas Diponegoro Semarang, 2011), 143.

¹⁸ Sukardi, “Model Perilaku Menabung Nasabah Bank Syariah Daerah Istimewa Yogyakarta dan Jawa Tengah” (Disertasi, Universitas Islam Indonesia, 2020), 172.

Guna memahami perilaku masyarakat Jawa Tengah dalam memanfaatkan bank syariah untuk menyimpan dana, maka peneliti melakukan analisis dengan menggunakan teori *Theory of Planned Behaviour* (TPB). Dalam konsep TPB perilaku manusia dilakukan berdasarkan faktor internal, khususnya aspek sikap dan keyakinan terhadap perilaku. Analisis ini muncul karena untuk memahami perilaku dapat menggunakan dua pendekatan yaitu pendekatan internal dan eksternal. TPB telah secara luas diterapkan dalam upaya menjelaskan faktor penentu yang relevan dalam mempengaruhi perilaku dalam persoalan tertentu yang telah direncanakan.¹⁹ Penting untuk ketahui bahwa TPB tidak mengasumsikan rasionalitas pada dalam proses pengambilan keputusan. Konsep TPB memberikan gambaran bahwa niat dan perilaku secara konsisten dan wajar berasal dari keyakinan, sehingga seseorang tidak mempermasalahkan bagaimana keyakinan tersebut terbentuk. Pada konteks inilah maka perilaku mempunyai alasan atau perilaku tersebut telah direncanakan. Kondisi ini menyebabkan dalam TPB perilaku seseorang diasumsikan tidak melawati proses pemeriksaan yang teliti terhadap keyakinan dalam suatu perilaku.²⁰

¹⁹ Bipul Kumar et al., "Purchasing Behaviour for Environmentally Sustainable Products: A Conceptual Framework and Empirical Study," *Journal of Retailing and Consumer Services* 34, no. August (2017): 2. 10.1016/j.jretconser.2016.09.004

²⁰ Icek Ajzen, "Consumer Attitudes and Behavior: The Theory of Planned Behavior Applied to Food Consumption Decisions," *Rivista Di Economia Agraria* 70, no. 2 (2015): 127. 10.13128/REA-18003

Secara konseptual, TPB menempatkan variabel niat sebagai variabel sentral dalam menentukan perilaku,²¹ karena tanpa adanya niat maka perilaku aktual sulit untuk terwujud. Niat dalam TPB diasumsikan merupakan faktor motivasi yang dapat menentukan perilaku dan merupakan indikasi keseriusan seseorang hendak mencoba, berapa besar upaya yang direncanakan dalam upaya mewujudkan perilaku secara aktual.²² Niat dalam TPB berperan sebagai variabel yang menjembatani terjadinya perilaku secara aktual. Niat untuk berperilaku dalam konsep TPB dipengaruhi oleh tiga variabel yaitu sikap, variabel norma subjektif, dan variabel kontrol perilaku.²³

Sikap merujuk pada evaluasi suatu objek, konsep, atau perilaku sepanjang dimensi suka-tidak suka, baik-buruk dan juga keyakinan tentang kemungkinan konsekuensi positif dan negatif terhadap objek perilaku.²⁴ Contoh tanggapan yang mencerminkan sikap adalah persetujuan atau ketidaksetujuan terhadap suatu kebijakan, suka atau tidak suka seseorang atau sekelompok orang, dan penilaian terhadap konsep

²¹ Icek Ajzen, "The Theory of Planned Behaviour," *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50, no. 11 (1991): 188. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)

²² Ajzen, "The Theory of Planned Behaviour," 181.

²³ Icek Ajzen, "The Theory of Planned Behavior: Frequently Asked Questions," *Human Behavior and Emerging Technologies* 2, no. 4 (2020): 314. 10.1002/hbe2.195

²⁴ Holger Steinmetz et al., "How Effective Are Behavior Change Interventions Based on the Theory of Planned Behavior?: A Three-Level Meta Analysis," *Journal of Psychology* 224, no. 3 (2016): 218. 10.1027/2151-2604/a000255

apa pun pada dimensi seperti menyenangkan/tidak menyenangkan, diinginkan/tidak diinginkan, baik/buruk.²⁵

Variabel kedua yang menjadi penentu niat dalam TPB adalah variabel norma subjektif. Variabel norma subjektif merujuk pada adanya keyakinan yang dirasakan bahwa orang lain yang dianggap penting memberikan dukungan atau menyetujui suatu perilaku.²⁶ Variabel selanjutnya yang dapat mempengaruhi niat dalam TPB yaitu variabel kontrol perilaku. variabel kontrol perilaku terkait dengan keyakinan seseorang terhadap kemampuannya untuk mewujudkan perilaku. Variabel kontrol perilaku berhubungan dengan berbagai faktor yang dapat menjadi sarana atau justru menjadi hambatan dalam mewujudkan suatu perilaku. Faktor kontrol dalam konteks TPB dapat berupa kemampuan dan keterampilan yang diperlukan, ketersediaan waktu, dana, serta sumber daya lain yang memungkinkan untuk mempermudah dalam mewujudkan perilaku.²⁷

TPB sebagai teori yang telah mapan dan banyak digunakan untuk memprediksi perilaku pemanfaatan jasa keuangan syariah, namun secara empiris belum menghasilkan kesimpulan yang konsisten. Penelitian yang dilakukan oleh Maulana *et al*²⁸ dan Wardana *et al*²⁹ misalnya, tidak

²⁵ Icek Ajzen and Martin Fishbein, "Attitudes and the Attitude-Behavior Relation: Reasoned and Automatic Processes," *European Review of Social Psychology* 11, no. 1 (2000): 3. 10.1080/14792779943000116

²⁶ Steinmetz et al., "How Effective Are Behavior," 218.

²⁷ Ajzen, "The Theory of Planned Behavior: Frequently Asked," 315.

²⁸ Hartomi Maulana et al., "Factors Influencing Behaviour to Participate in Islamic Microfinance," *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management* 11, no. 1 (2018): 1. 10.1108/IMEFM-05-2017-0134

²⁹ Miko Andi Wardana et al., "Antecedents and Consequences of Intention to Become a Customer: A Case Study of Islamic Banks in Indonesia," *Journal of*

ditemukan bukti bahwa sikap dapat mempengaruhi niat nasabah untuk memanfaatkan jasa perbankan syariah. Demikian halnya penelitian yang dilakukan oleh Baber³⁰ dan Maulana³¹ tidak menemukan bukti bahwa sikap mempengaruhi niat menggunakan jasa keuangan Syariah. Sementara itu penelitian yang dilakukan oleh Bananuka *et al.*,³² dan Ayyub *et al.*³³ tidak menemukan adanya bukti bahwa norma subjektif berpengaruh terhadap niat menggunakan jasa perbankan syariah. Peneliti lain juga tidak menemukan adanya bukti empiris jika kontrol perilaku berhubungan dengan niat.³⁴ Dengan demikian penelitian dengan konsep TPB dalam konteks *saving behaviour* masih perlu dilakukan guna memberikan dukungan empiris mengenai konsistensi teori tersebut.

Dalam konteks analisis perilaku pemanfaatan jasa perbankan syariah, beberapa peneliti memperlakukan TPB dengan tiga

Asian Finance, Economics and Business 8, no. 4 (2021): 835, <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no4.0827>.

³⁰ Hasnan Baber, "Factors Influencing the Intentions of Non-Muslims in India to Accept Islamic Finance as an Alternative Financial System," *Journal of Reviews on Global Economics* 7 (2018): 317, <https://doi.org/10.6000/1929-7092.2018.07.27>.

³¹ Maulana et al., "Factors Influencing Behaviour," 17.

³² Juma Bananuka et al., "Determinants of the Intention to Adopt Islamic Banking in a Non-Islamic Developing Country: The Case of Uganda," *ISRA International Journal of Islamic Finance* 11, no. 2 (2019): 16, <https://doi.org/10.1108/IJIF-04-2018-0040>.

³³ Samia Ayyub et al., "Determinants of Intention to Use Islamic Banking: A Comparative Analysis of Users and Non-Users of Islamic Banking: Evidence from Pakistan," *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management* 13, no. 1 (2020): 153, <https://doi.org/10.1108/IMEFM-05-2017-0135>.

³⁴ Brian Arthur Zinser, "Retail Islamic Banking and Financial Services: Determinants of Use by Muslims in the USA," *Journal of Islamic Marketing* 10, no. 1 (2019): 182, <https://doi.org/10.1108/JIMA-07-2017-0074>.

kecenderungan. *Pertama* para peneliti cenderung menggunakan kerangka TPB secara original tanpa melakukan pengembangan, seperti penelitian yang dilakukan oleh Aziz *et al*³⁵ dan Allah-Pitchay *et al*,³⁶ Kecenderungan *kedua* adalah melakukan modifikasi dengan menambah variabel yang mempengaruhi niat berperilaku. Kecenderungan ini dilakukan oleh beberapa peneliti seperti Ayyub *et al*³⁷ yang melakukan modifikasi TPB dengan menambahkan *perceived usefulness* sebagai variabel yang mempengaruhi niat. Kardoyo *et al*³⁸ menambah variabel pengetahuan, religiositas dan promosi. Albashir *et al* melakukan modifikasi dengan menambahkan variabel *perceived risk*, *perceived usefulness* dan *customer involvement*.³⁹ Kecenderungan *ketiga* adalah melakukan modifikasi dengan menambah variabel yang mempengaruhi perilaku. Seperti

³⁵ Shahab Aziz et al., "Behavioral Intention to Adopt Islamic Banking in Pakistan: A Study Based on Theory of Planned Behavior," *Journal of Islamic Business and Management (JIBM)* 8, no. 2 (2018): 412. 10.26501/jibm/2018.0802-005

³⁶ Anwar Bin Allah-Pitchay et al., "Factors Persuade Individuals' Behavioral Intention to Opt for Islamic Bank Services: Malaysian Depositors' Perspective," *Journal of Islamic Marketing* 11, no. 1 (2020): 240. 10.1108/JIMA-02-2018-0029

³⁷ Samia Ayyub et al., "Determinants of Intention to Use Islamic," 153.

³⁸ Hasil penelitian yang dilakukan tidak menemukan cukup bukti bahwa pengetahuan dan religiosity memiliki pengaruh signifikan terhadap niat menggunakan jasa perbankan syariah Kardoyo et al., "The Effect of Knowledge, Promotion, and Religiosity on Intention to Use Islamic Banking Sendees," *International Journal of Financial Research* 11, no. 2 (2020): 132. 10.5430/ijfr.v11n2p128

³⁹ Walid Ali Albashir et al., "The Acceptance of Islamic Banking Products in Libya: A Theory of Planned Behavior Approach," *International Journal of Economics and Financial Issues* 8, no. 3 (2018): 107. <https://www.econjournals.com/index.php/ijefi/article/view/6193>

penelitian yang dilakukan oleh Nugroho menambahkan variabel religiositas,⁴⁰ dan Hatmawan yang menambahkan variabel pendapatan.⁴¹

Melihat kecenderungan para peneliti dalam menggunakan TPB dalam penelitiannya, dapat diketahui bahwa modifikasi anteseden dari variabel sikap dalam konsep TPB relatif terbatas. Dari keterbatasan inilah maka penelitian ini melakukan pengembangan dengan menambahkan variabel pengetahuan dan religiositas sebagai anteseden sikap dalam konsep TPB. Religiositas penting untuk dikaji, karena komitmen terhadap agama dapat menentukan sikap.⁴² Pengetahuan juga penting untuk dikaji karena pengetahuan dapat menarik perhatian individu terhadap produk atau jasa. Pengetahuan mengenai bank syariah merupakan sejumlah informasi yang telah diperoleh seseorang mengenai perbankan syariah yang didapatkan melalui pengalaman atau melalui pembelajaran. Dengan demikian religiositas dan pengetahuan yang memadai mengenai bank syariah pada akhirnya dapat memberikan pengaruh terhadap pembentukan sikap positif mengenai bank syariah.

Ada dua alasan pengembangan dalam TPB dengan menyertakan variabel religiositas dan pengetahuan sebagai anteseden dari variabel sikap, bukan anteseden dari variabel *intention* (niat) dan perilaku.

⁴⁰ Anton Priyo Nugroho, “Pengaruh Religiositas Dan Efikasi Diri Terhadap Perilaku Menabung di Perbankan Syariah” (Disertasi, UIN Sunan Kalijaga, 2016), 130.

⁴¹ Aglis Andhita Hatmawan, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pilihan Menabung Di Perbankan Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi” (Disertasi, Universitas Sebelas Maret, 2018), 56.

⁴² Azmawani Abd Rahman et al., “Consumers and Halal Cosmetic Products : Knowledge, Religiosity, Attitude and Intention,” *Journal of Islamic Marketing* 6, no. 1 (2015): 151. 10.1108/JIMA-09-2013-0068

Pertama adalah alasan teoritis. Perilaku adalah sebuah proses dalam menentukan untuk menggunakan atau memanfaatkan produk atau jasa. Sebagai sebuah proses maka sebelumnya memutuskan untuk membeli atau menggunakan produk atau jasa, konsumen akan melakukan setidaknya lima proses yaitu pengenalan masalah, pencarian alternatif, evaluasi atas alternatif, pembelian dan evaluasi pasca pembelian.⁴³ Dengan demikian pengetahuan dan religiositas merupakan variabel yang menjadi alat bagi konsumen untuk menentukan alternatif terhadap produk atau jasa bukan sebagai variabel penentu untuk menentukan sebuah perilaku.

Kedua alasan empiris. Secara empiris beberapa peneliti telah menunjukkan adanya hubungan antara religiositas terhadap *intention* (niat) memiliki kontribusi yang rendah,⁴⁴ bahkan Kardoyo *et al*,⁴⁵ dan Hatmawan & Sarungu⁴⁶ menunjukkan bahwa religiositas secara empiris tidak terbukti berpengaruh terhadap *intention*. Sementara penelitian Charag *et al*,⁴⁷ Bananuka *et al*,⁴⁸ memberikan data empiris bahwa

⁴³ Peter and Olson, *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran* 165.

⁴⁴ Religiositas memiliki pengaruh terhadap *intention* (niat) hanya pada level 10%. Lihat Brian Arthur Zinser, "Retail Islamic Banking," 182.

⁴⁵ Kardoyo *et al*, "The Effect of Knowledge, Promotion," 132.

⁴⁶ Aglis Andhita Hatmawan and Julianus Johnny Sarungu, "Saving Behavior in Islamic Banking the Moderation Religiosity," *International Journal of Applied Business and Economic Research* 14, no. 2 (2016): 669. https://serialsjournals.com/abstract/23373_663-673.pdf

⁴⁷ Asif Hamid Charag *et al*, "Determinants of Consumer's Readiness to Adopt Islamic Banking in Kashmir," *Journal of Islamic Marketing* 11, no. 5 (2020): 18. 10.1108/JIMA-10-2018-0182

⁴⁸ Juma Bananuka *et al*, "Attitude: Mediator of Subjective Norm, Religiosity and Intention to Adopt Islamic Banking," *Journal of Islamic Marketing* 11, no. 1 (2020): 12. 10.1108/JIMA-02-2018-0025

pengaruh religiositas terhadap intention dapat terjadi hanya melalui mediasi sikap (*attitude*). Studi yang dilakukan oleh Han *et al.*,⁴⁹ dan Purwanto⁵⁰ menemukan bahwa hubungan religiositas terhadap intention signifikan, namun memiliki kontribusi yang relatif rendah. Sementara itu hubungan pengetahuan dengan *intention* (niat) juga ditemukan hasil yang tidak memuaskan. Sebagaimana dibuktikan oleh penelitian Md Husin & Ab Rahman bahwa hubungan antara pengetahuan dengan *intention* (niat) lebih kecil bila dibandingkan hubungan antara pengetahuan terhadap *attitude* (sikap).⁵¹ Ezeh & Nkamnebe⁵² dan Nugraheni & Widyani⁵³ menegaskan bahwa pengetahuan memiliki efek yang kecil terhadap *intention* (niat).

⁴⁹ Zhonghua Han et al., “Does Religious Obligation of Muslims In Western China Influence Their Intention to Adopt Islamic Banking?,” *Contemporary Chinese Political Economy and Strategic Relations* 4, no. 3 (2018): 1231.

<https://icaps.nsysu.edu.tw/var/file/131/1131/img/2375/129599192.pdf>

⁵⁰ Purwanto, “Society Attitudes and Intentions to Use Products in Sharia Bank of Aceh : The Role of Religiosity and Social Influence,” *ABAC Journal* 41, no. 2 (2021): 235. <http://www.assumptionjournal.au.edu/index.php/abacjournal/article/view/4223>

⁵¹ Maizaitulaidawati Md Husin and Asmak Ab Rahman, “Do Muslims Intend to Participate in Islamic Insurance? Analysis from Theory of Planned Behaviour,” *Journal of Islamic Accounting and Business Research* 7, no. 1 (2016): 52. <https://doi.org/10.1108/JIABR-03-2014-0012>

⁵² Precious Chikezie Ezeh and Anayo Nkamnebe, “Predictors of Islamic Bank Adoption: Nigerian Perspective,” *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management* 14, no. 2 (2021): 11. 10.1108/IMEFM-01-2019-0035

⁵³ Peni Nugraheni and Faizah Novi Widyani, “A Study of Intention to Save in Islamic Banks: The Perspective of Muslim Students,” *Journal of Islamic Marketing* 12, no. 8 (2020): 11. 10.1108/JIMA-11-2019-0233

B. Rumusan Masalah

Uraian dalam latar belakang memberikan informasi bahwa TPB merupakan konsep yang dikenal sebagai model analisis perilaku manusia dengan pendekatan faktor internal, khususnya aspek sikap dan keyakinan terhadap perilaku. Keyakinan-keyakinan yang dirasakan oleh seseorang pada akhirnya mempengaruhi niat berperilaku dan niat berperilaku pada akhirnya menentukan perilaku secara aktual. Kendati TPB melibatkan sikap dan keyakinan dalam berperilaku, namun konsep TPB belum secara spesifik memasukkan pengetahuan dan religiositas. Oleh karena itu penelitian ini dilakukan dalam rangka mengembangkan TPB dalam memahami perilaku *saving* di bank syariah dengan menambahkan variabel pengetahuan dan religiositas sebagai anteseden dari sikap. Dengan demikian pengetahuan dan religiositas dalam *konteks saving behaviour* tidak memiliki pengaruh secara langsung terhadap perilaku, namun berperan dalam membentuk sikap. Berdasarkan rumusan masalah ini, maka penelitian ini secara umum dilakukan guna menguji model *Theory of Planned Behaviour* dalam konteks kinerja dana pihak ketiga perbankan syariah. Sementara itu penelitian ini secara khusus dilakukan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut:

1. Adakah pengaruh pengetahuan terhadap sikap pada bank syariah di Jawa Tengah?
2. Adakah pengaruh religiositas terhadap sikap pada bank syariah di Jawa Tengah?
3. Adakah pengaruh pengetahuan terhadap *saving intention* di bank syariah?

4. Adakah pengaruh religiositas terhadap *saving intention* di bank syariah?
5. Adakah pengaruh sikap pada bank syariah terhadap *saving intention* di bank syariah?
6. Adakah pengaruh pengetahuan terhadap *saving intention* di bank syariah yang dimediasi oleh sikap?
7. Adakah pengaruh religiositas terhadap *saving intention* di bank syariah yang dimediasi oleh sikap?
8. Adakah pengaruh norma subjektif terhadap *saving intention* di bank syariah yang dimediasi oleh sikap?
9. Adakah pengaruh kontrol perilaku terhadap *saving intention* di bank syariah yang dimediasi oleh sikap?
10. Adakah pengaruh *saving intention* terhadap *saving behaviour* di bank syariah?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Dari rumusan masalah yang telah disampaikan di atas, maka tujuan umum dari penelitian ini adalah untuk menguji model *Theory of Planned Behaviour* dalam konteks kinerja dana pihak ketiga perbankan syariah. Adapun secara khusus penelitian dilakukan dengan tujuan untuk:

1. Menguji dan menganalisis pengaruh pengetahuan terhadap sikap pada bank syariah di Jawa Tengah.
2. Menguji dan menganalisis pengaruh religiositas terhadap sikap pada bank syariah di Jawa Tengah.
3. Menguji dan menganalisis pengaruh pengetahuan terhadap *saving intention* masyarakat Jawa Tengah di bank syariah.

4. Menguji dan menganalisis pengaruh religiositas terhadap *saving intention* masyarakat Jawa Tengah di bank syariah.
5. Menguji dan menganalisis pengaruh sikap pada bank syariah terhadap *saving intention* masyarakat Jawa Tengah di bank syariah.
6. Menguji dan menganalisis pengaruh pengetahuan terhadap *saving intention* masyarakat Jawa Tengah di bank syariah yang dimediasi oleh sikap pada bank syariah.
7. Menguji dan menganalisis pengaruh religiositas terhadap *saving intention* masyarakat Jawa Tengah di bank syariah yang dimediasi oleh sikap pada bank syariah.
8. Menguji dan menganalisis pengaruh norma subjektif terhadap *saving intention* masyarakat Jawa Tengah di bank syariah
9. Menguji dan menganalisis pengaruh kontrol perilaku terhadap *saving intention* masyarakat Jawa Tengah di bank syariah
10. Menguji dan menganalisis pengaruh *saving intention* terhadap *saving behaviour* masyarakat Jawa Tengah di bank syariah

Penelitian yang dilakukan dapat memberikan kontribusi secara teoritis dan secara praktis. Secara teoritis penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan kerangka TPB. Pengembangan yang dimaksud berupa adanya anteseden variabel sikap dari TPB variabel pengetahuan dan religiositas. Sebagai agama yang universal, Islam telah memberikan rambu-rambu bagi umatnya dalam memanfaatkan produk atau jasa, termasuk dalam memilih jasa perbankan. Jadi setiap pengambilan keputusan, seseorang mempertimbangkan aturan yang berlaku dalam agama Islam, dalam konteks penelitian ini adalah pilihan tempat untuk menyimpan dana. Ketaatan terhadap agama inilah yang

pada akhirnya dapat membentuk sikap positif masyarakat terhadap bank syariah.

Secara praktis, penelitian ini memberikan informasi penting bagi pelaku industri perbankan syariah dalam merumuskan strategi yang tepat dalam menarik minat masyarakat untuk memanfaatkan perbankan syariah untuk menyimpan dana. Bagi masyarakat yang termasuk kategori nasabah emosional maka, perbankan syariah membutuhkan kerjasama dengan tokoh-tokoh agama. Sedangkan untuk masyarakat yang termasuk kategori nasabah rasional, maka perbankan syariah harus mampu menyediakan produk-produk yang dapat memberikan keuntungan secara ekonomi. Dengan mengetahui perilaku masyarakat dalam pemanfaatan jasa bank syariah, maka para pelaku industri perbankan syariah dapat mengatur strategi yang tepat agar masyarakat Jawa Tengah memiliki sikap positif terhadap bank syariah dan pada akhirnya lebih mengutamakan untuk menyimpan dana di bank syariah.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Teori

1. *Theory of Planned Behaviour*

Analisis *saving behaviour* dalam penelitian ini akan dilandasi oleh *Theory of Planned Behaviour* yang selanjutnya di singkat dengan TPB. TPB pada dasarnya adalah pengembangan lebih lanjut dari teori *Theory of Reasoned Action* yang telah dikembangkan sebelumnya oleh Fishbein dan Ajzen tahun 1975.¹ TPB secara luas telah banyak diterapkan dalam memberikan penjelasan dari faktor yang relevan dalam mempengaruhi perilaku dari masalah tertentu,² dan merupakan teori banyak digunakan untuk memprediksi perilaku.³ Secara konseptual TPB mengikuti konsep TRA bahwa anteseden terbaik dari perilaku aktual adalah niat.⁴

TPB telah banyak di gunakan oleh para peneliti di berbagai negara, khususnya dalam konteks *saving behaviour*. Di Pakistan misalnya Ayyub *et al* menggunakan kerangka TPB dalam menganalisis *saving behaviour* pada nasabah dan non-nasabah bank syariah.⁵ Penelitian Allah-Pitchay *et al* di Malaysia menggunakan TPB untuk menganalisis *saving behaviour* dalam konteks para nasabah.⁶ Han juga menggunakan TPB untuk

¹ Ajzen, "The Theory of Planned Behavior," 182.

² Kumar et al., *Purchasing Behaviour*," 2.

³ Ahasanul Haque et al., "Muslim Consumers' Purchase Behavior Towards Halal Cosmetic Products in Malaysia," *Management Science Letters* 8, no. 12 (2018): 1306. 10.5267/j.msl.2018.9.009

⁴ Ajzen, "The Theory of Planned Behavior: Frequently," 315.

⁵ Ayyub et al., "Determinants of Intention to Use," 153.

⁶ Allah-Pitchay et al., "Factors Persuade Individuals' Behavioral," 234.

menganalisa *saving behaviour* di China.⁷ Alzadjal *et al* menggunakan *Theory of Planned Behaviour* untuk menganalisa *saving behaviour* di Oman,⁸ Albashir *et al* di Libya⁹ dan Echchabi & Azouzi di Tunisia.¹⁰ Beberapa penelitian di Indonesia juga menggunakan TPB dalam melakukan analisis *saving behaviour* di bank syariah seperti Sukardi,¹¹ Hatmawan,¹² Kardoyo *et al*¹³ dan Nugroho.¹⁴ Banyaknya penelitian yang menggunakan TPB memberikan dukungan kuat bahwa teori tersebut memiliki kredibilitas yang memadai.

Dalam konsep TPB, niat untuk berperilaku merupakan anteseden langsung dari perilaku. Niat dalam penelitian ini mengacu pada niat perspektif Islam. Dalam literatur, ada beberapa tingkatan dalam niat. Tingkatan pertama adalah *hajis* (الهاجس). Hajis adalah lintasan awal yang berkelebat dalam hati/pikiran. Tingkatan yang kedua adalah *khothir* (الخاطر). Khothir adalah lintasan hati yang sudah sampai level mengalir dan membayang. Tingkatan ketiga adalah *haditsun nafsi* (حديث النفس). *Haditsun nafsi* adalah lintasan hati yang sudah mulai dipertimbangkan antara dilakukan ataukah tidak, tetapi masih belum pasti atau masih *fifty-fifty* antara melakukan ataukah tidak. Tingkatan yang keempat adalah *hamm* (الهمم). *Hamm* adalah lintasan hati yang sudah mulai menguat dan sudah menjelma menjadi keinginan yang sifatnya sudah jelas condong

⁷ Han, "Adoption of Islamic Banking Services," 107.

⁸ Alzadjal *et al.*, "Moderating the Role of Religiosity," 7.

⁹ Albashir *et al.*, "The Acceptance of Islamic Banking," 107.

¹⁰ Echchabi and Dhekra Azouzi, "Predicting Customers' Adoption," 25.

¹¹ Sukardi, "Model Perilaku Menabung Nasabah Bank," 57.

¹² Hatmawan, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pilihan," 13.

¹³ Kardoyo *et al.*, "The Effect of Knowledge, Promotion," 132.

¹⁴ Nugroho, "Pengaruh Religiositas dan Efikasi", 39.

untuk melakukan. Sudah lebih dari 50 % tapi belum sampai 100 %. Tingkatan yang kelima dan terakhir adalah *azam* (العزم). Azam adalah lintasan hati yang sudah mengkristal dan menguat menjadi niat teguh dan tekad yang dipastikan akan dilakukan. Level niat pada tingkatan kelima sudah mencapai 100% suatu tindakan akan dilakukan¹⁵. Dengan demikian niat yang dimaksud dalam penelitian ini adalah niat pada tingkatan kelima atau *azam*

Dalam konsep TPB, niat untuk berperilaku dipengaruhi oleh tiga variabel yaitu variabel sikap, variabel norma subjektif, dan variabel kontrol perilaku.¹⁶ Sikap¹⁷ merujuk pada evaluasi suatu objek, konsep, atau perilaku sepanjang dimensi penolakan atau penerimaan, baik atau buruk, suka atau tidak suka, serta juga keyakinan tentang kemungkinan konsekuensi positif dan negatif terhadap objek perilaku.¹⁸ Contoh tanggapan yang mencerminkan sikap adalah persetujuan atau ketidaksetujuan terhadap suatu kebijakan, suka atau tidak suka seseorang

¹⁵ Muhammad Bin ‘Ulan ash-Shadiqi asy-Syafi’i, *Dalil Al-Faalihiin LiThuruqi Riyaaadhish Sholihin Juz 1* (Lebanon: Dar al-Kitab al-‘Arabi, t.t.), 77.

¹⁶ Ajzen, “The Theory of Planned Behavior: Frequently,” 314.

¹⁷ Terdapat dua pendekatan dalam memahami sikap, *pertama* adalah sikap dipandang sebagai kombinasi atau gabungan dari reaksi afeksi, kognitif, dan konatif terhadap suatu objek. Pemahaman pertama tentang sikap yang pertama ini dikenal sebagai skema *tricomponent*. Adapun pendekatan *kedua* adalah sikap hanya mencakup satu aspek saja dari *tricomponent* yaitu aspek afektif, dengan demikian pendekatan kedua ini dinamakan *single-component*. Pendekatan kedua ini lahir karena adanya ketidakpuasan atas penjelasan inkonsistensi dari konsep *tricomponent*. Oleh karena TPB dibentuk oleh *single-component*, maka dalam penelitian ini sikap juga hanya mengacu pada aspek afektif. Dengan demikian sikap dalam penelitian ini dimaknai sebagai afek dimana sikap terkait dengan penilaian-positif atau negatif. Lihat Saifudin Azwar, *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*, ed. 2 (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016), 6.

¹⁸ Steinmetz et al., “How Effective Are Behavior,” 218.

atau sekelompok orang, dan penilaian terhadap konsep apa pun pada dimensi seperti menyenangkan/tidak menyenangkan, diinginkan/tidak diinginkan, baik/buruk.¹⁹

Variabel kedua dalam konsep TPB yang dapat mempengaruhi niat berperilaku yaitu variabel norma subjektif.²⁰ Norma subjektif secara sederhana dapat artikan sebagai adanya keyakinan bahwa suatu perilaku mendapat persetujuan atau dukungan dari orang atau sekelompok yang dianggap penting.²¹ Variabel selanjutnya yang dapat mempengaruhi niat adalah kontrol perilaku.²² Kontrol perilaku yang dirasakan pada dasarnya terkait dengan keyakinan terhadap faktor yang dapat menjadi penghambat atau menjadi pendukung dalam mewujudkan perilaku. Faktor *control*

¹⁹ Ajzen and Fishbein, "Attitudes and the Attitude-Behavior," 3.

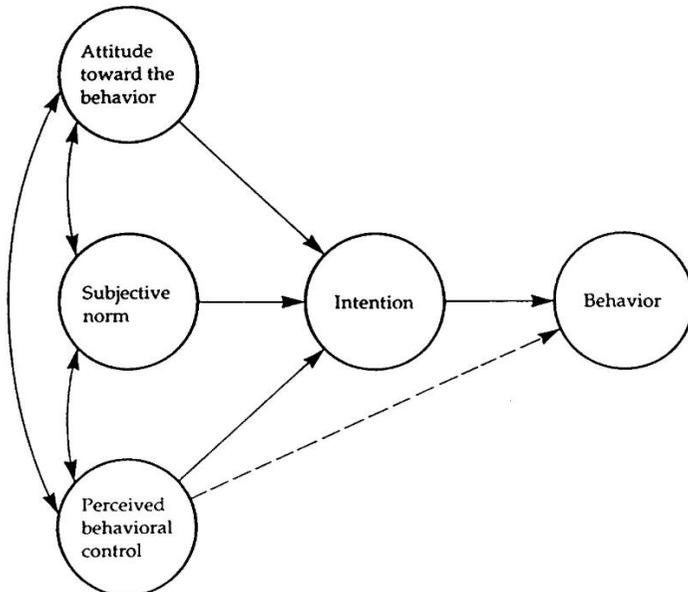
²⁰ Norma subjektif dapat membedakan menjadi dua jenis keyakinan yaitu *injunctive* dan deskriptif. Norma subjektif *injunctive* terkait dengan harapan atau kemungkinan subjektif bahwa kelompok referensi tertentu baik individu atau kelompok memberikan persetujuan atau tidak terhadap suatu. Keyakinan deskriptif terkait dengan keyakinan yang berasal dari pendapat orang yang dianggap penting terhadap perilaku tertentu. Kedua jenis keyakinan ini berkontribusi pada keseluruhan tekanan sosial atau subjektif norma. Lihat Icek Ajzen, "The Theory of Planned Behavior: Frequently," 315.

²¹ Steinmetz et al., "How Effective Are Behavior," 218.

²² Konsep kontrol perilaku pada dasarnya dikembangkan atas konsep *self-efficacy* yang dikembangkan oleh Bandura. Kontrol perilaku dan *self-efficacy*, secara konseptual tidak memiliki perbedaan, karena keduanya mengacu pada tingkat keyakinan dalam mewujudkan perilaku tertentu. Secara operasional, kontrol perilaku yang dirasakan dan *self-efficacy* biasanya dinilai dengan cara yang berbeda. *Self-efficacy* biasanya mendefinisikan serangkaian hambatan potensial dalam sebuah perilaku. Dalam menilai *self-efficacy* responden diminta untuk menunjukkan seberapa besar kemungkinannya bahwa mereka dapat mengatasi setiap rintangan. Adapun dalam menilai kontrol perilaku, responden biasanya diminta untuk menilai sejauh mana mereka memiliki kemampuan untuk melakukan perilaku tersebut, seberapa besar perilaku tersebut berada di bawah kendali mereka, dan sebagainya. Lihat Icek Ajzen, "The Theory of Planned Behavior: Frequently," 317.

dapat berupa kemampuan, keterampilan, ketersediaan waktu, sumber daya keuangan, dan sumber daya lainnya yang mejadi pendukung terlaksananya sebuah perilaku.²³

Secara umum konsep dalam *Theory of Planned Behaviour* dapat dilihat pada gambar 1.2:



Gambar 2. 1 Theory of Planned Behaviour²⁴

Dari teori *Theory of Planned Behaviour* yang telah diuraikan diatas maka ada tiga variabel yang dapat mempengaruhi niat untuk berperilaku yaitu variabel sikap, variabel norma subjektif dan variabel kontrol perilaku. Dengan demikian TPB menggambarkan bahwa tinggi niatnya

²³ Icek Ajzen, "The Theory of Planned Behavior: Frequently," 315.

²⁴ Icek Ajzen and B. L. Driver, "Application of the Theory of Planned Behavior to Leisure Choice," *Journal of Leisure Research* 24, no. 3 (1992): 210. 10.1080/00222216.1992.11969889

untuk menggunakan jasa bank syariah dapat ditentukan oleh sikap positif, norma subjektif dan kontrol perilaku. Niat untuk menggunakan jasa bank syariah dalam TPB pada akhirnya dapat menentukan perilaku aktual.

a. *Saving Behaviour*

Behaviour atau perilaku dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia memiliki makna sebagai “tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan”.²⁵ Sementara dalam konteks psikologi perilaku diartikan sebagai suatu tindakan, aktivitas, atau proses yang dapat diamati dan diukur. Tindakan, aktivitas, dan proses dimulai dari respons terhadap rangsangan yang bersifat internal atau eksternal.²⁶ Oleh karena rangsangan dapat berasal dari internal ataupun eksternal maka upaya untuk memahami perilaku dapat menggunakan dua pendekatan yaitu pendekatan internal dan eksternal.²⁷ Dalam konsep TPB perilaku manusia dilakukan berdasarkan menggunakan faktor internal, khususnya aspek sikap dan keyakinan terhadap perilaku. Sementara itu *saving* merupakan kegiatan menyimpan uang di suatu tempat dapat di celengan, pos, bank, dan ditempat lainnya.²⁸ Dengan demikian *saving behaviour* merupakan tindakan, aktivitas, dan proses

²⁵ Lihat di Kamus Besar Bahasa Indonesia secara daring di <https://kbbi.web.id/perilaku>

²⁶ Lihat di Psychology Dictionary secara daring di <https://psychologydictionary.org/behavior>

²⁷ Nugroho, “Pengaruh Religiusitas Dan Efikasi Diri Terhadap,” 66.

²⁸ Lihat di Kamus Besar Bahasa Indonesia secara daring di <https://kbbi.web.id/tabung>

yang dilalui oleh seseorang untuk menyimpan uang dalam konteks penelitian ini adalah menyimpan uang di bank syariah.²⁹

Saving behaviour pada dasarnya adalah perilaku konsumen,³⁰ karena dalam proses penyimpanan dana yang dilakukan oleh nasabah juga melibatkan pilihan. Perilaku konsumen tidak hanya terkait dengan pada keputusan pembelian, namun juga terkait dengan perilaku terhadap pilihan atas produk atau jasa.³¹ Para ahli telah merumuskan beberapa pengertian dari perilaku konsumen, diantaranya perilaku konsumen merupakan sebuah studi tentang bagaimana individu, kelompok, atau organisasi dalam menentukan proses untuk memilih, menggunakan, menggunakan, dan mengabaikan produk, jasa, pengalaman, atau bahkan gagasan dalam upaya memenuhi kebutuhan.³² Ahli lain yaitu Kotler dan Keller memberikan pengertian bahwa perilaku konsumen merupakan proses masyarakat untuk memilih, membeli, menggunakan, dan mengabaikan produk, jasa, gagasan, atau pengalaman dalam rangka memuaskan keinginan dan

²⁹ Menyimpan dana di bank syariah dapat berupa Tabungan, Giro dan Deposito. Ketiganya dalam perbankan syariah disebut Dana Pihak Ketiga.

³⁰ Nasabah dalam penelitian ini juga termasuk konsumen. Hal ini dijelaskan oleh Damiaati dkk yang menyatakan bahwa konsumen merupakan orang atau kelompok yang memakai, menikmati, memanfaatkan, memakan, menerima mendengar dan lain sebagainya. Lihat Damiaati et al., *Perilaku Konsumen* (Depok: Rajawali Pers, 2019), 5.

³¹ Fandy Tjiptono, "Perilaku Konsumen: Definisi, Domain, Determinan," in *Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Perilaku Konsumen* (Bogor: IPB Press, 2018), 113.

³² Del I Hawkins and David L Mothersbaugh, *Consumer Behaviour: Building Marketing Strategies*, 11th ed. (United States: McGraw-Hill, 2010), 6.

kebutuhan.³³ Adapun Ramya dan Ali mendefinisikan perilaku konsumen mengacu pada bagaimana memilih, melakukan pembelian dan melakukan konsumsi atas barang atau jasa dalam rangka memenuhi kebutuhannya.³⁴ Sementara itu Peter dan Olson memberikan pengertian bahwa perilaku konsumen merupakan dinamika interaksi antara perilaku, kesadaran, dan lingkungan sekitar dimana pertukaran dilakukan.³⁵

Dari beberapa pengertian diatas tentang perilaku konsumen yang telah disampaikan oleh para ahli, maka dalam konteks penelitian ini perilaku konsumen terkait dengan proses bagaimana masyarakat menggunakan, memilih, mengamankan, menggunakan, produk perbankan syariah untuk menyimpan dana dalam rangka memenuhi kebutuhan. Dalam konteks perilaku konsumen Tjiptono menyatakan bahwa ada domain dari perilaku konsumen yaitu 1) Pikiran dan tindakan seseorang dalam upaya memenuhi keinginan dan kebutuhan dan 2) Sebuah bidang studi yang memfokuskan pada suatu proses konsumsi oleh konsumen dalam rangka memenuhi keinginan dan kebutuhan.³⁶

Sebagai sebuah proses, maka perilaku konsumen tidak hanya menyangkut keputusan pembelian, namun juga terkait dengan tahapan-tahapan yang dilakukan konsumen untuk memanfaatkan

³³ Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Marketing Management* (New Jersey: Pearson Education, Inc., 2012), 151.

³⁴ N Ramya and Mohamed Ali, "Factors Affecting Consumer Buying Behavior," *International Journal of Applied Research* 2, no. 10 (2016): 76.

³⁵ Peter and Olson, "*Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*", 6.

³⁶ Tjiptono, "Perilaku Konsumen: Definisi, Domain, Determinan," 105.

produk atau jasa. Tahapan ini terdiri atas tahap sebelum pembelian, tahap saat melakukan pembelian dan tahap pasca pembelian.³⁷ Dalam konteks penelitian ini maka *saving behaviour* termasuk dalam perilaku pasca pembelian. Tahapan ini terkait dengan seberapa puas nasabah, jika nasabah merasa puas maka ia akan tetap untuk menggunakan jasa perbankan syariah untuk menyimpan dana. Sebaliknya jika nasabah tidak mendapatkan apa yang ia harapkan (tidak puas) maka nasabah akan berpindah ke penyedia jasa lainnya.³⁸

Dengan demikian dalam konteks penelitian ini, *saving behaviour* pada dasarnya terkait dengan apakah nasabah lebih mengutamakan untuk menyimpan dananya di bank syariah. Apakah nasabah memiliki komitmen untuk selalu menyimpan dananya di bank syariah dan apakah nasabah bersedia memindahkan dana yang disimpan di bank konvensional ke rekening bank syariah.³⁹

Tiga indikator digunakan untuk mengukur variabel *saving behaviour* pada penelitian yaitu mengutamakan, komitmen dan memindahkan.⁴⁰ Mengutamakan dalam konteks penelitian ini adalah sejauh mana responden memprioritaskan untuk menyimpan dananya di bank syariah daripada menyimpan dana

³⁷ Tahapan dalam perilaku terdiri atas lima tahapan yaitu tahap *problem recognition, information search, evaluation of alternative, purchase decision* dan *pos-purchase behaviour*. Lihat Kotler and Keller, *Marketing Management*, 166.

³⁸ Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen* (Jakarta: Prenada Media Group, 2019), 15–16.

³⁹ Ezeh and Nkamnebe, “Predictors of Islamic Bank Adoption,” 21.

⁴⁰ Ezeh and Nkamnebe, “Predictors of Islamic Bank Adoption,” 21.

di bank konvensional. Komitmen terkait dengan keteguhan responden untuk menyimpan dana di bank syariah. Komitmen yang tinggi menjadikan responden tidak mudah beralih untuk menyimpan dana di bank konvensional kendati bank konvensional menawarkan benefit yang lebih besar. Memindahkan dana dalam konteks penelitian ini adalah bagaimana responden melakukan pemindahan dana jika ada dana masuk ke rekening bank konvensional.

b. *Behavioural intention* atau niat berperilaku

Dalam TPB, niat pada dasarnya merupakan faktor motivasi yang mempengaruhi perilaku secara langsung. Tinggi rendahnya niat untuk terlibat dalam suatu perilaku, berbanding lurus dengan perilaku aktual diwujudkan.⁴¹ Niat berperilaku merupakan anteseden langsung dari perilaku aktual dan banyak dilibatkan dalam penelitian yang menganalisis perilaku pembelian. Niat berperilaku merupakan variabel yang dianggap paling tepat untuk memprediksi perilaku dalam berbagai kondisi, termasuk dalam konteks *saving behaviour* di bank syariah. Sejalan dengan itu, Otieno *et.al* menyatakan bahwa niat berperilaku adalah penentu langsung dari sebuah perilaku aktual.⁴² Demikian halnya dengan pendapat Perter dan Olson yang menyatakan

⁴¹ Ajzen, "The Theory of Planned Behavior," 181.

⁴² Odoyo Collins Otieno et al., "Theory of Reasoned Action as an Underpinning to Technological Innovation Adoption Studies," *World Journal of Computer Application and Technology* 4, no. 1 (2016): 3. 10.13189/wjcat.2016.040101

bahwa niat merupakan rencana yang telah diputuskan untuk melakukan pembelian terhadap produk atau jasa.⁴³ Jadi ketika niat masyarakat untuk memilih bank syariah untuk menyimpan dana dalam kategori tinggi, maka *saving behaviour* juga akan tinggi pula.

Niat dalam penelitian ini diukur dengan tiga indikator yaitu tertarik, keinginan yang kuat,⁴⁴ Harapan,⁴⁵ Lebih sering.⁴⁶ Tertarik mencerminkan sejauh mana seseorang menunjukkan ketertarikan terhadap produk dan layanan yang disediakan oleh bank syariah. Keinginan yang kuat mengukur tingkat tekad atau motivasi yang kuat dari seseorang untuk menyimpan dana di bank syariah. Harapan mencerminkan persepsi seseorang lebih memilih untuk memindahkan dana dari bank konvensional ke bank syariah untuk di simpan pada bank syariah. Indikator lebih sering menunjukkan frekuensi atau keteraturan niat untuk menyimpan dana di bank syariah.

Secara konseptual, niat berperilaku dalam TPB dapat ditentukan oleh variabel sikap, variabel norma subjektif dan variabel kontrol perilaku. Variabel sikap dimana niat untuk berperilaku ditentukan karena adanya penilaian positif atau negatif mengenai objek perilaku, sementara norma subjektif terkait dengan adanya keinginan untuk

⁴³ Peter and Olson, "*Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*," 149.

⁴⁴ Yasmeen Al-Balushi et al., "Islamic Financial Decision-Making Among SMEs in the Sultanate of Oman: An Adaption of the Theory of Planned Behaviour," *Journal of Behavioral and Experimental Finance* 20 (2018): 12. 10.1016/j.jbef.2018.06.001

⁴⁵ Shahab Aziz and Zahra Afaq, "Adoption of Islamic Banking in Pakistan an Empirical Investigation," *Cogent Business and Management* 5, no. 1 (2018): 28. 10.1080/23311975.2018.1548050

⁴⁶ Al-Balushi et al., "Islamic Financial Decision-Making," 13.

berperilaku ditentukan oleh penilaian orang lain yang dianggap penting. Sedangkan variabel kontrol perilaku terkait dengan adanya persepsi apakah seseorang dapat mengendalikan perilakunya atau tidak. Ketiga variabel secara bersama-sama dapat saling menguatkan untuk mempengaruhi niat berperilaku seseorang.

c. Sikap terhadap bank syariah

Attitude toward the behaviour atau sering hanya disebut sikap merujuk pada evaluasi suatu objek, konsep, atau perilaku sepanjang dimensi menerima-menolak, baik-buruk, suka-tidak suka, dan juga keyakinan tentang kemungkinan konsekuensi positif dan negatif terhadap objek perilaku.⁴⁷ Sikap dalam TPB dapat dipengaruhi keyakinan yang dirasakan oleh seseorang mengenai akibat dari perilaku atau *behavioural beliefs*.⁴⁸ Keyakinan yang dirasakan berhubungan dengan kemampuan seseorang untuk memberikan penilaian secara subjektif terhadap lingkungan, pemahaman seseorang tentang objek perilaku. Pemahaman subjektif terkait dengan evaluasi tentang ada tidaknya manfaat, merugikan atau menguntungkan ketika perilaku diwujudkan. Keyakinan ada tidaknya manfaat, merugikan atau menguntungkan dapat memperkuat sikap. Apabila atas evaluasi yang dilakukan diperoleh informasi bahwa perilaku tersebut

⁴⁷ Steinmetz et al., "How Effective Are Behavior," 218.

⁴⁸ Icek Ajzen, "Consumer Attitudes and Behavior: The Theory of Planned Behavior Applied to Food Consumption Decisions," *Rivista Di Economia Agraria* 70, no. 2 (2015): 12.

mendatangkan manfaat baginya, maka sikap terhadap perilaku adalah positif, demikian sebaliknya.⁴⁹

Interaksi adanya keyakinan bahwa bank syariah dalam operasionalnya dilaksanakan atas prinsip-prinsip ajaran Islam, seperti tidak menerapkan bunga, melainkan mengadopsi prinsip bagi hasil inilah yang menentukan sikap positif dari seseorang untuk memanfaatkan jasa bank syariah dalam menyimpan dana. Seseorang yang mempunyai keyakinan bahwa dengan menggunakan bank syariah untuk menyimpan dana memberikan manfaat, menyimpan dana di bank syariah merupakan cara untuk menghindari *maghrib* (*Maisir*, *Gharar* dan *Riba*), mudah mengaksesnya dan lain sebagainya. Keyakinan-keyakinan inilah yang dapat menentukan sikap positif seseorang terhadap bank syariah.

Sikap terhadap bank syariah dalam penelitian ini diukur dengan 4 indikator yaitu menguntungkan, ide yang bagus, pilihan yang tepat dan bermanfaat.⁵⁰ Menguntungkan mencerminkan pandangan positif terhadap keuntungan finansial yang dapat diperoleh melalui keterlibatan dengan bank syariah. Ide yang bagus mencerminkan pandangan bahwa bank syariah sebagai suatu konsep atau ide adalah positif dan baik. Pilihan yang tepat mengukur pandangan bahwa memilih bank syariah sebagai lembaga keuangan adalah suatu keputusan yang tepat. Bermanfaat indikator ini mungkin melibatkan sejauh mana seseorang percaya bahwa bank syariah dapat memberikan

⁴⁹ Neila Ramdhani, "Penyusunan Alat Pengukur Berbasis Theory of Planned Behavior," *Buletin Psikologi* 19, no. 2 (2011): 56. 10.22146/bpsi.11557

⁵⁰ Aziz and Afaq, "Adoption of Islamic Banking", 28.

manfaat. Dengan mengukur keempat indikator ini, penelitian dapat mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi sikap individu terhadap bank syariah.

d. Norma Subjektif (*Subjective Norm*)

Norma subjektif merupakan sebuah keyakinan bahwa suatu perilaku telah mendapat dukungan atau persetujuan dari orang lain.⁵¹ Norma subjektif ini ditentukan oleh keyakinan normatif, yaitu orang lain memberikan referensi tentang objek perilaku. Dalam TPB keyakinan normatif tentang referensi sosial yang berbeda untuk menghasilkan tekanan sosial atau norma subjektif. Dengan demikian sama halnya dengan sikap, norma subjektif juga berasal dari adanya keyakinan subjektif. Akan tetapi sikap berasal dari adanya keyakinan yang berasal dari dalam individu, sementara norma subjektif, keyakinan bersumber dari eksternal berupa pandangan orang lain tentang objek perilaku.

Ramdhani menyebutkan bahwa tinggi rendahnya norma subjektif dapat ditentukan oleh tingkat keyakinan dan motivasi untuk mematuhi/memenuhi harapan orang lain di sekitarnya.⁵² Dengan kata lain norma subjektif dapat meningkat apabila seseorang memiliki keyakinan normatif dan motivasi yang tinggi untuk memenuhi harapan dari orang lain untuk menggunakan jasa perbankan syariah dalam

⁵¹ Icek Ajzen, "The Theory of Planned Behavior," in *Handbook of Theories of Social Psychology*, ed. Paul A. M. Van Lange, Arie W Kruglanski, and E. Tory Higgins (London: SAGE Publications Ltd, 2012), 443.

⁵² Ramdhani, "Penyusunan Alat Pengukur Berbasis Theory," 58.

menyimpan dana. Tekanan sosial dalam konteks menyimpan dana dapat berasal dari keluarga, tokoh masyarakat, media, pemerintah dan lain sebagainya.

Variabel norma subjektif dalam penelitian ini diukur dengan lima indikator yaitu dorongan rekan, dorongan keluarga, dorongan pemerintah, dorongan media dan dorongan masyarakat.⁵³ Dorongan rekan mencerminkan sejauh mana individu merasakan dorongan atau pengaruh dari teman sebaya mereka terkait dengan *saving behaviour* di bank syariah. Dorongan keluarga mencerminkan sejauh mana keluarga atau anggota keluarga memiliki peran dalam memberikan dorongan atau dukungan terhadap *saving behaviour* di bank syariah. Dorongan pemerintah mencerminkan sejauh mana individu merasakan dorongan atau pengaruh dari pemerintah terkait dengan *saving behaviour* di bank syariah. Dorongan media mencerminkan sejauh mana media, baik itu cetak, elektronik, atau sosial, memengaruhi persepsi dan sikap individu terhadap *saving behaviour* di bank syariah. Dorongan masyarakat mencerminkan sejauh mana individu merasakan dorongan atau pengaruh dari masyarakat atau lingkungan sekitarnya terkait dengan *saving behaviour* di bank syariah. Dengan mengukur variabel norma subjektif melalui indikator-indikator ini, penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor sosial yang mempengaruhi sikap dan niat individu terkait dengan menyimpan dana di bank syariah.

⁵³ Ajzen, "The Theory of Planned Behavior: Frequently Asked," 315.

e. Kontrol Perilaku (*Perceived behavioural Control*)

Ajzen mengakui bahwa konsep *perceived behavioural control* terinspirasi dari kerangka kerja *self-efficacy* yang dikembangkan oleh Bandura.⁵⁴ Akan tetapi dalam karya terbaru nya Ajzen menyebutkan bahwa ada sedikit perbedaan antara konsep *perceived behavioural control* dengan *self-efficacy*. Ajzen menyatakan bahwa dalam menilai *self-efficacy* responden diminta untuk menunjukkan seberapa besar kemungkinannya bahwa mereka dapat mengatasi setiap hambatan. Adapun dalam menilai kontrol perilaku, responden biasanya diminta untuk menilai sejauh mana mereka memiliki kemampuan untuk melakukan perilaku tersebut, seberapa besar perilaku tersebut berada di bawah kendali mereka, dan sebagainya.⁵⁵

Secara sederhana Ajzen menggambarkan bahwa kontrol perilaku terkait dengan keyakinan tentang mudah atau sulitnya dalam mewujudkan perilaku yang berasal dari pengalaman.⁵⁶ Adanya tingkat keyakinan bahwa dirinya mampu mengontrol untuk melakukan suatu perilaku maka sebuah perilaku akan dapat diwujudkan.⁵⁷ Kontrol perilaku ditentukan oleh seberapa besar keyakinan seseorang dalam mewujudkan sebuah perilaku karena kepemilikan atas sumber daya. Ketersediaan sumber daya memungkinkan objek perilaku dapat diwujudkan karena perilaku seseorang sepenuhnya dapat dikendalikan. Dengan demikian ketersediaan sumber daya dapat

⁵⁴ Ajzen, "The Theory of Planned Behavior," 2012, 446.

⁵⁵ Ajzen, "The Theory of Planned Behavior: Frequently," 317.

⁵⁶ Ajzen, "The Theory of Planned Behavior: Frequently," 315.

⁵⁷ Ajzen, "Consumer Attitudes and Behavior: The Theory," 129.

memudahkan seseorang dalam mewujudkan perilaku, karena sumber daya yang dimiliki mampu dimanfaatkan untuk membuka kesempatan dan dapat juga mengatasi hambatan dalam mewujudkan perilaku.⁵⁸

Dalam konteks penelitian ini maka menyimpan dana di bank syariah sepenuhnya dapat dikendalikan oleh responden. Hal ini dikarenakan jaringan kantor perbankan syariah telah ada di Jawa Tengah. Keyakinan masyarakat bahwa menggunakan bank syariah untuk menyimpan dana mudah dilakukan, adanya jaringan kantor dan lain sebagainya maka menyimpan dana di bank syariah bukanlah hal yang sulit untuk dilakukan. Dengan demikian untuk menyimpan dana di bank syariah tidak sulit, karena tidak ada lagi hambatan yang dihadapi oleh masyarakat. Adanya kontrol perilaku yang kuat, pada akhirnya niat masyarakat untuk memanfaatkan jasa perbankan syariah untuk menyimpan dana semakin meningkat.

Variabel kontrol perilaku dalam penelitian ini diukur dengan tiga indikator yaitu sumber daya, kemampuan dan mengendalikan.⁵⁹ Sumber daya mencerminkan sejauh mana individu merasa memiliki sumber daya yang cukup untuk melakukan *saving behaviour* di bank syariah. Kemampuan mencerminkan sejauh mana individu merasa memiliki kemampuan atau keterampilan yang diperlukan untuk melakukan perilaku menyimpan dana di bank syariah. Mengendalikan mencerminkan sejauh mana individu merasa memiliki kendali atau kontrol terhadap keputusan dan tindakan mereka terkait dengan *saving behaviour* di bank syariah. Dengan mengukur variabel kontrol

⁵⁸ Ajzen, "Consumer Attitudes and Behavior: The Theory," 129.

⁵⁹ Ayyub et al., "Determinants of Intention to Use Islamic," 163.

perilaku melalui indikator-indikator ini, penelitian dapat menyelidiki sejauh mana faktor-faktor seperti ketersediaan sumber daya, kemampuan, dan tingkat kontrol diri memengaruhi kemungkinan individu untuk terlibat dalam *saving behaviour* di bank syariah.

2. Perbankan Syariah

Industri keuangan syariah mulai dikenal secara luas di Indonesia, sejak bank Muamalat Indonesia (BMI)⁶⁰ didirikan pada tahun 1992.⁶¹ Kehadiran BMI dinilai sebagai momentum dalam perkembangan ekonomi syariah di Indonesia.⁶² Dalam kurun waktu 1992-1998 Indonesia hanya memiliki satu bank umum syariah, namun pada Desember 2023 jumlah bank umum syariah di Indonesia mengalami lonjakan yang signifikan. Saat ini sedikitnya ada 13 bank syariah yang termasuk dalam kategori bank Umum dan terdapat 20 bank syariah dalam kategori Unit Usaha Syariah⁶³ yang tersebar di 24 Provinsi.⁶⁴ Sementara itu bank syariah di Jawa Tengah juga telah memiliki sedikitnya 125 jaringan kantor bank

⁶⁰ Bank Muamalat Indonesia (BMI) berdiri pada tanggal 22 April tahun 1992 sesuai dengan surat izin operasional berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia No 430/KMK.013/1992. Lihat Ahmad Dahlan, *Pengantar Ekonomi Islam: Kajian Teologis, Epistemologis, dan Empiris* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2019), 160.

⁶¹ Adiwarmanto Azwar Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010), 25.

⁶² Dahlan, *Pengantar Ekonomi Islam: Kajian*, 160.

⁶³ Otoritas Jasa Keuangan, *Statistik Perbankan Syariah Desember*, 4.

⁶⁴ Otoritas Jasa Keuangan, *Statistik Perbankan Syariah Desember*, 5.

syariah.⁶⁵ Kondisi ini menggambarkan jumlah perbankan syariah terus mengalami peningkatan sejak diperkenalkan di Indonesia.⁶⁶

Bank syariah dalam UU No 21 Tahun 2008 berarti bank yang menjalankan bisnisnya sesuai dengan prinsip syariah.⁶⁷ Pengertian lengkap bank syariah dalam UU tersebut adalah sebagai berikut:

“Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah”.⁶⁸

⁶⁵ Otoritas Jasa Keuangan, *Statistik Perbankan Syariah*, 6–7.

⁶⁶ Peningkatan jumlah perbankan syariah di Indonesia tidak terlepas dari dukungan pemerintah dengan memberikan legitimasi melalui UU No 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan yang secara implisit membuka peluang kegiatan perbankan syariah meskipun masih menggunakan istilah bagi hasil. Lihat Darsono dkk., *Perbankan Syariah di Indonesia: Kelembagaan dan Kebijakan Serta Tantangan Ke Depan* (Depok: Rajawali Pers, 2017), 10. Pemerintah juga mengeluarkan UU No 10 Tahun 1998 yang merupakan amandemen UU No 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan, yang memberikan landasan hukum yang lebih kuat karena memungkinkan bank Konvensional membuka Unit Usaha Syariah. UU No 23 tentang tahun 1999 tentang bank Indonesia yang diamandemen melalui UU No 3 Tahun 2004 tentang bank Indonesia. UU ini memberikan kemudahan bagi bank Indonesia dalam melakukan pengawasan, karena dapat menjalankan tugasnya berdasarkan prinsip syariah. yang melegitimasi terhadap perkembangan bank syariah, karena dalam UU tersebut mengatur tentang sistem operasional dan produk-produk berbasis syariah. UU No 10 Tahun 1998 tentang perbankan yang telah memberikan dorongan untuk lahirnya bank-bank syariah di Indonesia. UU No 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah yang terbit tanggal 16 Juli 2008 menyebabkan bank syariah memiliki landasan hukum yang lebih spesifik. Lihat Darsono dkk. *Perbankan Syariah Di Indonesia: Kelembagaan Dan Kebijakan Serta Tantangan Ke Depan* (Depok: Rajawali Pers, 2017), 23.

⁶⁷ Prinsip Syariah adalah prinsip hukum Islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa di bidang syariah. Lihat Undang-Undang Republik Indonesia No 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah Pasal 1 poin 12.

⁶⁸ Lihat Undang-Undang Republik Indonesia No 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah Pasal 1 poin 7. Namun demikian perbankan syariah yang dimaksud dalam penelitian ini adalah bank umum syariah dan unit usaha syariah. Peneliti hannya fokus pada bank umum syariah dan unit syariah karena keduanya memiliki karakteristik yang berbeda dengan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah

Ahli lain menyatakan bahwa bank syariah pada dasarnya bank yang menjalankan operasionalnya tidak menggunakan sistem bunga.⁶⁹ Sementara itu Acarya dan Yumanita mengartikan bank syariah sebagai bank yang dalam menjalankan aktivitas bisnisnya dilandasi oleh prinsip syariah. Prinsip syariah berarti dalam menjalankan bisnisnya bank syariah menggunakan akad yang berdasarkan hukum Islam dalam melaksanakan tugas intermediasi.⁷⁰ Dari pengertian-pengertian-pengertian di atas maka peneliti menyimpulkan bahwa bank syariah salah satu bentuk bank yang ada di Indonesia dimana dalam menjalankan bisnisnya (penghimpunan dana dan penyaluran dananya) sesuai dengan prinsip syariah.

Dari sisi fungsi, bank syariah tidak memiliki perbedaan dengan bank konvensional, yaitu berfungsi sebagai intermediasi (perantara). Fungsi intermediasi yaitu bank sebagai lembaga yang melakukan penghimpunan dana dan menyalurkan kembali kepada masyarakat yang membutuhkan pembiayaan. Dalam menjalankan fungsinya untuk menghimpun dana, perbankan syariah dapat menggunakan akad *al-waḍī'ah* dan *Muḍārabah*. Sementara dalam menyalurkan dananya dapat menggunakan prinsip jual beli, prinsip bagi hasil. Selain menghimpun dan menyalurkan dana, perbankan syariah juga dapat memberikan pelayanan kepada para nasabahnya dalam bentuk jasa.⁷¹

⁶⁹ Muhamad, *Teknik Perhitungan Bagi Hasil Dan Pricing Di Bank Syariah* (Yogyakarta: UII Press, 2012), 1.

⁷⁰ Ascarya dan Diana Yumanita, *Bank Syariah: Gambaran Umum Pusat* (Jakarta: Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan (PPSK) BI, 2005), 1.

⁷¹ Ghofur, *Pengantar Ekonomi Syariah: Konsep Dasar*, 137–144.

a. Produk penghimpunan dana

Perbankan syariah dalam kegiatan menghimpun dana, umumnya menggunakan akad *al-wadī'ah* dan *Muḍārabah*. Akad *al-wadī'ah* dapat berupa *wadī'ah yad al-amanah* dan *wadī'ah yad al-ḍamanah*.⁷² Prinsip dasar dari akad *wadī'ah yad al-amanah* adalah objek titipan tidak diperkenankan untuk dimanfaatkan oleh pihak yang dititipi.⁷³ Penerapan akad *wadī'ah yad al-amanah* dalam praktik perbankan syariah berupa produk *Safe Deposit Box (SDB)*.⁷⁴ Sementara akad *wadī'ah yad al-ḍamanah* dalam praktik perbankan syariah diterapkan dalam produk tabungan dan giro di bank syariah. Hal ini dikarenakan *wadī'ah yad al-ḍamanah* memiliki karakteristik pihak yang dititipi dapat memanfaatkan harta titipan dan pihak yang dititipi harus bertanggungjawab atas keutuhan harta yang dititipkan.⁷⁵

Selain menghimpun dana dengan akad *al-wadī'ah*, dalam praktiknya bank syariah juga dapat menggunakan akad *muḍārabah* dalam penghimpunan dana dari masyarakat. Akad *muḍārabah* juga dikenal dengan *qirāḍ* atau *muqāraḍah*.⁷⁶ Dalam mengaplikasikan akad *muḍārabah* di perbankan syariah, penyimpan dana (nasabah) bertindak sebagai *ṣohibul mā'* sementara perbankan syariah selaku pengelola modal.⁷⁷ Aplikasi atau penerapan dari akad *muḍārabah* diperbankan

⁷² Muhamad, *Teknik Perhitungan Bagi Hasil Dan Pricing*, 7.

⁷³ Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih Dan Keuangan*, 107.

⁷⁴ Ghofur, *Pengantar Ekonomi Syariah: Konsep Dasar*, 138.

⁷⁵ Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih Dan Keuangan*, 108.

⁷⁶ Ghofur, *Pengantar Ekonomi Syariah: Konsep Dasar*, 138.

⁷⁷ Muhamad, *Teknik Perhitungan Bagi Hasil Dan Pricing*, 7.

syariah dalam menghimpun simpanan berupa tabungan haji, tabungan kurban dan lain sebagainya. Karakteristik dari simpanan *muḍārabah* adalah dana tidak dapat ditarik sewaktu-waktu.⁷⁸

b. Produk penyaluran dana atau pembiayaan

Dibandingkan akad dalam penghimpunan dana, akad dalam menyalurkan dana atau memberikan pembiayaan di perbankan syariah lebih banyak. Secara umum akad yang banyak digunakan perbankan syariah digunakan dalam penghimpunan dana dapat digolongkan pada tiga prinsip diantaranya prinsip jual beli, prinsip sewa dan prinsip bagi hasil.

Penghimpunan dana dengan prinsip jual beli yang umum digunakan dalam penyaluran dana adalah akad *murābahah*, *salam* dan *iṣṭisna'*.⁷⁹ *Murābahah* merupakan pembiayaan yang dilakukan dalam bentuk jual-beli. Praktik dalam akad *murābahah* dalam konteks perbankan syariah adalah pihak bank bertindak sebagai pemilik barang (penjual) dan nasabah bertindak sebagai pembeli. Dalam *murābahah* ini pihak bank syariah dapat memperoleh keuntungan dari margin atas kesepakatan dari pihak perbankan dan pihak nasabah.⁸⁰ Akad dengan prinsip jual beli yang juga dipraktikkan di perbankan syariah dalam menyalurkan dana adalah menggunakan akad *salam*. *Salam* adalah pembiayaan berupa pemberian dana talangan yang diberikan bank syariah kepada nasabah dalam rangka mendapatkan barang dimana

⁷⁸ Ghofur, *Pengantar Ekonomi Syariah: Konsep Dasar*, 139.

⁷⁹ Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih Dan Keuangan*, 98-100.

⁸⁰ Muhamad, *Teknik Perhitungan Bagi Hasil Dan Pricing*, 10.

pembayaran dilakukan diawal sebelum barangnya tersedia.⁸¹ Adapun pembiayaan dengan akad *iṣṭisna* ' yaitu bank syariah memberikan dana kepada nasabah dilakukan dengan tahapan tertentu sesuai dengan prinsip dalam *bai' iṣṭisna* '. Dalam praktiknya bank syariah akan menjual barang yang telah diperoleh dalam bentuk cicilan kepada nasabah lainnya guna memperoleh keuntungan. Dengan karakteristik demikian maka akad *iṣṭisna* ' pada saat ini banyak ditemui dalam penyaluran pembiayaan sektor konstruksi dan pembiayaan barang manufaktur dalam jangka pendek.⁸²

Selain menggunakan prinsip jual beli, perbankan syariah juga dapat menyalurkan dana kepada masyarakat dengan menggunakan prinsip *ijarah* atau sewa. Pada prinsipnya, transaksi *ijarah* ditandai dengan perpindahan manfaat. Prinsip *ijarah* mirip dengan transaksi jual beli, namun berbeda pada objek transaksi. Objek transaksi dalam jual beli berupa barang, akan tetapi objek transaksi dalam *ijarah* adalah jasa.⁸³ Dalam praktiknya, *ijarah* yang dilakukan adalah *ijarah al muntahiya bit tamlik*, yaitu *ijarah* yang disertai adanya perpindahan kepemilikan pada akhir akad.⁸⁴

Produk penyaluran dana atau pembiayaan selanjutnya adalah prinsip bagi hasil. Prinsip ini dapat menggunakan dua akad yaitu akad *muḍārabah* dan *musyarākah*. *Muḍārabah* merupakan penyaluran dana dengan kontrak *profit and loss sharing*.⁸⁵ Secara sederhana *muḍārabah*

⁸¹ Ghofur, *Pengantar Ekonomi Syariah: Konsep Dasar*, 140.

⁸² Ghofur, *Pengantar Ekonomi Syariah: Konsep Dasar*, 141.

⁸³ Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih Dan Keuangan*, 101.

⁸⁴ Muhamad, *Teknik Perhitungan Bagi Hasil Dan Pricing*, 11.

⁸⁵ Ghofur, *Pengantar Ekonomi Syariah: Konsep Dasar*, 143.

adalah penyaluran dana dimana bank syariah bertindak sebagai pemilik dana atau *ṣāhibul māl* dan nasabah bertindak sebagai *muḍārib* pengelola dana. Karakteristik dari penyaluran pembiayaan menggunakan akad *muḍārabah* yaitu pihak pemilik dana atau *ṣāhibul māl* berkontribusi terhadap 100 persen modal dan *muḍārib* murni sebagai pengguna dana.⁸⁶

Bank syariah juga dapat menyalurkan pembiayaan menggunakan prinsip bagi hasil dengan menggunakan akad *musyarākah*. Pembiayaan dengan akad *musyarākah* pada dasarnya dilakukan karena adanya keinginan untuk meningkatkan nilai aset dari para pihak yang akan melakukan kerjasama.⁸⁷ Para pihak dapat berkontribusi dalam rangka peningkatan aset tersebut, dapat berupa kontribusi dana, kewirausahaan, peralatan, barang dagangan, keahlian/kepandaian, kepemilikan, kepercayaan, dan lain sebagainya yang memiliki nilai.⁸⁸ Dengan demikian pembiayaan dengan akad *musyarākah* pihak yang saling bekerjasama dapat memberikan kontribusi sesuai dengan sumber daya yang dimilikinya.

c. Produk Jasa

Perbankan syariah tidak hanya melakukan penghimpunan dan kemudian menyalurkannya, namun bank syariah juga dapat memberikan jasa dalam rangka memperoleh pendapatan. Sedikitnya ada lima akad yang dapat digunakan oleh perbankan syariah dalam

⁸⁶ Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih Dan Keuangan*, 103.

⁸⁷ Ghofur, *Pengantar Ekonomi Syariah: Konsep Dasar*, 142.

⁸⁸ Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih Dan Keuangan*, 102.

menyelenggarakan pelayanan yaitu *al-kafālah*, *al-hiwālah*, *al-wakālah*, *al-rahn* dan *al-ju'ālah*.

Al-kafālah merupakan jasa yang diberikan oleh perbankan syariah dengan memberikan jaminan kepada pihak ketiga atas pihak yang memiliki kewajiban dalam hal ini adalah pihak kedua.⁸⁹ Dalam konteks perbankan *al-kafālah* dipraktikkan dalam bentuk bank garansi.⁹⁰ Atas jaminan yang diberikan maka perbankan syariah selaku penjamin dapat memperoleh biaya jasa atas jasa yang diberikan. *Al-hiwālah* yaitu transaksi pengalihan utang piutang. Dalam praktiknya akad *al-hiwālah* pada umumnya digunakan dalam rangka membantu *supplier* untuk mendapatkan modal secara tunai.⁹¹ Dengan demikian jasa berupa akad *al-hiwālah* sangat membantu *supplier* dalam melakukan produksinya.

Al-wakālah adalah jasa yang diberikan bank syariah, dimana bank syariah bertindak sebagai wakil dari nasabah. Agar perbankan dapat mewakili nasabah dalam melakukan suatu tindakan/pekerjaan tertentu maka pihak bank syariah akan meminta nasabah untuk mendepositokan dana secukupnya.⁹² Adapun jasa *al-rahn* atau gadai merupakan pemberian pembiayaan kepada nasabah atas jaminan barang yang diberikan. Sementara jasa dengan akad *al-ju'ālah* merupakan jasa yang diberikan perbankan syariah dalam bentuk pelayanan tertentu kepada nasabah, seperti pembelian tiket pesawat

⁸⁹ Ghofur, *Pengantar Ekonomi Syariah: Konsep Dasar*, 143-144.

⁹⁰ Muhamad, *Teknik Perhitungan Bagi Hasil Dan Pricing*, 14.

⁹¹ Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih Dan Keuangan*, 105.

⁹² Ghofur, *Pengantar Ekonomi Syariah: Konsep Dasar*, 144.

atau transaksi dengan memanfaatkan kartu debit, kartu kredit, cek atau transfer.⁹³

3. Kinerja Dana Pihak Ketiga (DPK)

Dana pihak ketiga adalah istilah dalam industri perbankan yang mengacu pada dana yang ditempatkan di bank oleh individu atau entitas bisnis di luar bank itu sendiri. Ini bisa berupa simpanan tabungan, deposito, atau bentuk lain dari dana yang ditempatkan oleh masyarakat.⁹⁴ Dana pihak ketiga menjadi sumber utama dana bagi bank karena bank menggunakan dana ini untuk memberikan pembiayaan kepada nasabah lain atau untuk melakukan investasi lainnya.⁹⁵ Dana pihak ketiga ini penting karena bank mengandalkan pada dana tersebut untuk menghasilkan pendapatan melalui bagi hasil atau keuntungan dari investasi. Dengan demikian, peran masyarakat dalam menyediakan dana pihak ketiga menjadi sangat penting dalam menjaga likuiditas dan pertumbuhan bank syariah.

Dana pihak ketiga memiliki dampak terbesar dari berbagai sumber dana yang tersedia, sehingga jumlah dana pihak ketiga yang berhasil dikumpulkan oleh sebuah bank akan mempengaruhi kemampuannya dalam memberikan pembiayaan.⁹⁶ Pembiayaan tersebut diberikan kepada

⁹³ Ghofur, *Pengantar Ekonomi Syariah: Konsep Dasar*, 144.

⁹⁴ Delvy Melina, Ety Gurendrawati, and Diah Armeliza, "Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Market Share Perbankan Syariah Di Indonesia," *Jurnal Akuntansi, Perpajakan Dan Auditing* 1, no. 2 (2020): 711.

⁹⁵ Maltuf Fitri, "Peran Dana Pihak Ketiga Dalam Kinerja Lembaga Pembiayaan Syariah dan Faktor-Faktor Yang Memengaruhinya," *Economica: Jurnal Ekonomi Islam* 7, no. 1 (2016): 74, <https://doi.org/10.21580/economica.2016.7.1.1033>.

⁹⁶ Yeni Fitriani Somantri and Wawan Sukmana, "Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Financing to Deposit Ratio (FDR) Pada Bank Umum

pihak-pihak yang telah memenuhi persyaratan yang ditetapkan dalam perjanjian antara pihak debitur dan bank. Sumber dana pihak ketiga pada bank syariah dapat berasal dari:

a. Simpanan Giro

Giro, sesuai dengan undang-undang perbankan syariah nomor 21 tahun 2008, adalah jenis simpanan yang didasarkan pada akad *wadi'ah* atau akad lain yang sesuai dengan prinsip syariah. Penarikan dana dari giro dapat dilakukan kapan saja menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah pembayaran lainnya, atau melalui perintah pemindahbukuan⁹⁷. Giro merupakan bentuk simpanan yang tidak memberikan bagi hasil kepada nasabahnya, dan biasanya digunakan oleh perusahaan, yayasan, atau badan hukum lainnya dalam kegiatan keuangan mereka. Meskipun tidak ada pembagian keuntungan dalam giro, bank berhak memberikan bonus kepada nasabah tanpa penentuan jumlahnya di awal, yang bergantung pada kebijakan bank.

b. Tabungan

Tabungan, menurut Undang-Undang Perbankan Syariah Nomor 21 tahun 2008, merupakan jenis simpanan yang didasarkan pada akad *wadi'ah* atau investasi dana berdasarkan *mudharabah* atau akad lain yang sesuai dengan prinsip syariah. Penarikan dana dari tabungan

Syariah Di Indonesia,” *Berkala Akuntansi Dan Keuangan Indonesia* 4, no. 2 (2020): 64, <https://doi.org/10.20473/baki.v4i2.18404>.

⁹⁷ Hendra and Muhammad Zuhirsyan, *Perbankan Syariah Dalam Perspektif Praktis Dan Legalitas* (Medan: CV Merdeka Kreasi Group, 2021), 143.

dapat dilakukan sesuai dengan syarat dan ketentuan yang telah disepakati, namun tidak melalui cek, bilyet giro, atau instrumen serupa. Tabungan adalah jenis simpanan yang likuid, yang berarti nasabah dapat mengambil dana kapan pun diperlukan, meskipun bagi hasil yang ditawarkan kepada nasabah kecil.

c. Deposito

Menurut Undang-Undang Perbankan Syariah Nomor 21 tahun 2008, deposito adalah investasi dana yang didasarkan pada akad *mudharabah* atau akad lain yang sesuai dengan prinsip syariah, di mana penarikannya hanya diizinkan pada waktu tertentu sesuai dengan perjanjian antara nasabah penyimpan dan bank syariah. Deposito merupakan jenis simpanan nasabah yang memiliki jumlah minimum dan jangka waktu tertentu, serta menawarkan bagi hasil yang lebih tinggi daripada tabungan.

4. Pengetahuan

Penelitian ini mencoba untuk mengintegrasikan variabel pengetahuan dalam konsep TPB. Pengetahuan tentang produk atau jasa penting untuk diperhatikan, karena melalui pengetahuan dapat menarik perhatian konsumen dan pada akhirnya mempengaruhi keputusan pembelian.⁹⁸ Pengetahuan merupakan persepsi yang dirasakan oleh konsumen

⁹⁸ Maizaitulaidawati Md Husin and Asmak Ab Rahman, "Do Muslims Intend to Participate in Islamic Insurance? Analysis from Theory of Planned Behaviour," *Journal of Islamic Accounting and Business Research* 7, no. 1 (2016): 46–47. <https://doi.org/10.1108/JIABR-03-2014-0012>

mengenai produk tertentu, termasuk juga pengalaman atas pemanfaatan sebuah produk.⁹⁹ Peneliti lain menyebutkan bahwa pengetahuan tentang produk merupakan konstruksi multidimensi yang kompleks yang dicirikan oleh struktur dan isi informasi yang disimpan dalam memori¹⁰⁰ dapat berupa atribut yang melekat pada jasa/produk, keuntungan ketika menggunakan produk/jasa dan nilai yang diperoleh atas penggunaan jasa/produk.¹⁰¹

Dalam konteks bank syariah pengetahuan diartikan sebagai informasi tentang bank syariah yang dapat diperoleh melalui pengalaman ataupun melalui proses pembelajaran.¹⁰² Pengetahuan terkait dengan bank syariah meliputi informasi tentang produk, layanan, mekanisme dan kegiatan bank syariah.¹⁰³ Pengetahuan tentang perbankan syariah seharusnya semakin baik di mata masyarakat, karena perbankan syariah saat ini telah dipelajari sejak SMA. Sebagaimana studi yang dilakukan oleh Hasan dkk bahwa literatur pendidikan agama Islam pada generasi muda dalam mata pelajaran Fiqih juga banyak mengkaji tentang ekonomi dan perbankan Islam.¹⁰⁴ Selain itu, banyak perguruan tinggi di Jawa Tengah yang membuka program studi bank syariah, ekonomi Islam, akuntansi syariah.¹⁰⁵ Dengan demikian pengetahuan masyarakat tentang bank syariah semakin memadai dan pada akhirnya dapat membentuk sikap positif masyarakat untuk memanfaatkan jasa bank syariah dalam

⁹⁹ Yi Li et al., "Effects of Suppliers' Trust," 1044.

¹⁰⁰ Lau, "Supplier and Customer Involvement," 916.

¹⁰¹ Peter and Olson, "*Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*", 68.

¹⁰² Mbawuni and Nimako, "Determinants of Islamic Banking," 267.

¹⁰³ Nugraheni and Widyani, "A Study of Intention to Save," 1451.

¹⁰⁴ Noorhaidi Hasan dkk., "*Literatur Keislaman Generasi*", 36.

¹⁰⁵ Nugraheni and Widyani, "A Study of Intention to Save," 1451.

menyimpan dana. Hal ini dikarenakan pengetahuan yang memadai tentang bank syariah pada akhirnya dapat mengubah cara pandang masyarakat terhadap bank syariah. Tanpa pengetahuan yang memadai maka masyarakat akan menganggap bahwa bank syariah tidak memiliki perbedaan dengan bank konvensional. Anggapan semacam ini yang dapat mengancam eksistensi dari perbankan syariah.

Masyarakat akan melalui proses lima tahap pengetahuan sebelum keputusan untuk mengadopsi produk yaitu tahap persuasi, keputusan, implementasi dan konfirmasi.¹⁰⁶ Pengetahuan masyarakat tentang bank syariah terkait dengan pengetahuan tentang sistem ekonomi Islam secara umum, mengetahui tentang konsep bagi hasil dan tentang sistem perbankan syariah. Ada beberapa konsep keuangan syariah yang perlu diketahui oleh masyarakat seperti, konsep tentang riba, akad-akad yang digunakan, keberadaan dewan pengawas syariah dan lain sebagainya.¹⁰⁷

Secara umum terdapat tiga jenis pengetahuan terhadap suatu produk atau jasa diantaranya adalah pengetahuan terkait dengan atribut atau karakteristik produk, pengetahuan terkait dengan akibat atau manfaat positif dari penggunaan produk atau jasa, dan pengetahuan terkait dengan nilai-nilai produk atau jasa yang dapat membantu konsumen dalam memperoleh kepuasan.¹⁰⁸ Masyarakat dapat memiliki pengetahuan tentang jenis atribut jasa bank syariah secara konkret mewakili karakteristik fisik yang nyata dari suatu produk (pelayanan, penanganan

¹⁰⁶ Ezeh and Anayo Nkamnebe, "Predictors of Islamic Bank," 5.

¹⁰⁷ Ihsan Effendi et al., "The Application of the Theory of Reasoned Action on Services of Islamic Rural Banks in Indonesia," *Journal of Islamic Marketing* 12, no. 5 (2020): 5. <https://doi.org/10.1108/JIABR-03-2014-0012>

¹⁰⁸ Peter and Olson, "*Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*", 70.

masalah dll). Adapun pengetahuan tentang atribut abstrak mewakili karakteristik yang lebih subjektif dan tidak berwujud.¹⁰⁹

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Husin & Rahman menemukan bahwa pengetahuan dapat menjadi variabel yang dapat melengkapi konsep TPB. Hal ini dikarenakan pengetahuan secara signifikan dapat mempengaruhi sikap dan niat masyarakat untuk menggunakan jasa asuransi Syariah.¹¹⁰ Penelitian yang dilakukan oleh Mbawuni & Nimako memberikan bukti jika pengetahuan dapat mempengaruhi sikap terhadap perbankan Syariah di Ghana.¹¹¹

Secara operasional, pengetahuan dalam penelitian ini diukur dengan atribut atau karakteristik produk/jasa. Pengetahuan masyarakat terhadap bank syariah dapat berupa atribut nyata dan atribut abstrak. Atribut nyata terkait dengan karakteristik produk/jasa yang dapat diamati secara langsung, sementara atribut abstrak terkait dengan karakteristik subjektif yang tidak dapat diamati secara langsung. Pengetahuan atribut baik berupa atribut nyata ataupun atribut abstrak pada penelitian ini dapat dinilai melalui tingkat pengetahuan masyarakat mengenai akad dan prinsip operasional dari perbankan syariah. Dengan pengetahuan tentang atribut produk tabungan maka dapat membentuk sikap yang positif masyarakat terhadap perbankan syariah.

¹⁰⁹ Peter and Olson, "*Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*", 71.

¹¹⁰ M Md Husin and A Ab Rahman, "Do Muslims Intend to Participate in Islamic Insurance?: Analysis from Theory of Planned Behaviour," *Journal of Islamic Accounting and Business Research* 7, no. 1 (2016): 51.

¹¹¹ Mbawuni and Nimako, "Determinants of Islamic Banking," 16.

5. Religiositas

Istilah religiositas atau dalam bahasa Inggris adalah *religiosity/religiousness* merupakan tradisi yang mencerminkan fenomena keagamaan. Religiositas dari sudut pandang etimologis terkait dengan istilah lain seperti *religion* dan *religious* yang semuanya berakar pada kata Latin *religio*.¹¹² Istilah *religion* merujuk pada adanya ikatan antara manusia dengan Yang Ilahi atau transenden.¹¹³ Kendati konsep agama dan religiositas memiliki keterkaitan yang kuat, namun keduanya merupakan konsep yang berbeda.¹¹⁴ Farah dan El Samad menyatakan bahwa agama terdiri dari nilai-nilai dan keyakinan bersama, sedangkan religiositas mencerminkan derajat komitmen individu terhadap agamanya.¹¹⁵

Religiositas terkait dengan bagaimana keyakinan yang bersumber dari nilai agama, cita-cita yang menjadi pegangan dipraktikkan.¹¹⁶ Pengertian lainnya dari religiositas adalah bagaimana seseorang dengan agama

¹¹² Hans-Ferdinand Angel, *Encyclopedia of Sciences and Religions*, (Berlin: Springer Dordrecht, 2013). *Religio* berasal dari kata “leg” yang berarti memperhatikan atau lainnya. Ada juga yang beranggapan bahwa *Religio* berasal dari kata “lig” yang berarti mengikat. Lihat Romadhon, “Pendahuluan,” in *Agama-Agama Di Dunia* (Yogyakarta: IAIN Sunan Kalijaga Press, 1998), 8.

¹¹³ James M Nelson, *Psychology, Religion, and Spirituality* (USA: Springer Science, 2019), 3.

¹¹⁴ Stefano Pace, “Effects of Intrinsic and Extrinsic Religiosity on Attitudes toward Products: Empirical Evidence of Value-Expressive and Social-Adjustive Functions,” *Journal of Applied Business Research* 30, no. 4 (2014): 1228. 10.19030/jabr.v30i4.8668

¹¹⁵ Maya F. Farah and Lamis El Samad, “The Effects of Religion and Religiosity on Advertisement Assessment among Lebanese Consumers,” *Journal of International Consumer Marketing* 26, no. 4 (2014): 345. 10.1080/08961530.2014.919126

¹¹⁶ Agarwala et al., “Religiosity and Consumer Behavior,” 2.

tertentu mengikuti ritual agama dan menjalani kehidupan yang dianjurkan oleh agama.¹¹⁷ Ada juga yang mengartikan religiositas sebagai pandangan yang diekspresikan dalam keyakinan, narasi, simbol, dan praktik ibadah serta menjadi sumber nilai.¹¹⁸ Religiositas juga didefinisikan sebagai preferensi, emosi, keyakinan, dan perilaku yang mengacu pada agama tertentu.¹¹⁹ Sementara itu Usman mendefinisikan religiositas dari dua perspektif, yaitu tingkat keyakinan terhadap nilai agama dan pelaksanaan atas keyakinan tersebut dalam kehidupan. Konsekuensi dari kedua perspektif ini menyebabkan adanya perbedaan derajat religiositas di antara pemeluk satu agama.¹²⁰

Dari pengertian-pengertian diatas maka dalam konteks penelitian ini religiositas diartikan sebagai pandangan yang diekspresikan dalam bentuk keyakinan dan menjadi preferensi dalam perilaku.¹²¹ Terkait dengan keyakinan atau *beliefs* maka religiositas seseorang berhubungan dengan

¹¹⁷ Nima S. Ganga and V. Raman Kutty, "Influence of Religion, Religiosity and Spirituality on Positive Mental Health of Young People," *Mental Health, Religion and Culture* 16, no. 4 (2013): 436. 10.1080/13674676.2012.697879

¹¹⁸ Johan Graafland, "Religiosity, Attitude, and the Demand for Socially Responsible Products," *Journal of Business Ethics* 144, no. 1 (2017): 123. 10.1007/s10551-015-2796-9

¹¹⁹ Muhammad Talha Salam et al., "Measuring Religiosity among Muslim Consumers: Observations and Recommendations," *Journal of Islamic Marketing* 10, no. 2 (2019): 634. 10.1108/JIMA-02-2018-0038

¹²⁰ Hardius Usman, "Islamic Religiosity Scale, and Its Applied on the Relationship between Religiosity and Selection of Islamic Bank," *Journal of Distribution Science* 14, no. 2 (2016): 24. <http://dx.doi.org/10.15722/jds.14.2.201602.23>

¹²¹ Apapun agama seseorang, keyakinan agamanya akan mempengaruhi perilakunya. Lihat Nizar Souiden and Yosr Jabeur, "The Impact of Islamic Beliefs on Consumers' Attitudes and Purchase Intentions of Life Insurance," *International Journal of Bank Marketing* 33, no. 4 (2015): 426, <https://doi.org/10.1108/IJBM-01-2014-0016>.

apa yang harus dipercayai dan merupakan dimensi yang paling dasar dari agama¹²² yang terdiri dari seperangkat keyakinan tentang keberadaan Tuhan, malaikat, Hari Pembalasan, dan keyakinan terhadap kitab suci Al-Qur'an bagi umat Islam.¹²³

Religiositas menjadi salah satu variabel yang dipertimbangkan untuk dikaji dalam penelitian ini karena merupakan salah satu faktor yang dapat menentukan perilaku, termasuk dalam perilaku konsumen.¹²⁴ Secara empiris, banyak peneliti yang telah memberikan data empiris bahwa religiositas memang berkaitan erat dengan perilaku konsumen. Berbagai penelitian juga telah menunjukkan cukup banyak bukti mengenai hubungan yang signifikan antara religiositas dengan berbagai aspek dalam perilaku konsumsi seperti adopsi produk baru, materialisme, pencarian status, pilihan terhadap merek, *switching*, risiko dan konsumerisme. Religiositas juga mempengaruhi cara konsumen mengevaluasi barang dan jasa.¹²⁵ Religiositas penting untuk diperhatikan karena perilaku konsumsi ataupun sikap konsumen sangat ditentukan oleh komitmen terhadap keyakinan agama.¹²⁶

¹²² Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Agama: Sebuah Pengantar* (Jakarta: Mizan, 2003), 44.

¹²³ Ali Teymoori et al., "Relationship between Dimensions of Religiosity, Authoritarianism, and Moral Authority," *Social Compass* 61, no. 1 (2014): 98. [10.1177/0037768613514320](http://dx.doi.org/10.1177/0037768613514320)

¹²⁴ Safiek Mokhlis, "Relevancy and Measurement of Religiosity in Consumer Behavior Research," *International Business Research* 2, no. 3 (2009): 78. <http://dx.doi.org/10.15722/jds.14.2.201602.23>

¹²⁵ Agarwala et al., "Religiosity and Consumer Behavior," 2.

¹²⁶ Ateeq-ur Rehman and Muhammad Shahbaz Shabbir, "The Relationship Between Religiosity and New Product Adoption," *Journal of Islamic Marketing* 1, no. 1 (2010): 63. [10.1108/17590831011026231](http://dx.doi.org/10.1108/17590831011026231)

Dalam ajaran Agama Islam misalnya, adanya larangan untuk mengkonsumsi minuman keras, menyebabkan seseorang yang memiliki komitmen terhadap agamanya akan menghindari dalam mengkonsumsi minuman keras. Agama Islam juga melarang transaksi yang mengandung riba, sehingga umat Islam yang taat akan menghindari transaksi keuangan yang mengandung unsur-unsur riba. Singkatnya religiositas memiliki peran penting dalam konteks pemilihan produk atau jasa dan menjadi faktor pendorong dalam proses pengambilan keputusan konsumen, dalam konteks ini adalah perilaku dalam menyimpan dana di bank syariah.

Uraian diatas memberikan informasi bahwa religiositas memiliki peranan penting dalam perilaku konsumen, namun dalam mengukur religiositas tidaklah mudah, ini dibuktikan banyaknya para ahli yang mencoba menyusun skala pengukuran tentang religiositas. Sedikitnya ada 126 skala religiositas yang tersedia untuk mengukur religiositas.¹²⁷ Dari skala yang ada pada kenyataannya hingga saat ini belum ada ukuran religiositas yang mampu menggambarkan apakah seorang individu dapat dikatakan religius ataukah tidak.¹²⁸

Bjarnason merumuskan religiositas terdiri dari tiga dimensi utama yaitu *religious affiliation*, *religious activities*, dan *religious belief*.¹²⁹ Sementara itu Hood *et.al* menyatakan terdapat tiga dimensi utama dalam

¹²⁷ Scott J. Vitell, "The Role of Religiosity in Business and Consumer Ethics: A Review of the Literature," *Journal of Business Ethics* 90, no. 2 (2009): 157. 10.1007/s10551-010-0382-8

¹²⁸ Mariam Abou-Youssef et al., "Measuring Islamic-Driven Buyer Behavioral Implications: A Proposed Market-Minded Religiosity Scale," *Journal of American Science* 7, no. 8 (2011): 730.

¹²⁹ Dana Bjarnason, "Concept Analysis of Religiosity," *Home Health Care Management and Practice* 19, no. 5 (2007): 352. 10.1177/1084822307300883

religiositas yaitu *cognition*, *affect* dan *behaviour*. Dimensi *cognition* terkait dengan aspek ideologis, dimensi *affect* terkait dengan emosional, aspek kepercayaan atau perilaku suka/tidak suka (yang sering kali mencakup sikap dan nilai) dan dimensi *behaviour* atau apa yang dilakukan orang dan bagaimana mereka bertindak.¹³⁰ Dengan demikian religiositas merupakan pengalaman yang sangat kompleks dan beragam, sehingga pengukuran yang baik harus mencerminkan kompleksitas ini. Kondisi ini menurut Hood *et.al* tidak berarti bahwa setiap ukuran harus mencerminkan semua kompleksitas ini, banyak topik yang menarik hanyalah sebagian domain saja misalnya hanya domain keyakinan atau hanya pada domain perilaku saja. Menggabungkan domain religiositas akan menyebabkan hasil penelitian yang membingungkan.¹³¹

Sementara itu Glock menawarkan lima dimensi untuk mengukur religiositas, yaitu *ideological dimension*, *ritualistic dimension*, *experiential dimension*, *intellectual dimension*, *consequential dimension*.¹³² Penjelasan singkat mengenai dimensi religiositas yang ditawarkan oleh Glock adalah sebagai berikut:

- a. *Ideological dimension*. Dimensi ini berkaitan dengan apa yang harus dipercayai dan merupakan dimensi yang paling dasar.¹³³ dimensi ideologis yang mencerminkan komponen kognitif dari komitmen

¹³⁰ Ralph W Hood et al., *The Psychology of Religion an Empirical Approach*, Fourth Edition (New York: The Guilford Press, 2009), 39.

¹³¹ Hood, *The Psychology of Religion*, 39.

¹³² Charles Y Glock, "On The Study of Religious Commitment," *Religious Education: The Official Journal of the Religious Education Association* 57, no. 4 (1962): 101–106.

¹³³ Rakhmat, *Psikologi Agama: Sebuah Pengantar*, 44.

keagamaan merangkum keseluruhan keyakinan yang melekat pada agama.¹³⁴

- b. *Ritualistic dimension*. Dimensi ini terkait dengan praktik keagamaan seperti ibadah, doa, dan partisipasi dalam sakramen-sakramen tertentu.¹³⁵ Dalam agama Islam dimensi ini terkait dengan komitmen keagamaan merangkum tindakan dan kegiatan yang ditentukan oleh agama seperti sholat, puasa dan haji dan lain sebagainya.¹³⁶
- c. *Experiential dimension*. Dimensi ini terkait dengan perasaan atau sensasi apa pun yang terkait dengan komunikasi dengan esensi Ilahi.¹³⁷ Dimensi *experiential* juga mengacu pada perasaan, emosi dan kesan individu yang terhubung dengan komunikasi dengan yang suci seperti perasaan bersalah ketika melakukan kesalahan.¹³⁸
- d. *Intellectual dimension*. Dimensi ini terkait dengan pengetahuan seseorang tentang keyakinan agamanya.¹³⁹ Dimensi intelektual juga mengacu pada pengetahuan individu tentang agama dan prinsip-prinsip dasar keyakinannya serta kitab-kitab suci dan teks-teks suci agama yang diminati.¹⁴⁰
- e. *Consequential dimension*, mencakup seberapa besar agama, yang diekspresikan dalam keyakinan, praktik, dan pengalaman agama,

¹³⁴ Volkan Yeniaras and Tugra Nazli Akarsu, "Religiosity and Life Satisfaction: A Multi-Dimensional Approach," *Journal of Happiness Studies* 18, no. 6 (2017): 3.

¹³⁵ Abou-Youssef et al., "Measuring Islamic-Driven Buyer," 730.

¹³⁶ Yeniaras and Akarsu, "Religiosity and Life Satisfaction," 3.

¹³⁷ Abou-Youssef et al., "Measuring Islamic-Driven Buyer," 730.

¹³⁸ Yeniaras and Akarsu, "Religiosity and Life Satisfaction," 3.

¹³⁹ Abou-Youssef et al., "Measuring Islamic-Driven Buyer," 730.

¹⁴⁰ Yeniaras and Akarsu, "Religiosity and Life Satisfaction," 3.

memengaruhi perilaku individu dalam konteks apa pun terutama konteks non-agama.¹⁴¹ Dimensi konsekuensial mengacu pada sejauh mana agama memengaruhi perilaku, sikap, dan perspektif individu terhadap orang lain dalam konteks apa pun dalam kehidupan. Religiositas tidak hanya memberikan bimbingan kepada individu yang beragama, tetapi juga menunjukkan norma-norma agama yang harus dilakukan dalam kehidupan sehari-hari.¹⁴²

Lima dimensi religiositas yang ditawarkan Glock merupakan dimensi yang banyak digunakan ketika meneliti tentang religiositas. Akan tetapi dimensi tersebut dinilai tidak memiliki korelasi yang kuat antar dimensi. Seseorang yang memiliki taat dalam menjalankan ritual agama, namun ia tidak memiliki pengetahuan yang baik tentang agamanya. Kondisi ini dibuktikan oleh penelitian yang dilakukan oleh Faulkner & DeJong, yang menyatakan bahwa kelima dimensi religiositas hanya memiliki korelasi yang sangat moderat.¹⁴³ Penelitian terbaru menunjukkan bahwa dimensi religiositas yang paling baik dalam konteks pemanfaatan jasa keuangan syariah terdiri dari dua dimensi yaitu *Belief dimension* dan *commitment & practice dimensions*.¹⁴⁴ *Beliefs dimension* merupakan dimensi yang terkait dengan apa yang harus dipercayai dan merupakan dimensi yang paling dasar dari agama¹⁴⁵ dan bagian dari dimensi ideologis.¹⁴⁶ *Religious beliefs*

¹⁴¹ Abou-Youssef et al., "Measuring Islamic-Driven Buyer," 730.

¹⁴² Yeniaras and Akarsu, "Religiosity and Life Satisfaction," 3.

¹⁴³ Rakhmat, *Psikologi Agama: Sebuah Pengantar*, 48.

¹⁴⁴ Muradil Ridzwan Shah Mohd-Dali et al., "Religiosity Scale Development," *Journal of Islamic Marketing* 10, no. 1 (2019): 19-20. <https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2016-0087>

¹⁴⁵ Rakhmat, *Psikologi Agama: Sebuah Pengantar*, 44.

¹⁴⁶ Pearce et al., "Measuring Five Dimensions," 3.

terdiri dari seperangkat keyakinan tentang keberadaan Tuhan, malaikat, Hari Pembalasan, dan keyakinan terhadap kitab suci al-Qur'an bagi umat Islam.¹⁴⁷ Sementara *commitment & practice dimensions* terkait dengan sejauh mana seseorang mematuhi nilai-nilai agamanya dan praktik serta menggunakannya dalam kehidupan sehari-hari.¹⁴⁸

B. Kajian Pustaka

Terdapat beberapa penelitian yang dapat menjadi pijakan peneliti dalam merumuskan hipotesis, penelitian tersebut sebagaimana disajikan pada tabel berikut:

Tabel 2. 1 Kajian Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Metode	Hasil
1	Anton Priyo Nugroho. ¹⁴⁹	Penelitian yang dilakukan melibatkan 220 nasabah perbankan syariah di D.I Yogyakarta. Analisis data dilakukan dengan teknik analisis SEM	Sikap, efikasi diri dan norma subjektif terbukti memiliki pengaruh niat berperilaku. Penelitian ini juga menemukan bahwa religiositas dapat mempengaruhi perilaku aktual.
2	Sukardi. ¹⁵⁰	Disertasi menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melakukan survei terhadap 307 responden yang merupakan nasabah bank syariah di D.I Yogyakarta dan nasabah perbankan syariah di Jawa Tengah. Data penelitian	Variabel religiositas memiliki pengaruh signifikan terhadap sikap, norma subjektif, kontrol perilaku dan pengetahuan terhadap bank syariah. Sikap, kontrol perilaku pengetahuan memiliki

¹⁴⁷ Ali Teymoori et al., "Relationship between Dimensions of Religiosity, Authoritarianism, and Moral Authority," *Social Compass* 61, no. 1 (2014): 98. 10.1177/0037768613514320

¹⁴⁸ Mohd-Dali et al., "Religiosity Scale Development..,"12.

¹⁴⁹ Nugroho, "Pengaruh Religiositas dan Efikasi," xi-xii.

¹⁵⁰ Sukardi, "Model Perilaku Menabung Nasabah Bank," 228.

		dianalisis dengan menggunakan SEM.	pengaruh signifikan terhadap saving intention pada bank syariah. Variabel norma subjektif tidak mempengaruhi niat masyarakat
3	Samia Ayyub <i>et al.</i> ¹⁵¹	Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melibatkan 264 nasabah bank syariah dan 280 non-nasabah bank syariah dan teknik analisis yang digunakan adalah analisis SEM.	Variabel kontrol perilaku dan manfaat yang dirasakan merupakan prediktor yang paling signifikan dari niat untuk menggunakan perbankan syariah. Sikap dan norma subjektif terbukti tidak signifikan dalam mempengaruhi perilaku bagi non-pengguna perbankan syariah. Norma subyektif juga ditemukan tidak signifikan dengan niat untuk menggunakan perbankan syariah pada kedua kelompok nasabah bank syariah
4	Anwar Bin Allah-Pitchay <i>et.al.</i> ¹⁵²	Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melibatkan 300. Analisis persamaan struktural digunakan untuk menguji hipotesis.	Penelitian ini menegaskan bahwa TPB merupakan kerangka teori yang relevan dalam menganalisis perilaku deposan untuk memilih bank syariah. Penelitian ini secara empiris memberikan dukungan data tiga variabel utama

¹⁵¹ Ayyub et al., "Determinants of Intention to Use Islamic," 147.

¹⁵² Allah-Pitchay et al., "Factors Persuade Individuals' Behavioral," 234.

			dalam TPB terbukti signifikan dalam menentukan niat perilaku deposan untuk memilih bank syariah
5	Zhonghua Han. ¹⁵³	Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melibatkan 669 responden penelitian dan menggunakan SEM dalam pengujian hipotesis nya	Selain memberikan dukungan empiris eksistensi dari TPB dalam menentukan perilaku, penelitian ini memberikan dukungan data bahwa variabel kewajiban agama turut menjadi faktor penentu dalam mempengaruhi niat di kalangan Muslim Tionghoa di Tiongkok Barat. Penelitian ini menunjukkan bukti jika Muslim Tionghoa menganggap kewajiban agama sebagai hal yang sangat penting dalam pada saat menentukan pilihan perbankan
6	Majda Ayoub Juma Alzadjal et.al. ¹⁵⁴	Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melibatkan 638 responden penelitian. Analisis persamaan struktural digunakan untuk menguji hipotesis.	Hasil pengujian hipotesis memberikan dukungan jika variabel asli dari TPB mampu memprediksi niat nasabah potensial untuk bertransaksi dengan bank syariah. Temuan menarik dari penelitian ini adalah religiositas

¹⁵³ Zhonghua Han, "Adoption of Islamic Banking Services: Evidence from Western China," *International Journal of China Studies* 10, no. 1 (2019): 107.

¹⁵⁴ Majda Ayoub Juma Alzadjal et al., "Moderating the Role of Religiosity on Potential Customer Intention to Deal with Islamic Banks in Oman," *Journal of Islamic Marketing* 01, no. 01 (2021): 1. 10.1108/JIMA-05-2020-0150

			adalah moderator yang buruk dari hubungan antara sikap dan niat serta kontrol perilaku dan niat, tetapi hasil menunjukkan bahwa religiositas adalah moderator parsial dari hubungan antara norma subjektif dan niat
7	Walid Ali Albashir <i>et.al.</i> ¹⁵⁵	Penelitian dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif yang melibatkan 293 responden. Analisis persamaan struktural digunakan untuk menguji hipotesis	Temuan mengejutkan dari penelitian ini yaitu tidak ada bukti jika sikap memiliki pengaruh terhadap niat untuk memanfaatkan jasa perbankan syariah. Dalam komponen TPB hanya norma subjektif dan kontrol perilaku yang terbukti secara signifikan dapat mempengaruhi niat berperilaku.
8	Abdelghani Echchabi & Dhekra Azouzi. ¹⁵⁶	Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan hanya melibatkan 100 responden penelitian. Teknik analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis menggunakan analisis regresi linear.	Hasil dari penelitian ini adalah ketidakpastian, kesesuaian, kesadaran dan norma subjektif, berpengaruh signifikan terhadap sikap terhadap layanan perbankan syariah di Tunisia. Norma subjektif secara empiris dipengaruhi oleh keyakinan normatif, dengan

¹⁵⁵ Albashir et al., "The Acceptance of Islamic Banking," 109.

¹⁵⁶ Abdelghani Echchabi and Dhekra Azouzi, "Predicting Customers' Adoption of Islamic Banking Services in Tunisia: A Decomposed Theory of Planned Behaviour Approach," *Tazkia Islamic Finance and Business Review* 9, no. 1 (2015): 19. <https://doi.org/10.30993/tifbr.v9i1.76>

		<p>referensi khusus kepada orang tua, saudara kandung, teman sebaya dan rekan kerja. Selain itu, <i>self-efficacy</i> ditemukan berpengaruh signifikan terhadap kontrol perilaku. Sikap dan norma subjektif juga terbukti dapat menjadi prediktor penting dalam menentukan niat responden dalam mengadopsi jasa perbankan syariah</p>
9	<p>Aglis Andhita Hatmawan.¹⁵⁷</p> <p>Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melibatkan 685. Guna menguji hipotesis, peneliti menggunakan teknik analisis <i>multinomial logit</i></p>	<p>Secara empiris penelitian ini memberikan bukti terhadap berlakunya TPB dalam konteks saving behaviour di bank syariah. Penelitian ini secara empiris memberikan dukungan data jika religiusitas dapat berperan sebagai variabel yang memperkuat hubungan antara sikap dengan niat berperilaku. Lebih lanjut penelitian memberikan bukti jika saving intention dan pendapatan menjadi prediktor penting dalam menentukan pilihan masyarakat untuk menyimpan dananya di perbankan syariah.</p>

¹⁵⁷ Hatmawan, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pilihan,” xiii.

<p>10 Kardoyo <i>et.al.</i>¹⁵⁸</p>	<p>Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melibatkan 99 responden penelitian di Kota Brebes. Guna menjawab hipotesis yang diajukan, peneliti menggunakan teknik analisis persamaan struktural</p>	<p>Penelitian ini menyimpulkan bahwa dari variabel-variabel yang diuji hanya promosi yang secara empiris terbukti berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan jasa perbankan syariah. Penelitian ini secara mengejutkan tidak menemukan bukti empiris bahwa pengetahuan dan religiositas berpengaruh terhadap niat untuk memanfaatkan jasa bank syariah</p>
<p>11 Hasnan Baber.¹⁵⁹</p>	<p>Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melibatkan sedikitnya 932 responden. Teknik analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji hipotesis</p>	<p>Secara empiris penelitian ini menemukan bahwa variabel norma subjektif dan variabel religiositas berpengaruh signifikan terhadap niat untuk menggunakan jasa keuangan syariah. Adapun sikap secara empiris tidak ditemukan bukti dapat berpengaruh terhadap niat untuk menggunakan keuangan Islam</p>

¹⁵⁸ Kardoyo et al., "The Effect of Knowledge, Promotion," 128.

¹⁵⁹ Hasnan Baber, "Factors Influencing the Intentions of Non-Muslims in India to Accept Islamic Finance as an Alternative Financial System," *Journal of Reviews on Global Economics* 7 (2018): 317. 10.6000/1929-7092.2018.07.27

12	Brian Arthur Zinser. ¹⁶⁰	<p>Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melibatkan 251 responden penelitian. Teknik analisis regresi linear berganda digunakan untuk menjawab hipotesis penelitian</p>	<p>Secara empiris penelitian ini menemukan jika sikap berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan jasa keuangan syariah. Temuan yang menarik dari penelitian ini yaitu tidak adanya bukti empiris bahwa norma subjektif positif dan kontrol perilaku berpengaruh terhadap niat menggunakan jasa keuangan syariah. Selain itu Islamic religiositas juga ditemukan tidak signifikan dalam mempengaruhi niat berperilaku</p>
13	Joseph Mbawuni dan Simon Gyasi Nimako. ¹⁶¹	<p>Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melibatkan 975 responden penelitian yang terdiri dari nasabah muslim dan nasabah non-muslim. Teknik analisis yang digunakan adalah persamaan struktural.</p>	<p>Penelitian ini secara statistik menemukan bahwa sikap, kesiapan untuk mematuhi hukum syariah, pengetahuan, inovasi dan manfaat yang dirasakan merupakan variabel penentu dalam membentuk niat pada kelompok Muslim dan non-Muslim. Faktor yang paling tidak berpengaruh adalah</p>

¹⁶⁰ Zinser, "Retail Islamic Banking and Financial," 182.

¹⁶¹ Joseph Mbawuni and Simon Gyasi Nimako, "Determinants of Islamic Banking Adoption in Ghana," *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management* 10, no. 2 (2017): 1. 10.1108/IMEFM-04-2016-0056

			persepsi efek agama dan persepsi ancaman kekerasan (PTV). Efek agama yang dirasakan (PRE) terbukti berpengaruh signifikan terhadap niat adopsi bank syariah bagi Muslim.
14	Bananuka <i>et al.</i> ¹⁶²	Penelitian ini merupakan penelitian survei dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Jumlah responden yang terlibat dalam penelitian ini sebanyak 258 yang dipilih secara <i>random</i> . Guna menjawab hipotesis penelitian, digunakan teknis analisis regresi linear berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap dan religiositas merupakan determinan yang signifikan dari niat untuk mengadopsi perbankan syariah. Norma subjektif tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap niat untuk mengadopsi perbankan syariah
15	Nizar Souiden dan Marzouk. ¹⁶³	Penelitian melibatkan 217 responden yang dikumpulkan secara online. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda.	Penelitian ini secara empiris menunjukkan bahwa sikap terhadap perbankan syariah dapat dipengaruhi oleh adanya rasa takut akan hukuman Tuhan dan kepercayaan terhadap hukum Tuhan. Penelitian secara empiris tidak menemukan adanya hubungan antara

¹⁶² Juma Bananuka et al., “Determinants of the Intention to Adopt Islamic Banking in a Non-Islamic Developing Country: The Case of Uganda,” *ISRA International Journal of Islamic Finance* 11, no. 2 (2019): 16. 10.1108/IJIF-04-2018-0040

¹⁶³ Nizar Souiden and Marzouki Rani, “Consumer Attitudes and Purchase Intentions toward Islamic Banks: The Influence of Religiosity,” *International Journal of Bank Marketing* 33, no. 2 (2015): 143. 10.1108/IJBM-10-2013-0115

			keterlibatan agama terhadap sikap masyarakat pada bank syariah.
16	Oladapo <i>et.al.</i> ¹⁶⁴	Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melibatkan 274 responden penelitian ditentukan dengan teknik <i>convenience sampling</i> . Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis persamaan struktural	Secara empiris penelitian ini menunjukkan bahwa sikap merupakan variabel yang dapat mempengaruhi niat untuk memanfaatkan jasa perbankan syariah. Sikap dalam penelitian terbukti dapat dipengaruhi oleh <i>awareness</i> , pengetahuan dan <i>religion</i> . Temuan mengejutkan dari penelitian ini adalah tidak ditemukannya bukti jika ada pengaruh signifikan antara norma subjektif terhadap niat untuk memanfaatkan jasa perbankan syariah
17	Wardana <i>et. al.</i> ¹⁶⁵	Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melibatkan 150 responden penelitian. Analisis persamaan struktural digunakan untuk menguji hipotesis.	Hasil pengujian hipotesis ternyata pengetahuan dapat menjadi anteseden dari sikap. Norma subyektif dan kontrol perilaku terbukti dapat

¹⁶⁴ Ibrahim Abiodun Oladapo et al., "The Mediating Effect of Attitude on Customers' Behavioural Intention to Participate in Islamic Banking: Empirical Evidence," *International Journal of Financial Research* 10, no. 5 (2019): 174. 10.5430/ijfr.v10n5p167

¹⁶⁵ Miko Andi Wardana et al., "Antecedents and Consequences of Intention to Become a Customer: A Case Study of Islamic Banks in Indonesia," *Journal of Asian Finance, Economics and Business* 8, no. 4 (2021): 835. 10.13106/jafeb.2021.vol8.no4.0827

mempengaruhi niat.
Menariknya adalah
sikap secara empiris
tidak berpengaruh
terhadap niat
menggunakan jasa
perbankan syariah.

Dari penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, diperoleh informasi bahwa TPB sebagai teori yang telah mapan banyak digunakan untuk memprediksi perilaku pemanfaatan jasa keuangan syariah, namun secara empiris belum menghasilkan kesimpulan yang konsisten. Penelitian yang dilakukan oleh Maulana *et al*¹⁶⁶ dan Wardana *et al*¹⁶⁷ misalnya, tidak ditemukan bukti bahwa sikap dapat mempengaruhi niat nasabah untuk memanfaatkan jasa perbankan syariah. Sementara itu penelitian yang dilakukan oleh Sukardi,¹⁶⁸ Bananuka *et al*,¹⁶⁹ dan Ayyub *et al*,¹⁷⁰ tidak menemukan adanya bukti bahwa norma subjektif berpengaruh terhadap niat menggunakan jasa perbankan syariah. Sementara itu penelitian yang dilakukan oleh Baber,¹⁷¹ dan Maulana¹⁷² tidak menemukan bukti bahwa sikap mempengaruhi niat menggunakan jasa keuangan Syariah. Peneliti lain juga tidak menemukan adanya bukti

¹⁶⁶ Hartomi Maulana et al., “Factors Influencing Behaviour to Participate in Islamic Microfinance,” *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management* 11, no. 1 (2018): 1.

¹⁶⁷ Wardana et al., “Antecedents and Consequences of Intention,” 835.

¹⁶⁸ Sukardi, “Model Perilaku Menabung Nasabah Bank,” 228.

¹⁶⁹ Bananuka et al., “Determinants of the Intention to Adopt Islamic,” 16.

¹⁷⁰ Ayyub et al., “Determinants of Intention to Use Islamic Banking,” 153.

¹⁷¹ Baber, “Factors Influencing the Intentions of Non-Muslims,” 317.

¹⁷² Maulana et al., “Factors Influencing Behaviour,” 17.

empiris jika kontrol perilaku berhubungan dengan niat.¹⁷³ Dengan demikian penelitian dengan konsep TPB dalam konteks *saving behaviour* masih perlu dilakukan guna menguji konsistensi teori tersebut.

Dari penelitian-penelitian sebelumnya, juga dapat diketahui adanya pengembangan konsep TPB dengan menambah variabel religiositas dan pengetahuan. Seperti Nugroho¹⁷⁴ yang melakukan penelitian dengan menambahkan variabel religiositas terhadap *saving behaviour* dalam konsep TPB. Sementara itu Kardoyo *et al*,¹⁷⁵ Baber,¹⁷⁶ Bananuka,¹⁷⁷ dan Han¹⁷⁸ menambahkan variabel religiositas sebagai variabel yang mempengaruhi niat menggunakan jasa perbankan syariah. Peneliti lain seperti Hatmawan¹⁷⁹ melakukan pengembangan dengan menjadikan religiositas sebagai variabel mediator hubungan antara tiga variabel utama TPB terhadap niat berperilaku. Sementara Sukardi menambahkan variabel religiositas sebagai variabel yang dapat menjadi anteseden dari variabel utama TPB.¹⁸⁰ Dengan demikian pengembangan TPB dengan menambahkan variabel pengetahuan relatif masih terbatas, sejauh ini hanya Oladapo *et al*,¹⁸¹ dan Wardana *et al*,¹⁸² yang memodifikasi TPB dengan menambahkan variabel pengetahuan.

¹⁷³ Zinser, "Retail Islamic Banking and Financial Services," 182.

¹⁷⁴ Nugroho, "Pengaruh Religiositas dan Efikasi," xi.

¹⁷⁵ Kardoyo *et al*, "The Effect of Knowledge, Promotion," 132.

¹⁷⁶ Baber, "Factors Influencing the Intentions of Non-Muslims," 317.

¹⁷⁷ Bananuka *et al*, "Determinants of the Intention to Adopt Islamic," 16.

¹⁷⁸ Han, "Adoption of Islamic Banking Services," 107.

¹⁷⁹ Hatmawan, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pilihan," xiii.

¹⁸⁰ Sukardi, "Model Perilaku Menabung Nasabah Bank," 228.

¹⁸¹ Oladapo *et al*, "The Mediating Effect of Attitude," 174.

¹⁸² Wardana *et al*, "Antecedents and Consequences of Intention," 835.

Berdasarkan kajian terhadap penelitian terdahulu dapat diketahui bahwa terdapat inkonsistensi dalam penerapan TPB. Dengan demikian penelitian ini masih perlu dilakukan untuk memperkuat TPB dalam konteks analisis kinerja penghimpunan dana pihak ketiga di bank syariah. Selain itu, penelitian ini dilakukan dalam rangka mengembangkan TPB dengan menambahkan variabel pengetahuan dan religiositas sebagai anteseden dari sikap.

C. Rumusan Hipotesis

Berdasarkan urian yang telah dijelaskan sebelumnya maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh pengetahuan terhadap sikap pada bank syariah

Pengetahuan penting untuk dikaji, karena sebelum memutuskan untuk memanfaatkan suatu produk atau jasa, seseorang biasanya membangun pengetahuan atau informasi tentang produk yang ditawarkan.¹⁸³ Dalam konteks bank syariah pengetahuan diartikan sebagai informasi tentang bank syariah yang dapat diperoleh melalui pengalaman ataupun melalui proses pembelajaran. Pengetahuan terkait dengan bank syariah meliputi informasi tentang produk, layanan, mekanisme dan kegiatan bank syariah.¹⁸⁴ Dengan demikian pengetahuan masyarakat tentang bank syariah semakin memadai dan pada akhirnya dapat membentuk sikap positif masyarakat untuk memanfaatkan jasa bank syariah dalam menyimpan dana. Hal ini

¹⁸³ Wardana et al., "Antecedents and Consequences of Intention," 835

¹⁸⁴ Nugraheni & Widyani, "A Study of Intention to Save," 1451

dikarenakan pengetahuan yang memadai tentang bank syariah pada akhirnya dapat mengubah cara pandang masyarakat terhadap bank syariah. Tanpa pengetahuan yang memadai maka masyarakat akan menganggap bahwa bank syariah tidak memiliki perbedaan dengan bank konvensional. Anggapan semacam ini yang dapat mengancam eksistensi dari perbankan syariah.

Pengetahuan tentang bank syariah sangat diperlukan karena dapat mempengaruhi sikap.¹⁸⁵ Dengan demikian pengetahuan tentang Islamic bank dapat mendorong masyarakat untuk memanfaatkan bank Islam untuk menyimpan dana. Penelitian-penelitian sebelumnya telah memberikan dukungan data bahwa pengetahuan berpengaruh positif terhadap keputusan untuk menyimpan dana di bank syariah, seperti penelitian yang dilakukan oleh Wardana et al,¹⁸⁶ Mbawuni and Nimako¹⁸⁷, Oladapo et al,¹⁸⁸ dan Permana.¹⁸⁹ Dari data-data empiris mengenai adanya hubungan signifikan antara pengetahuan tentang bank syariah dengan sikap, maka penelitian ini mengajukan hipotesis berikut:

H1: Ada pengaruh positif dan signifikan antara pengetahuan terhadap sikap pada bank syariah.

¹⁸⁵ Mbawuni and Nimako, "Determinants of Islamic Banking," 267

¹⁸⁶ Wardana et al., "Antecedents and Consequences of Intention," 835.

¹⁸⁷ Mbawuni and Nimako, "Determinants of Islamic Banking," 267

¹⁸⁸ Oladapo et al., "The Mediating Effect of Attitude," 174

¹⁸⁹ Dudi Permana, "Recognizing the Islamic Banking Consumer Behaviour from the Perspective of Product Knowledge, Brand Awareness and Attitude," *Journal of Marketing and Consumer Research* 61, no. 2012 (2019): 16, <https://doi.org/10.7176/jmcr/61-03>.

2. Pengaruh religiositas terhadap sikap pada terhadap bank syariah

Religiositas merupakan tingkat kepatuhan seseorang terhadap keyakinan, doktrin dan praktik agama tertentu.¹⁹⁰ Kepatuhan terhadap ajaran agama inilah yang pada akhirnya religiositas dapat mempengaruhi perilaku seseorang,¹⁹¹ termasuk dalam menyimpan dana di bank syariah. Hal ini dikarenakan bank syariah dalam operasionalnya dilaksanakan atas prinsip-prinsip ajaran Islam, seperti tidak menerapkan bunga, melainkan mengadopsi prinsip bagi hasil.¹⁹² Guna memastikan kepatuhan pelaksanaan prinsip-prinsip syariah dalam operasionalnya, maka selain diawasi oleh bank sentral dan pemerintah, bank syariah juga memiliki Dewan Pengawas Syariah yang secara spesifik bertugas untuk mengawasi bahwa produk bank syariah tidak menyimpang dari prinsip syariah.¹⁹³ Pada konteks inilah masyarakat dengan tingkat religiositas yang tinggi akan memiliki sikap yang positif terhadap bank syariah, karena bank syariah tidak bertentangan dengan syariah Islam. Hal ini juga ditegaskan oleh Ltifi et al¹⁹⁴ yang menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat religiosity responden maka, sikap positif terhadap bank syariah semakin tinggi.

¹⁹⁰ Joonwhan David Lee et al., "Sustainable and Non-Sustainable Consumer Behavior in Young Adults," *Young Consumers* 17, no. 1 (2016): 78, <https://doi.org/10.1108/YC-08-2015-00548>.

¹⁹¹ Alam, Mohd, and Hisham, "Is Religiosity an Important," 88.

¹⁹² Purwanto, "Society Attitudes and Intentions to Use," 235.

¹⁹³ Asma Salman and Huma Nawaz, "Islamic Financial System and Conventional Banking: A Comparison," *Arab Economic and Business Journal* 13, no. 2 (2018): 155–67, <https://doi.org/10.1016/j.aebj.2018.09.003>.

¹⁹⁴ Moez Ltifi, Lubica Hikkerova Boualem Aliouat, and Jameleddine Gharbi, "The Determinants of the Choice of Islamic Banks in Tunisia," *International Journal of Bank Marketing* 34, no. 5 (2016): 16, <https://doi.org/10.1108/IJBM-11-2014-0170>.

Studi-studi yang dilakukan oleh Bananuka et al,¹⁹⁵ Sharma et al,¹⁹⁶ Souiden & Rani,¹⁹⁷ Maryam et al,¹⁹⁸ Purwanto,¹⁹⁹ Charag et al,²⁰⁰ dan Boubker et al,²⁰¹ telah menunjukkan adanya hubungan antara religiositas dengan sikap untuk menggunakan produk-produk bank syariah. Kuatnya dukungan data empiris mengenai hubungan religiositas dengan sikap diatas maka penelitian ini mengajukan hipotesis berikut:

H2: *Ada pengaruh positif dan signifikan antara religiositas terhadap sikap pada bank syariah*

3. Pengaruh pengetahuan terhadap *saving intention* di bank syariah

Penelitian ini mencoba untuk mengintegrasikan variabel pengetahuan dalam konsep TPB. Pengetahuan tentang produk atau jasa penting untuk diperhatikan, karena melalui pengetahuan dapat menarik perhatian konsumen dan pada akhirnya mempengaruhi keputusan pembelian.²⁰² Dengan demikian pengetahuan masyarakat

¹⁹⁵ Bananuka et al., "Attitude: Mediator of Subjective Norm," 12.

¹⁹⁶ Revti-Raman Sharma, Farhan T Newaz, and Kim-Shyan Fam, "Muslim Religiosity, Generational Cohorts and Buying Behaviour of Islamic Financial Products," *Australian Journal of Management* 42, no. 3 (2017): 482, <https://doi.org/10.1177/0312896216659530>.

¹⁹⁷ Souiden and Rani, "Consumer Attitudes and Purchase," 143.

¹⁹⁸ Sayeda Zeenat Maryam et al., "Reputation and Cost Benefits for Attitude and Adoption Intention among Potential Customers Using Theory of Planned Behavior: An Empirical Evidence from Pakistan," *Journal of Islamic Marketing* 01, no. 01 (2021): 1, <https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2021-0059>.

¹⁹⁹ Purwanto, "Society Attitudes and Intentions to Use," 235

²⁰⁰ Charag, Fazili, and Bashir, "Determinants of Consumer's," 1125.

²⁰¹ Omar Boubker, Khadija Douayri, and Abdelaziz Ouajdouni, "Factors Affecting Intention to Adopt Islamic Financing: Evidence from Morocco," *MethodsX* 8, no. June (2021): 8, <https://doi.org/10.1016/j.mex.2021.101523>.

²⁰² Md-Husin and Ab-Rahman, "Do Muslims Intend to Participate," 47.

tentang bank syariah semakin memadai dan pada akhirnya dapat menarik minat masyarakat untuk memanfaatkan jasa bank syariah dalam menyimpan dana. Hal ini dikarenakan pengetahuan yang memadai tentang bank syariah pada akhirnya dapat mengubah cara pandang masyarakat terhadap bank syariah. Tanpa pengetahuan yang memadai maka masyarakat akan menganggap bahwa bank syariah tidak memiliki perbedaan dengan bank konvensional. Anggapan semacam ini yang dapat mengancam eksistensi dari perbankan syariah.

Berbagai penelitian telah memberikan dukungan data empiris bahwa pengetahuan memiliki pengaruh signifikan terhadap niat berperilaku. Penelitian yang dilakukan oleh Md-Husin & Ab-Rahman,²⁰³ memberikan dukungan data bahwa pengetahuan memiliki hubungan dengan niat untuk menggunakan produk asuransi syariah. Demikian halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Ezeh & Nkamnebe²⁰⁴ dan Nugraheni & Widyani²⁰⁵ menegaskan bahwa pengetahuan memiliki pengaruh signifikan terhadap niat berperilaku. Dengan demikian hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah H3: *Ada pengaruh positif dan signifikan antara pengetahuan terhadap saving intention di bank syariah.*

²⁰³ Md-Husin and Ab-Rahman, "Do Muslims Intend to Participate," 51.

²⁰⁴ Ezeh and Nkamnebe, "Predictors of Islamic Bank Adoption," 258.

²⁰⁵ Nugraheni & Widyani, "A Study of Intention to Save," 1451

4. Pengaruh religiositas terhadap *saving intention* di bank syariah

Niat berperilaku dalam TPB dipengaruhi oleh dua variabel utama yaitu sikap dan norma subjektif, namun dalam penelitian ini niat juga dipengaruhi oleh religiositas. Religiositas merupakan tingkat kepatuhan seseorang terhadap keyakinan, doktrin dan praktik agama tertentu.²⁰⁶ Peran besar religiositas dalam memengaruhi pilihan dan perilaku seseorang dalam konteks sosial tidak dapat diabaikan. Dalam Islam, agama ini mengatur seluruh aspek kehidupan manusia, mulai dari keyakinan yang diatur oleh akidah hingga praktik dan perilaku yang diatur oleh Syariah. Dengan demikian keberadaan lembaga keuangan yang mematuhi standar Syariah dapat mempengaruhi niat seorang muslim untuk menggunakan produknya.²⁰⁷

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Han et al,²⁰⁸ Purwanto,²⁰⁹ Ibrahim et al²¹⁰ dan Obeid & Kaabachi²¹¹ memberikan kesimpulan secara statistik bahwa religiositas memiliki pengaruh yang positif dan

²⁰⁶ Lee et al., "Sustainable and Non-Sustainable Consumer," 80.

²⁰⁷ Sakina El Ouafy and Ahmed Chakir, "The Impact of Religiosity in Explanation of Moroccan Very Small Businesses Behaviour Toward Islamic Financial Products," *IOSR Journal of Business and Management* 17, no. 7 (2015): 2323, <https://doi.org/10.9790/487X-17727176>.

²⁰⁸ Han, Yeoh, and Wan Ahmad, "Does Religious Obligation," 1231.

²⁰⁹ Purwanto, "Society Attitudes and Intentions to Use," 235

²¹⁰ Mohd Azizi Ibrahim, Wan Nazjmi Mohamed Fisol, and Yusuf Haji-Othman, "Customer Intention on Islamic Home Financing Products: An Application of Theory of Planned Behavior (TPB)," *Mediterranean Journal of Social Sciences* 8, no. 2 (2017): 84, <https://doi.org/10.5901/mjss.2017.v8n2p77>.

²¹¹ Hassan Obeid and Souheila Kaabachi, "Empirical Investigation into Customer Adoption of Islamic Banking Services in Tunisia," *The Journal of Applied Business Research* 32, no. 4 (2016): 1251, <https://doi.org/https://doi.org/10.19030/jabr.v32i4.9734>.

signifikan terhadap niat menyimpan dana di bank syariah. Dengan demikian dapat diajukan hipotesis berikut:

H4: Ada pengaruh positif dan signifikan antara religiositas terhadap saving intention di bank syariah

5. Pengaruh sikap pada bank syariah terhadap *saving intention* di bank syariah

Sikap telah lama diidentifikasi sebagai konstruksi yang memandu perilaku masa depan atau anteseden dari niat berperilaku.²¹² Sikap terhadap perilaku merujuk pada sejauh mana seseorang mengevaluasi suatu perilaku sebagai sesuatu yang positif atau negatif.²¹³ Dalam konteks penelitian ini sikap merupakan sejauh mana perasaan positif atau negatif masyarakat terhadap Islamic bank. Dengan adanya sikap yang positif pada akhirnya menuntun niat masyarakat untuk menyimpan dana di bank syariah.

Secara umum, semakin individu memiliki pandangan yang positif dan penilaian yang menguntungkan tentang suatu hal, semakin besar kemungkinan individu tersebut ingin terlibat dalam perilaku tersebut. Dalam konteks penelitian ini, perilaku yang diamati adalah penggunaan bank syariah untuk menyimpan dana. Penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya telah memberikan dukungan data bahwa sikap berpengaruh signifikan terhadap niat

²¹² Abdulkader Kaakeh, M. Kabir Hassan, and Stefan F.van Hemmen Almazor, "Attitude of Muslim Minority in Spain towards Islamic Finance," *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management* 11, no. 2 (2018): 217, <https://doi.org/10.1108/IMEFM-11-2017-0306>.

²¹³ Steinmetz et al., "How Effective Are Behavior Change," 218.

berperilaku Aziz & Afaq,²¹⁴ Maryam et al,²¹⁵ Allah-Pitchay et al,²¹⁶ Nugroho et al,²¹⁷ Purwanto,²¹⁸ dan Charag et al,²¹⁹. Dengan demikian hipotesis yang diajukan adalah

H5: *Ada pengaruh positif dan signifikan antara sikap pada bank syariah terhadap saving intention di bank syariah.*

6. Pengaruh pengetahuan terhadap *saving intention* di bank syariah yang dimediasi oleh sikap

Salah satu tujuan dari penelitian adalah untuk menguji hubungan antara variabel pengetahuan sebagai faktor-faktor yang memengaruhi niat berperilaku melalui mediasi sikap. Dalam TPB, sikap dianggap sebagai elemen yang memengaruhi niat secara langsung. Oleh karena itu, ada peluang bahwa variabel pengetahuan memiliki kemampuan untuk memengaruhi niat melalui sikap. Penelitian yang dilakukan oleh Oladapo et al,²²⁰ memberikan dukungan data bahwa sikap mampu memediasi hubungan antara pengetahuan dengan niat berperilaku. Dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, maka diajukan hipotesis berikut

²¹⁴ Aziz and Afaq, "Adoption of Islamic Banking in Pakistan," 16.

²¹⁵ Maryam et al, "Reputation and Cost Benefits,"1.

²¹⁶ Allah-Pitchay et al., "Factors Persuade Individuals' Behavioral," 247.

²¹⁷ Anton Priyo Nugroho, Anas Hidayat, and Hadri Kusuma, "The Influence of Religiosity and Self-Efficacy on the Saving Behavior of the Slamic Banks," *Banks and Bank Systems* 12, no. 3 (2017): 42, [https://doi.org/10.21511/bbs.12\(3\).2017.03](https://doi.org/10.21511/bbs.12(3).2017.03).

²¹⁸ Purwanto, "Society Attitudes and Intentions to Use," 235

²¹⁹ Charag et al, "Determinants of Consumer's," 1125.

²²⁰ Oladapo et al, "The Mediating Effect of Attitude," 174

H6: Ada pengaruh positif dan signifikan antara pengetahuan terhadap saving intention di bank syariah yang dimediasi oleh sikap

7. Pengaruh religiositas terhadap *saving intention* di bank syariah yang dimediasi oleh sikap

Tingkat religiositas seseorang dapat secara langsung memengaruhi niat mereka untuk menyimpan dana di lembaga keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Namun demikian, sikap individu terhadap bank syariah juga berperan sebagai mediator dalam hubungan tersebut. Orang yang memiliki religiositas yang tinggi cenderung memiliki sikap yang lebih positif terhadap bank syariah, yang kemudian memperkuat niat mereka untuk menyimpan dana di bank Syariah. Oleh karena itu, dalam konteks keuangan syariah, sikap menjadi penting sebagai penghubung antara faktor keberagamaan dan keputusan finansial. Penelitian yang dilakukan oleh Bananuka et al,²²¹ telah memberikan dukungan data bahwa sikap mampu memediasi hubungan antara religiositas dengan niat berperilaku. Dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, maka diajukan hipotesis berikut

H7: Ada hubungan positif dan signifikan antara religiositas terhadap saving intention di bank syariah yang dimediasi oleh sikap

²²¹ Bananuka et al., "Attitude: Mediator of Subjective Norm," 92.

8. Pengaruh norma subjektif terhadap *saving intention* di bank syariah.

Norma subjektif merupakan keyakinan bahwa suatu perilaku mendapat persetujuan atau dukungan dari orang atau sekelompok yang dianggap penting.²²² Norma subjektif ini ditentukan oleh keyakinan normatif, yaitu orang lain memberikan referensi tentang objek perilaku.²²³ Pada konteks penelitian ini norma subjektif terkait dengan dukungan dari orang lain untuk memanfaatkan bank syariah untuk menyimpan dana. Semakin tinggi tingkat dukungan maka dapat meningkatkan niat untuk menggunakan jasa bank syariah untuk menyimpan dana. Tinggi rendahnya norma subjektif dapat ditentukan oleh tingkat keyakinan dan motivasi untuk mematuhi/memenuhi harapan orang lain di sekitarnya.²²⁴ Dengan kata lain norma subjektif dapat meningkat apabila seseorang memiliki keyakinan normatif dan motivasi yang tinggi untuk memenuhi harapan dari orang lain untuk menggunakan jasa perbankan syariah dalam menyimpan dana.

Beberapa penelitian telah memberikan dukungan secara statistik bahwa norma subjektif mempengaruhi niat berperilaku, seperti penelitian yang dilakukan oleh Mukarromah & Widana²²⁵ yang menunjukkan data bahwa norma subjektif mempengaruhi niat

²²² Ajzen, "The Theory of Planned Behavior," 315.

²²³ Ajzen, "The Theory of Planned Behaviour," 315

²²⁴ Ramdhani, "Penyusunan Alat Pengukur Berbasis," 58.

²²⁵ Mukarromah Mukarromah and Ign Oka Widana, "Pengaruh Minat Anggota Terhadap Perkembangan BMT UGT Sidogiri Cabang Jakarta," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, no. 1 (2021): 472, <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1498>.

berperilaku. Penelitian lain yang dilakukan oleh Umar et al,²²⁶ Maulana et al,²²⁷ dan Abdullahi & Othman,²²⁸ menyimpulkan bahwa norma subjektif dapat mempengaruhi niat. Dengan demikian hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah

H8: Ada pengaruh positif dan signifikan antara norma subjektif terhadap saving intention di bank syariah.

9. Pengaruh kontrol perilaku (PBC) terhadap *saving intention* di bank syariah.

Secara sederhana Ajzen menggambarkan bahwa *Perceived Behavioural Control (PBC)* terkait dengan keyakinan tentang mudah atau sulitnya dalam mewujudkan perilaku yang berasal dari pengalaman.²²⁹ Adanya tingkat keyakinan bahwa dirinya mampu mengontrol untuk melakukan suatu perilaku maka sebuah perilaku akan dapat diwujudkan.²³⁰ *Perceived Behavioural Control (PBC)* ditentukan oleh seberapa besar keyakinan seseorang dalam mewujudkan sebuah perilaku karena kepemilikan atas sumber daya. Ketersediaan sumber daya memungkinkan objek perilaku dapat

²²⁶ Umar Bello Umar, Abdulsalam Masud, and Sadiu Abdulazeez Matazu, "Direct and Indirect Effects of Customer Financial Condition in the Acceptance of Islamic Microfinance in a Frontier Market," *Journal of Islamic Marketing* 12, no. 6 (2021): 13, <https://doi.org/10.1108/JIMA-12-2019-0267>.

²²⁷ Maulana, Razak, and Adeyemi, "Factors Influencing Behaviour to Participate," 125.

²²⁸ A Abdullahi, A H A Othman, and S. Kassim, "Financial Inclusion Enhancement through the Adoption of Islamic Microfinance in Nigeria," *International Journal of Ethics and Systems* 37, no. 3 (2021): 486.

²²⁹ Ajzen, "The Theory of Planned Behavior," 316.

²³⁰ Ajzen, "Consumer Attitudes and Behavior," 129

diwujudkan karena perilaku seseorang sepenuhnya dapat dikendalikan. Dengan demikian ketersediaan sumber daya dapat memudahkan seseorang dalam mewujudkan perilaku, karena sumber daya yang dimiliki mampu dimanfaatkan untuk membuka kesempatan dan dapat juga mengatasi hambatan dalam mewujudkan perilaku.²³¹

Dalam konteks penelitian ini maka menyimpan dana di bank syariah sepenuhnya dapat dikendalikan oleh responden. Hal ini dikarenakan jaringan kantor perbankan syariah telah ada di Jawa Tengah. Keyakinan masyarakat bahwa menggunakan bank syariah untuk menyimpan dana mudah dilakukan, adanya jaringan kantor dan lain sebagainya maka menyimpan dana di bank syariah bukanlah hal yang sulit untuk dilakukan. Dengan demikian untuk menyimpan dana di bank syariah tidak sulit, karena tidak ada lagi hambatan yang dihadapi. Adanya *Perceived Behavioural Control (PBC)* yang kuat, pada akhirnya niat masyarakat untuk memanfaatkan jasa perbankan syariah untuk menyimpan dana semakin meningkat. Penelitian-penelitian sebelumnya telah memberikan dukungan data bahwa *Perceived Behavioural Control (PBC)* memiliki hubungan dengan niat menggunakan jasa perbankan syariah. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Wardana et al.,²³²; Nugroho et al., 2017²³³; dan Allah-Pitchay et al.²³⁴ Dengan demikian hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah

²³¹ Ajzen, "The Theory of Planned Behavior," 316.

²³² Wardana et al, "Antecedents and Consequences of Intention," 835.

²³³ Nugroho et al., "The Influence of Religiosity and Self-Efficacy," 42

²³⁴ Allah-Pitchay et al, "Factors Persuade Individuals' Behavioral," 247.

H9: *Ada pengaruh positif dan signifikan antara kontrol perilaku (PBC) terhadap saving intention di bank syariah.*

10. Pengaruh *saving intention* terhadap *saving behaviour* di bank syariah.

Niat diasumsikan sebagai faktor motivasi yang mempengaruhi suatu perilaku, hal ini merupakan indikasi seberapa keras seseorang bersedia mencoba, seberapa besar upaya yang akan mereka lakukan, untuk melakukan perilaku tersebut.²³⁵ Antecedent langsung dari perilaku dalam TPB adalah niat untuk melakukan perilaku, semakin kuat niatnya, semakin besar kemungkinan perilaku tersebut akan diikuti.²³⁶ Hubungan niat dengan perilaku dapat dijelaskan melalui berbagai faktor psikologis, motivasional, dan sosial yang berperan dalam hubungan niat dengan perilaku aktual. Niat merupakan langkah awal yang penting dalam mempengaruhi perilaku. Jika seseorang memiliki niat yang kuat untuk menyimpan dana di bank syariah karena alasan agama, etika, atau keyakinan, maka mereka cenderung memiliki motivasi internal yang lebih konsisten untuk mengikuti tindakan tersebut. Motivasi yang kuat dapat menjadi faktor pendorong untuk mengatasi hambatan dan tantangan yang mungkin timbul dalam proses penyimpanan dana

Penelitian yang dilakukan oleh Hatmawan²³⁷ dan Nugroho et²³⁸ yang telah memberikan dukungan data bahwa niat menyimpan dana

²³⁵ Ajzen, "The Theory of Planned Behaviour," 181.

²³⁶ Ajzen, "The Theory of Planned Behavior," 316.

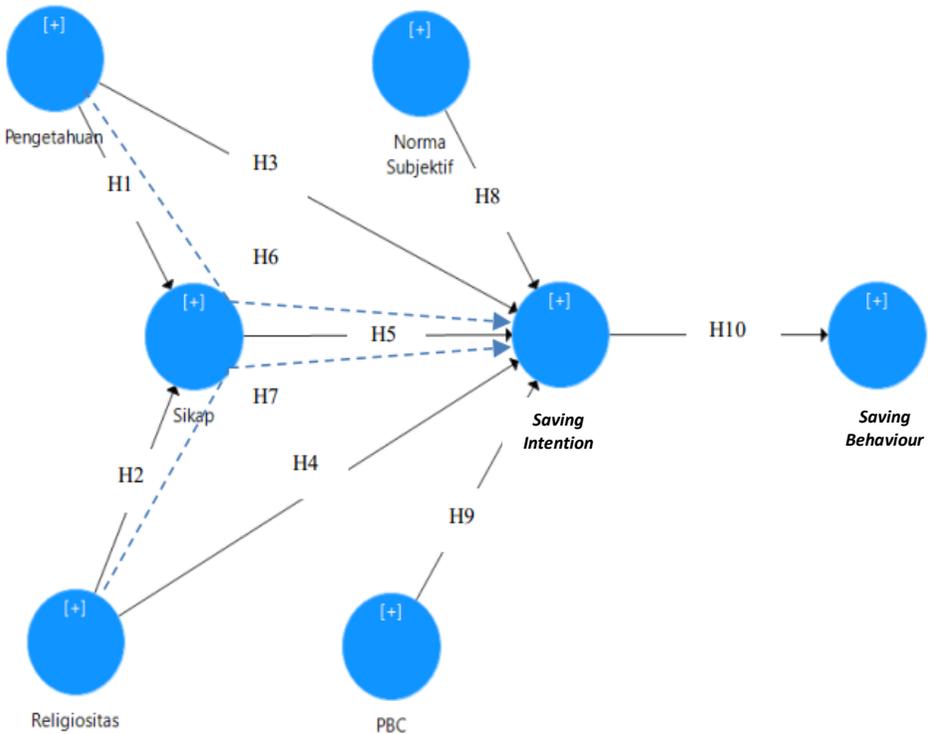
²³⁷ Hatmawan, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pilihan," viii.

²³⁸ Nugroho et al., "The Influence of Religiosity and Self-Efficacy," 42

dan pendapatan menjadi prediktor penting dalam menentukan pilihan masyarakat untuk menyimpan dananya di perbankan syariah. Dengan demikian hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah

H10: *Ada pengaruh positif dan signifikan antara saving intention terhadap saving behaviour di bank syariah.*

Berdasarkan uraian hipotesis di atas, jika disajikan dalam bentuk gambar maka dapat digambarkan sebagaimana gambar 2.2:



Gambar 2. 2 Kerangka Pikir Penelitian

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian survei. Penelitian survei yaitu penelitian yang dilaksanakan dengan data sampel, yang diambil dari populasi dengan menggunakan kuesioner.¹ Penelitian ini menggunakan penelitian survei, karena penelitian ini memiliki tujuan untuk menjelaskan hubungan kausal antar variabel penelitian dan melakukan suatu pengujian hipotesis yang telah diajukan.² Dengan demikian penelitian ini cocok menggunakan jenis penelitian survei, karena penelitian ini dilakukan guna melakukan pengujian terhadap hipotesis penelitian pada sekumpulan sampel penelitian.

Pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif pada dasarnya suatu pendekatan dalam penelitian yang digunakan dalam rangka menguji teori secara objektif dengan cara melakukan pengujian terhadap hubungan-hubungan antar variabel penelitian dan menggunakan prosedur statistik dalam proses analisis

¹ Masri Singarimbun dan Sofian Effendi, *Metode Penelitian Survei* (Jakarta: LP3S, 2016), 3.

² Tujuan dari penelitian survei diantaranya adalah untuk 1) Eksploratif (penjajagan). 2) Deskriptif. 3) Penjelasan, untuk menjelaskan hubungan kausal dan pengujian hipotesis, 4) Evaluasi. 5) Prediksi. 6) Penelitian operasional dan 7) pengembangan indikator sosial. Lihat Masri Singarimbun dan Sofian Effendi, *Metode Penelitian Survei* (Jakarta: LP3S, 2016), 4.

datanya.³ Penelitian ini cocok menggunakan pendekatan kuantitatif, karena penelitian bertujuan untuk menguji hubungan antara religiositas dan pengetahuan dalam teori TPB. Dengan pendekatan kuantitatif maka hipotesis yang dibangun dalam penelitian ini dapat diuji apakah ditolak ataukah diterima.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat atau lokasi yang dipilih dalam penelitian adalah lima kabupaten/kota di Jawa Tengah yaitu, Kota Semarang, Kota Surakarta, Kabupaten Banyumas, Kota Pekalongan dan Kabupaten Kudus. Kelima kabupaten/kota tersebut dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki jumlah DPK di perbankan syariah yang paling besar di Jawa Tengah. Waktu penelitian yang dibutuhkan sekitar 1 (satu) tahun. Waktu ini mencakup penyusunan proposal, ujian proposal, pengumpulan data penelitian dan proses analisis data penelitian.

C. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan jumlah total dari data penelitian dapat berupa sekelompok orang, kumpulan peristiwa, atau hal lain yang menarik untuk diteliti.⁴ Lebih lanjut Walliman menyatakan bahwa populasi dapat berupa beberapa jenis objek seperti organisasi, orang dan juga dapat berupa

³ John W Creswell, *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches*, 4th ed. (London: SAGE Publications Ltd, 2014), 32.

⁴ Uma Sekaran and Roger Bougie, *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (United Kingdom: John Wiley & Sons Ltd, 2016), 236.

peristiwa.⁵ Dengan demikian populasi pada dasarnya merupakan sekelompok objek yang menjadi tempat dimana penelitian dilakukan. Pada konteks penelitian ini, maka populasi penelitiannya yaitu seluruh masyarakat di Jawa Tengah yang telah menyimpan dana di bank umum syariah dan unit usaha syariah baik berupa tabungan, Giro ataupun Simpanan berjangka.

Secara sederhana sampel adalah bagian kecil dari populasi,⁶ diperlukan karena penelitian tidak mungkin dilakukan dengan melibatkan semua populasi.⁷ Dengan demikian sampel pada dasarnya adalah kelompok kecil dari populasi. Dalam analisis PLS-SEM, jumlah sampel minimal ditentukan menggunakan metode akar kuadrat terbalik dengan jumlah sampel minimum sebanyak 160.⁸ Dengan demikian untuk keperluan penelitian jumlah sampel sebanyak 160, sudah memadai dalam analisis SEM-PLS, namun agar lebih representatif besaran sampel pada penelitian ini dihitung menggunakan rumus ukuran sampel untuk populasi besar. Adapun formula dalam menentukan sampel adalah sebagai berikut:⁹

⁵ Nicholas Walliman, *Research Methods: The Basics* (London and New York: Taylor & Francis e-Library, 2011), 94.

⁶ Norman M Bradburn et al., *Asking Questions: The Definitive Guide to Questionnaire Design* (United States of America: Jossey-Bass, 2004), 362.

⁷ Geoffrey Marczyk et al., *Essentials of Research Design and Methodology* (United States of America: John Wiley & Sons, Inc, 2005), 18.

⁸ Ned Kock and Pierre Hadaya, "Minimum Sample Size Estimation in PLS-SEM: The Inverse Square Root and Gamma-Exponential Methods," *Information Systems Journal* 28, no. 1 (2018): 20. 10.1111/isj.12131

⁹ Glenn D Israel, *Determining Sample Size* (Florida: Institute of Food and Agricultural Sciences, 2012), 3. [https://www.psychosphere.com/Determining sample size by Glen Israel.pdf](https://www.psychosphere.com/Determining%20sample%20size%20by%20Glen%20Israel.pdf)

$$n_0 = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Dimana

n_0 = ukuran sampel

z = Z-value of α (α dalam penelitian ini adalah 0.5);

p = variability (variability yang digunakan dalam penelitian yaitu 0.5);

q = 1- p ;

e = Kesalahan dalam pengambilan sampel 5 persen

Berdasarkan formula di atas maka sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah

$$n_0 = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)}{(0.05)^2}$$

$$n_0 = 384.2 \sim 385$$

Dengan demikian, jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian sebanyak 385 responden. Sampel penelitian diambil secara proporsional berdasarkan Pendapatan Domestik Regional Bruto perkapita. Jumlah sampel tiap kabupaten/kota adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Distribusi Sampel Penelitian

No	Kab/Kota	PDRB	Kontribusi	Jumlah Sampel
1	Kota Semarang	87,536.00	31	119
2	Kota Surakarta	69,274.00	24	92
3	Kab Banyumas	22,735.00	8	31
4	Kota Pekalongan	24,655.00	9	35
5	Kab Kudus	81,597.00	29	112
		285,797.00	100	385

Adapun teknik sampling yang digunakan adalah teknik *convenience sampling*. *Convenience sampling* merupakan teknik sampling yang

mempertimbangkan kemudahan dalam mendapatkan sampel penelitian.¹⁰ Selain itu penggunaan teknik *convenience sampling method* dalam penelitian karena metode ini mudah dikelola, efisien dan hemat biaya, efisien.¹¹

D. Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel-variabel dan indikator tiap variabel dalam penelitian ini disajikan dalam tabel 3.2.

Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Dimensi	Indikator
1	Saving Behaviour (PM). Perilaku aktual dalam memanfaatkan jasa bank syariah dalam menyimpan dana.	Konsistensi Durasi	Indikator dari variabel PM diukur dengan tiga indikator berikut: ¹² 1. Mengutamakan. 2. Komitmen. 3. Memindahkan.
2	Behaviour Intention (NM). Keinginan dan harapan untuk memanfaatkan bank syariah untuk menyimpan dana	Ketertarikan Harapan Keinginan	Indikator dari variabel NM diukur dengan tiga indikator berikut: ¹³ 1. Tertarik. 2. Keinginan yang kuat. 3. Harapan. ¹⁴

¹⁰ Chittaranjan Andrade, "The Inconvenient Truth About Convenience and Purposive Samples," *Indian Journal of Psychological Medicine* 43, no. 1 (2021): 87. 10.1177/0253717620977000

¹¹ Justin Jeger et al, "More than Just Convenient: The Scientific Merits of Homogeneous Convenience Samples," *Monographs of the Society for Research in Child Development* 82, no. 2 (2017): 6. 10.1111/mono.12296

¹² Ezeh and Nkamnebe, "Predictors of Islamic Bank Adoption," 21.

¹³ Yasmeen Al-Balushi et al., "Islamic Financial Decision-Making Among SMEs in the Sultanate of Oman: An Adaption of the Theory of Planned Behaviour," *Journal of Behavioral and Experimental Finance* 20 (2018): 12. 10.1016/j.jbef.2018.06.001

¹⁴ Shahab Aziz and Zahra Afaq, "Adoption of Islamic Banking in Pakistan an Empirical Investigation," *Cogent Business and Management* 5, no. 1 (2018): 28. 10.1080/23311975.2018.1548050

			4. Lebih sering ¹⁵
3	Sikap Terhadap Bank Syariah (SK). Penilaian dari masyarakat bahwa bank syariah dapat memberikan keuntungan ataukah tidak.	Keuntungan Kebermanfaatan	Indikator dari variabel StBS berdasarkan 3 indikator berikut: ¹⁶ 1. Menguntungkan 2. Ide yang bagus 3. Pilihan yang tepat 4. Bermanfaat ¹⁷
4	Norma Subjektif (NS). Dukungan dari orang lain yang dianggap penting seperti orang tua kelompok referensi, rekan, pengusaha, pasangan untuk memanfaatkan bank syariah untuk menyimpan dana	Dukungan dari orang lain Dukungan dari media	Indikator dari variabel norma subjektif dalam penelitian ini diukur dengan indikator berikut: ¹⁸ 1. Dorongan rekan 2. Dorongan keluarga 3. Dorongan pemerintah 4. Dorongan media 5. Dorongan masyarakat
5	Kontrol Perilaku (KP). Persepsi dari masyarakat bahwa menyimpan dana di bank syariah sepenuhnya mampu dilakukan dan sepenuhnya dapat dikendalikan.	Kepemilikan sumberdaya Kemampuan	Indikator dari variabel Kontrol Perilaku (KP) dalam penelitian ini diukur dengan indikator berikut: ¹⁹ 1. Sumber daya 2. Kemampuan 3. Mengendalikan
6	Religiositas (RG). Mengacu pada keyakinan dan komitmen untuk menjalankan keyakinan agama dapat mempengaruhi perilaku kehidupan sehari-hari,	<i>Belief dimension</i> <i>Commitment & practice dimensions</i>	Variabel Religiositas (RG) pada penelitian melibatkan dua dimensi yaitu <i>Belief dimension</i> dan <i>commitment & practice dimensions</i> , dengan indikator ²⁰

¹⁵ Al-Balushi et al., "Islamic Financial Decision-Making," 13.

¹⁶ Aziz and Afaq, "Adoption of Islamic Banking", 28.

¹⁷ Al-Balushi et al., "Islamic Financial Decision-Making," 12.

¹⁸ Ajzen, "The Theory of Planned Behavior: Frequently Asked," 315.

¹⁹ Ayyub et al., "Determinants of Intention to Use Islamic," 163.

²⁰ Mohd-Dali et al, "Religiosity Scale Development," 8.

termasuk ketika menyimpan dana di bank syariah		<ol style="list-style-type: none"> 1. Keyakinan terhadap Tuhan 2. Keyakinan terhadap utusan Tuhan 3. Keyakinan terhadap kitab suci 4. Keyakinan terhadap hari akhir 5. Dasar pengambilan keputusan 6. Melaksanakan solat 7. Menjauhi transaksi terlarang
7 Pengetahuan (KN). Informasi yang diperoleh oleh individu mengenai produk-produk dari jasa perbankan syariah	Traksaksi Sistem	<p>Indikator dari variabel pengetahuan (P) pada penelitian ini dua indikator berikut:²¹</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Akad 2. Prinsip operasional

E. Pengumpulan data Penelitian

Jenis data yang dihasilkan dari pengumpulan data yaitu data berjenis interval²² dan rasio. Jenis data interval merupakan jenis data yang

²¹ Nugraheni and Widyani, "A Study of Intention to Save," 1451.

²² Skala Likert merupakan salah satu skala yang paling umum digunakan untuk mengukur sikap, namun masih diperdebatkan apakah skala ini termasuk kedalam jenis data ordinal atau interval. Beberapa peneliti berpendapat bahwa skala Likert adalah data ordinal. Meskipun demikian, skala Likert umumnya diperlakukan seolah-olah skala interval, karena memungkinkan peneliti untuk menghitung rata-rata dan standar deviasi dan untuk menerapkan teknik statistik menguji hipotesis. Lihat Sekaran and Bougie, *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*, 211. Berdasarkan alasan ini maka peneliti memperlakukan hasil skoring skala Likert diperlakukan sebagai skala interval. Selain itu, skala Likert penting untuk diketahui bahwa semua pernyataan dalam skala Likert merupakan ekspresi dari perilaku yang diinginkan bukan pernyataan fakta. Lihat Rensis Likert, *A Technique for the Measurement of Attitudes* (New York: Archives of Psychology, 1932), 44, <https://doi.org/10.4135/9781412961288.n454>.

memiliki tiga atribut, yaitu atribut pembeda, atribut tingkat dan atribut kesamaan interval, namun jenis data ini tidak memiliki nilai nol mutlak.²³ Adapun data rasio adalah jenis data yang memiliki nilai nol mutlak. Selain variabel pengetahuan yang menghasilkan data rasio, variabel lainnya pada penelitian ini menghasilkan data yang termasuk data berjenis interval.

Data penelitian dihasilkan melalui sumber data primer, yang merupakan data penelitian dimana diperoleh secara langsung dari responden. Data tersebut tentunya berupa data mengenai variabel-variabel yang diminati dalam rangka mencapai tujuan khusus dari kegiatan penelitian.²⁴ Data primer diperoleh melalui pendistribusian kuesioner yang dilakukan secara langsung peneliti ataupun oleh tim yang bertugas mengumpulkan data penelitian.

Terkait dengan teknik pengumpulan data yang digunakan, dalam penelitian ini menggunakan kuesioner penelitian. Alasan utama peneliti menggunakan kuesioner dalam pengumpulan data adalah penggunaan kuesioner dianggap lebih efisien dalam rangka menjangkau responden penelitian yang banyak.²⁵ Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner hasil rancangan yang disusun sendiri oleh peneliti, berdasarkan kisi-kisi instrumen penelitian. Kuesioner penelitian yang telah disusun kemudian didistribusikan kepada responden penelitian baik secara daring luring

²³ Ibnu Hadjar, *Pendekatan Kuantitatif Dalam Penelitian Agama* (Semarang: Walisongo Press, 2021), 306.

²⁴ Sekaran and Bougie, *Research Methods for Business*, 395.

²⁵ Purwanto, *Teknik Penyusunan Instrumen Uji Validitas dan Reliabilitas Penelitian Ekonomi Syariah* (Magelang: StaiaPress, 2018), 2.

ataupun secara daring dengan memanfaatkan teknologi berupa *google form*.

Kuesioner penelitian pada penelitian ini disusun berdasarkan indikator-indikator variabel sebagaimana terdapat pada tabel 3.3. Pernyataan variabel sikap diukur skala Likert. Skala Likert pada dasarnya dikembangkan dalam rangka mengetahui tanggapan subjek mengenai suatu objek dan subjek menanggapi dengan pernyataan setuju atau tidak setuju.²⁶ Pada penelitian ini skala penilaian ditentukan dengan lima pilihan jawaban. Sementara untuk variabel pengetahuan diukur menggunakan *dichotomous scale*. Setiap jawaban benar diberi skor 20 dan jawaban yang salah tidak mendapatkan skor atau 0. Guna memudahkan dalam pembuatan kuesioner penelitian, maka peneliti terlebih dahulu menyusun kisi-kisi instrumen setiap variabel penelitian. Adapun variabel *saving behaviour, intention*, norma subjektif, kontrol perilaku diukur dengan menggunakan skala *Semantic Differential Scale*. *Semantic Differential Scale* menyediakan atribut bipolar yang diidentifikasi pada skala ekstrem, dan responden diminta untuk menunjukkan sikapnya terhadap variabel penelitian. Kata sifat bipolar yang digunakan dapat berupa baik-buruk; kuat-lemah, Panas-dingin dan lain sebagainya.²⁷ Adapun kisi-kisi instrumen disajikan dalam tabel 3.3.

²⁶ Sekaran and Bougie, *Research Methods for Business*, 216.

²⁷ Sekaran, *Research Methods For Business: A Skill*, 197–98.

Tabel 3. 3 Blue Print Variabel Penelitian

Variabel	Indikator	Item	Skala
Saving Behaviour (PM)	1. Mengutamakan	1	<i>Semantic Differential Scale</i>
	2. Komitmen	2	
	3. Memindahkan	3	
Saving Intention (NM)	1. Tertarik	1	<i>Semantic Differential Scale</i>
	2. Keinginan yang kuat	2	
	3. Harapan	3	
	4. Lebih sering	4	
Sikap Terhadap Bank Syariah (SK)	1. Memberikan keuntungan	1	Likert
	2. Ide yang bagus	2	
	3. Pilihan yang tepat	3	
	4. Bermanfaat	4	
Norma Subjektif (NS)	1. Dorongan rekan	1	<i>Semantic Differential Scale</i>
	2. Dorongan keluarga	2	
	3. Dorongan pemerintah	3	
	4. Dorongan media	4	
	5. Dorongan masyarakat	5	
Kontrol Perilaku (KP)	1. Sumber daya	1	<i>Semantic Differential Scale</i>
	2. Kemampuan	2	
	3. Mengendalikan	3	
Religiositas (RG)	1. Keyakinan terhadap Tuhan	1	<i>Semantic Differential Scale</i>
	2. Keyakinan terhadap utusan Tuhan	2	
	3. Keyakinan terhadap kitab suci	3	
	4. Keyakinan terhadap hari akhir	4	
	5. Dasar pengambilan keputusan	5	
	6. Melaksanakan solat	6	
	7. Menjauhi transaksi terlarang	7	
Pengetahuan (KN)	1. Akad	1-5	<i>Dichotomous scale</i>
	2. Prinsip operasional	6-10	

F. Uji Keabsahan Data

Kuesioner penelitian yang telah disusun telah divalidasi secara konseptual dari pembimbing. Setelah divalidasi oleh pembimbing maka peneliti melakukan uji coba keterbacaan. Uji keterbacaan dilakukan

dengan memberikan instrumen penelitian kepada kolega untuk menilai apakah instrumen yang telah disusun mudah dipahami, sehingga dapat menghindari salah tafsir terhadap instrumen penelitian. Setelah melakukan uji coba keterbacaan maka peneliti melakukan uji coba instrumen penelitian secara empiris. Uji coba dilakukan dengan melibatkan 40 responden yang berdomisili di Kabupaten Magelang dan merupakan nasabah bank syariah. Dari uji coba tersebut kemudian dilakukan uji validitas butir dan pengujian keandalan (reliabilitas).²⁸ Item pernyataan dinyatakan memenuhi standar validitas jika memiliki korelasi 0,30²⁹ dengan skor totalnya. Hasil empiris uji validitas data dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. 4 Hasil Empiris Uji Validitas

No	Variabel	Item	Korelasi	Ket
1	Saving Behaviour	PM1	0,765	Valid
		PM2	0,843	Valid
		PM3	0,788	Valid
	Saving Intention	NM1	0,756	Valid
		NM2	0,826	Valid
		NM3	0,698	Valid
		NM4	0782	Valid
		SK1	0,766	Valid
2	Sikap	SK2	0,918	Valid
		SK3	0,866	Valid

²⁸ Dalam rangka pengembangan instrumen langkah-langkah yang harus dilakukan diantaranya 1) identifikasi variabel penelitian; 2) Penelusuran teori yang relevan; 3) Perumusan definisi konseptual; 4) Perumusan definisi operasional; 5) dentifikasi dimensi dan indikator; 6) Penyusunan kisi-kisi instrumen penelitian; 7) Penulisan butir-butir pernyataan; 8) Validasai konseptual; 9) Uji keterbacaan; 10) Melakukan pengujian empiris; 11) Analisis butir; dan 12) Pengujian reliabilitas. Lihat Hadjar, *Pendekatan Kuantitatif Dalam Penelitian Agama*, 233-234.

²⁹ Saifudin Azwar, *Reliabilitas Dan Validitas* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), 157.

		SK4	0,682	Valid
		NS1	0,841	Valid
		NS2	0,841	Valid
3	Norma Subjektif	NS3	0,841	Valid
		NS4	0,841	Valid
		NS5	0,729	Valid
		KP1	0,803	Valid
4	Kontrol Perilaku	KP2	0,848	Valid
		KP3	0,853	Valid
		RG1	0,750	Valid
		RG2	0,721	Valid
		RG3	0,876	Valid
5	Religiositas	RG4	0,775	Valid
		RG5	0,536	Valid
		RG6	0,655	Valid
		RG7	0,664	Valid
		KN1	0,933	Valid
6	Pengetahuan	KN2	0,931	Valid

Sumber: Output SPSS (2023)

Tabel 3.4 di atas menunjukkan bahwa seluruh indikator variabel penelitian memiliki korelasi yang lebih besar dari 0,30. Kondisi ini menunjukkan bahwa secara empiris kuesioner penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner yang telah memenuhi standar validitas yang memadai.

Adapun standar keterandalan dapat diketahui jika seluruh indikator variabel memiliki nilai Alpha Cronbach > 0.60 .³⁰

³⁰ V. Wiratna Sujarweni, *Belajar Mudah SPSS Untuk Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi & Umum*. (Yogyakarta: Global Media Informasi, 2012), 87.

Tabel 3. 5 Hasil Empiris Uji Validitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Ketentuan	Ket
1	<i>Saving Behaviour</i>	0,716	0,60	Reliabel
2	<i>Behaviour Intention</i>	0,763	0,60	Reliabel
3	Sikap	0,827	0,60	Reliabel
4	Norma Subjektif	0,885	0,60	Reliabel
5	Kontrol Perilaku	0,766	0,60	Reliabel
6	Religiositas	0,837	0,60	Reliabel
7	Pengetahuan	0,848	0,60	Reliabel

Sumber: Output SPSS (2023)

G. Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini ada dua teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis statistik deskriptif dan teknik analisis inferensial.

1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif pada penelitian berupa analisis deskriptif terhadap responden dan analisis deskriptif terhadap variabel-variabel. Analisis deskriptif dilakukan guna mendeskripsikan data penelitian dari sampel penelitian, melalui analisis ini maka dapat diketahui kecenderungan data dan ukuran penyebaran skor.³¹ Analisis deskriptif responden dilakukan dalam rangka memberikan informasi tentang demografi responden yang berperan serta dalam penelitian. Melalui analisis ini maka dapat diketahui bagaimana kondisi responden berdasarkan lokasi penelitian, jenis kelamin, usia, pendapatan, pendidikan terakhir, alasan menyimpan dana di bank syariah. Analisis deskriptif variabel penelitian ini dilakukan dengan cara mendeskripsikan data setiap variabel seperti nilai minimal,

³¹ Hadjar, *Pendekatan Kuantitatif Dalam Penelitian Agama*, 314.

nilai maksimal, rata-rata (mean) dan standar deviasi. Deskripsi variabel penelitian ditentukan dengan ketentuan berikut:

$$X < M - 1SD \quad : \text{Rendah}$$

$$M - 1SD \leq X < M + 1SD \quad : \text{Sedang}$$

$$X \geq M + 1SD \quad : \text{Tinggi}$$

Tahap-tahap yang dilakukan untuk melakukan analisis deskriptif terhadap indikator tiap variabel penelitian terhadap variabel penelitian adalah:

- 1) Nilai maksimal dari tiap indikator pada penelitian ini adalah 5 dan nilai minimal tiap indikator adalah 1, dengan demikian besaran dari rentang nilai skor yang dihasilkan yaitu $= 5 - 1 = 4$.
- 2) Menggunakan lima (5) kategori, maka nilai interval diperoleh sebesar 0.8. Nilai tersebut dihitung dengan formula berikut:

$$\text{Interval} = \frac{5-1}{5} = 0,80$$

Sesuai tahapan diatas maka nilai interval dan kategori tiap skor terdapat pada tabel 3.6.

Tabel 3. 6 Pedoman kategorisasi Deskripsi Indikator Variabel Penelitian

Skor Rata-rata	Kategori
1,00 - 1,80	Sangat Rendah
1,81 - 2,60	Rendah
2,61 - 3,40	Cukup
3,41 - 4,20	Tinggi
4,21 - 5,00	Sangat Tinggi

Berdasarkan tabel 3.6 diatas kemudian peneliti mengkategorikan termasuk kedalam kategori apakah tanggapan responden penelitian terhadap tiap indikator penelitian.

2. Analisis Statistik Inferensial

Analisis statistik inferensial³² pada penelitian ini data dianalisis menggunakan analisis *Structural Equation Modelling* (SEM) berbasis *variance*,³³ atau juga sering disebut sebagai SEM-PLS (*Partial Least Square*). Peneliti menggunakan teknik analisis SEM-PLS³⁴ karena penelitian ini dilakukan dalam rangka melakukan pengujian yang berorientasi pada prediksi dan pengembangan teori.³⁵ Guna memudahkan proses analisis inferensial, maka peneliti menggunakan alat bantu berupa

³² Statistik inferensial merupakan teknik penarikan kesimpulan mengenai populasi yang didasarkan pada informasi yang didapatkan dari sampel. Karakteristik populasi diprediksi melalui probabilitasnya berdasarkan data-data penelitian yang didapatkan dari sampel. Lihat Hadjar, *Pendekatan Kuantitatif Dalam*, 363.

³³ Dalam analisis SEM, ada dua pengekatan yang dapat digunakan yaitu *covariance base* dan SEM *variance base* dengan teknik *Partial Least Squares* (PLS-SEM). SEM berbasis *covariance* merupakan tipe SEM yang mengharuskan adanya korelasi antar indikator dalam model struktural, sementara SEM berbasis *variance* tidak mengharuskan korelasi antar indikator dalam model struktural. Tujuan dari SEM berbasis *covariance* adalah untuk melakukan estimasi model struktural berdasarkan teori yang mapan dan memerlukan pengujian kelayakan model. Sementara tujuan dari SEM berbasis *variance* adalah untuk memprediksi antar konstruk penelitian, sehingga tidak memerlukan dukungan teori yang mapan. Lihat Imam Ghozali and Hengky Latan, *Partial Least Square Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2015), 5-6. Analisis *covariance based-SEM* dapat menggunakan software AMOS, LISREL, EQS, Mplus dan lainnya. Adapun untuk *variance based-SEM* dapat menggunakan software SmartPLS, WarpPLS, PLS_Graph, Visual-PLS dan lain sebagainya. Lihat Mahfud Sholihin dan Dwi Ratmono, *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0 untuk Hubungan Nonlinier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis* (Yogyakarta: Andi, 2013), 6.

³⁴SEM-PLS adalah alat statistik dengan kemampuan yang baik, bahkan dalam studi dengan sampel kecil. Lihat Joseph F Hair et al., "When to Use and How to Report the Results of PLS-SEM," *European Business Review* 31, no. 1 (2019): 5, <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>.

³⁵ Joseph F Hair et al., "When to Use and How to Report," 5.

software SmartPLS. Dalam prosesnya terdapat dua tahapan yaitu pengujian model pengukuran atau pengujian *outer model* dan pengujian model struktural atau sering disebut dengan istilah *inner model*.³⁶

1) Pengujian *outer model* atau pengujian model pengukuran

Pada tahap pengujian *outer model* data penelitian terlebih dahulu harus dipastikan kualitas data yang dihasilkan melalui uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas dalam SEM-PLS menggunakan validitas konstruk berupa uji *convergent validity*³⁷ dan uji *discriminant validity*.³⁸ Indikator dari tiap variabel memenuhi kriteria *convergent validity* dapat nilai *loading* faktor $\geq 0,708$ ³⁹ dan memiliki nilai *average variance extracted* $\geq 0,5$.⁴⁰ Pemenuhan kriteria *discriminant validity* dinilai melalui *Heterotrait-monotrait ratio*. Nilai HTMT yang direkomendasikan lebih kecil dari 0.85⁴¹. Apabila

³⁶ Joe F Hair et al., "Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM): An Emerging Tool in Business Research," *European Business Review* 26, no. 2 (2014): 110, <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>.

³⁷ *Convergent validity* dilakukan untuk mengetahui sejauh mana sebuah skor setiap indikator mampu menjelaskan konstruk yang sama. Lihat Hadjar, *Pendekatan Kuantitatif Dalam*, 273.

³⁸ *Discriminant validity* dilakukan apakah terdapat korelasi antara skor pada tiap indikator terhadap variabel lainnya dalam sebuah model penelitian. Skor indikator pada variabel A, seharusnya tidak boleh memiliki koerelasi yang tinggi terhadap variabel B. Lihat Hadjar, *Pendekatan Kuantitatif Dalam*, 274.

³⁹ Loading faktor 0.6 masih dapat diterima. Lihat Ganesh Dash and Justin Paul, "CB-SEM vs PLS-SEM Methods for Research in Social Sciences and Technology Forecasting," *Technological Forecasting and Social Change* 173 (2021): 3, <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121092>.

⁴⁰ Joseph F Hair et al., "When to Use and How to Report the Results of PLS-SEM," *European Business Review* 31, no. 1 (2019): 15. 10.1108/EBR-11-2018-0203

⁴¹ Locky Law and Natalie Fong, "Applying Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) in an Investigation of Undergraduate Students'

hasil pengujian menghasilkan HTMT yang lebih kecil dari 0.85 maka dapat dikatakan indikator tersebut dapat memenuhi kriteria *discriminant validity*. Sementara itu, untuk menilai kriteria reliabilitas atau *internal consistency reliability* dalam SEM-PLS dapat menggunakan nilai *Cronbach α* dan *Composite reliability*. Instrumen penelitian dikatakan memenuhi kriteria reliabilitas jika memiliki nilai *Cronbach α* dan *Composite reliability* $\geq 0,7$.⁴²

2) Pengujian *inner model* atau model struktural atau

Tahap pengujian *inner model* merupakan tahap lebih lanjut dalam analisis SEM-PLS. Pengujian tahap ini dapat dilakukan jika model penelitian telah memenuhi kriteria *outer model*. Pengujian *inner model* atau pengujian model struktural terdiri atas evaluasi *R-square*, evaluasi *Q-square test*, *f Square* dan uji signifikansi.

a) Evaluasi *R-Square* dilakukan dengan melihat besar kecilnya kontribusi variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen. Evaluasi dilakukan dengan melihat nilai *R-Square* yang dihasilkan. Jika *R-Square* $\geq 0,75$ maka variabel independen berkontribusi secara substansial, jika nilai variabel dependen memiliki *R-Square* $\geq 0,50$ maka variabel independen hanya berkontribusi secara moderat terhadap variabel dependen dan apabila hasil pengujian menghasilkan nilai *R-Square* $\geq 0,25$ maka

Learning Transfer of Academic English,” *Journal of English for Academic Purposes* 46 (2020): 9, <https://doi.org/10.1016/j.jeap.2020.100884>.

⁴² Untuk penelitian *exploratory* Cronbach's Alpha 0.6 masih dapat diterima. Lihat Hair et al., “When to Use and How to Report,” 15.

variabel independen hanya memberikan kontribusi yang lemah terhadap variabel dependen.⁴³

- b) Evaluasi *Q-square* dimaksudkan untuk mengetahui apakah model yang dikembangkan dalam penelitian mempunyai model prediktif yang relevan atau tidak. Jika *Q-square* menghasilkan nilai yang lebih besar dari 0, maka akurasi model yang dikembangkan memiliki prediksi kecil, 0,25 menunjukkan model yang dikembangkan memiliki akurasi prediksi sedang dan nilai *Q-square* 0,50 menggambarkan bahwa model yang dikembangkan memiliki prediksi besar.⁴⁴
- c) Selain mengidentifikasi apakah terdapat atau tidak adanya korelasi yang signifikan antara variabel-variabel, peneliti perlu mengevaluasi ukuran pengaruh antar variabel menggunakan konsep *Effect Size* atau *f-square*. Besarnya nilai *f-square* dapat diartikan: 0,02 sebagai ukuran kecil, 0,15 sebagai ukuran sedang, dan 0,35 sebagai ukuran besar. Jika nilai *f-square* kurang dari 0,02, dampaknya mungkin dapat diabaikan atau dianggap sebagai tidak signifikan.⁴⁵
- d) Uji signifikansi dilakukan dalam rangka menguji apakah variabel independen memberikan pengaruh terhadap variabel dependen. Pengambilan keputusan dilakukan dengan melihat nilai *p-value*.

⁴³ Hair et al., "When to Use and How to Report," 15.

⁴⁴ Hair et al., "When to Use and How to Report," 12.

⁴⁵ Ghozali and Latan, *Partial Least Square Konsep, Teknik*, 78.

Variabel independen dikatakan memiliki pengaruh terhadap variabel dependen jika nilai *p-value* yang dihasilkan < 0.05 .⁴⁶

⁴⁶ Hair et al, "PLS-SEM: Indeed a Silver Bullet," 145.

BAB IV

DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA

A. Deskripsi Data

1. Profil Responden Penelitian

Sampel penelitian yang direncanakan dalam penelitian ini sebanyak 684 responden, namun hanya 392 responden yang memenuhi kriteria sampel penelitian (miliki rekening di bank syariah dan bank konvensional). Dari 392 kuesioner yang berhasil dikumpulkan oleh tim, maka profil responden adalah sebagai berikut:

a. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Dari hasil pengumpulan data dapat diketahui bahwa responden penelitian mayoritas adalah berjenis kelamin laki-laki, dengan persentase sebesar 53,60 persen. Sementara untuk responden berjenis kelamin perempuan hanya 46,40 persen. Data lengkapnya dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut:

Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>
Perempuan	182	46,40
Laki-Laki	210	53,60
Total	392	100

Sumber: Data primer diolah (2023)

b. Profil Responden Berdasarkan Tempat Tinggal

Dari hasil pengumpulan data dapat diketahui bahwa responden penelitian mayoritas berasal dari kota Semarang dengan jumlah responden mencapai 115 atau sebesar 29,30 persen.

Sementara untuk responden yang paling sedikit berasal dari Kota Pekalongan dengan jumlah responden hanya 36 atau sebanyak 9,20 persen. Asal responden ini sejalan dengan distribusi sampel penelitian yang telah ditentukan sebelumnya. Secara lengkap sebaran data responden berdasarkan daerah asal dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut:

Tabel 4. 2 Asal Responden

Asal Responden	Frequency	Percent
Kota Semarang	115	29,30
Kota Surakarta	92	23,50
Kabupaten Banyumas	37	9,40
Kota Pekalongan	36	9,20
Kabupaten Kudus	112	28,60
Total	392	100.00

Sumber: Data primer diolah (2023)

c. Alasan Responden Menyimpan Dana di Bank Konvensional

Dari hasil pengumpulan data dapat diketahui bahwa sebanyak 195 responden penelitian atau sebesar 49,74 persen alasan menyimpan dana di bank konvensional adalah karena memudahkan transaksi.¹ Alasan lain adalah karena bank konvensional mudah di

¹ Berdasarkan pengalaman penulis, beberapa kebijakan pemerintah belum sepenuhnya mendorong Masyarakat di Indonesia dan Jawa Tengah pada umumnya untuk menggunakan rekening bank syariah. Contohnya adalah pencairan dana bantuan penelitian dan pencairan sertifikasi dosen. Untuk bantuan penelitian Kementerian agama justru menyarankan para penerima bantuan untuk membuka rekening bank Mandiri. Sementara itu untuk pencairan sertifikasi dosen pemerintah bekerjasama dengan Bank Negara Indonesia (BNI). Dengan demikian responden “terpaksa” menggunakan bank konvensional untuk memudahkan transaksi tersebut. Oleh karena itu wajar jika responden yang mayoritas dosen memiliki rekening di bank konvensional dan rekening bank syariah.

jangkau dengan jumlah responden mencapai 134 atau 34,18 persen. Hal ini sesuai dengan fakta di lapangan bahwa kantor cabang, kantor cabang pembantu dan kantor kas, bank konvensional lebih banyak dibandingkan bank syariah. Data selengkapnya dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut

Tabel 4. 3 Alasan Menyimpan Dana di Bank Konvensional

Alasan	Frequency	Percent
Bank konvensional lebih mudah di jangkau	134	34,18
Bank syariah sama saja dengan bank konvensional	5	1,28
Saya tidak tahu bank syariah	3	0,77
Lokasi bank syariah jauh	5	1,28
Bank konvensional lebih menguntungkan	5	1,28
Untuk memudahkan transaksi	195	49,74
Lainnya	45	11,48
Total	392	100.00

Sumber: Data primer diolah (2023)

d. Alasan Responden Menyimpan Dana di Bank Syariah

Dari hasil pengumpulan data dapat diketahui bahwa sebanyak 264 responden penelitian atau sebesar 67,35 persen menyimpan dana di bank syariah karena sesuai prinsip syariah. Ini memberikan informasi bahwa alasan responden ketika memilih menyimpan dana di bank syariah lebih dipengaruhi oleh pertimbangan kesesuaian nya dengan syariah Islam, tetapi tidak sedikit responden yang menyimpan dana di bank syariah karena didasari oleh tidak adanya biaya admin yang harus di keluarkan. Jumlah responden dengan alasan ini sebanyak 41 orang atau sebesar 10,46 persen, tetapi tidak sedikit pula responden yang beralasan memilih menyimpan dana di bank syariah, juga karena untuk memudahkan

transaksi. Jumlah responden dengan alasan ini sebanyak 37 orang atau sebesar 9,44 persen. Data selengkapnya dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut

Tabel 4. 4 Alasan Menyimpang Dana di Bank Syariah

Alasan	Frequency	Percent
Sesuai prinsip syariah	210	53.6
Tidak dikenakan biaya admin	63	16.1
Memberikan bonus/bagi hasil yang lebih tinggi dibandingkan bank konvensional	21	5.4
Dekat dengan rumah	12	3.1
Pelayanan yang diberikan	29	7.4
Memudahkan transaksi	37	9.4
Diwajibkan oleh lembaga/tempat kerja	19	4.8
Lainnya	1	0.3
Total	392	100.00

Sumber: Data primer diolah (2023)

Tabel 4.4 memberikan informasi bahwa 50 persen lebih responden penelitian memilih bank syariah karena alasan sesuai dengan prinsip syariah, namun kenapa responden juga menyimpan dana di bank konvensional? Kondisi ini yang disebut adanya disonansi kognitif, yaitu keadaan psikologis yang tidak menyenangkan, karena terjadi konflik antara dua pengetahuan.² Pengetahuan bahwa bank syariah telah menerapkan prinsip syariah³ dan menyimpan dana di bank konvensional yang masih

² Azwar, *Sikap Manusia Teori Dan Pengukurannya*, 46.

³ Dari hasil pengumpulan data dapat diketahui bahwa sebanyak 264 responden penelitian atau sebesar 67,35 persen menyimpan dana di bank syariah karena sesuai prinsip syariah. Ini memberikan informasi bahwa alasan responden ketika memilih menyimpan dana di bank syariah lebih dipengaruhi oleh pertimbangan kesesuaian nya dengan syariah Islam.

menerapkan sistem bunga. Dengan kata lain disonansi kognitif adalah adanya pertentangan antara pengetahuan dengan tindakan yang dilakukan (masih menyimpan dana di bank konvensional, sementara telah mengetahui bahwa bank konvensional menerapkan sistem bunga).

Berdasarkan analisis selanjutnya dapat diketahui bahwa setiap daerah/lokasi penelitian memiliki alasan yang berbeda-beda dalam memanfaatkan jasa perbankan syariah. Uraian masing-masing daerah dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 5 Alasan Menyimpan Dana di Bank Syariah Kota Semarang

Alasan	Frequency	Percent
Sesuai prinsip syariah	24	20.9
Tidak dikenakan biaya admin	33	28.7
Memberikan bonus/bagi hasil yang lebih tinggi dibandingkan bank konvensional	15	13.0
Dekat dengan rumah	4	3.5
Pelayanan yang diberikan	14	12.2
Memudahkan transaksi	16	13.9
Diwajibkan oleh lembaga/tempat kerja	9	7.8
Total	115	100.0

Sumber: Data primer diolah (2023)

Tabel 4.5 di atas memberikan informasi bahwa alasan responden yang berasal dari kota Semarang mayoritas dikarenakan tidak dikenakan biaya admin dengan prosentase sebesar 28.7 atau sebanyak 33 responden. Selanjutnya alasan responden dari kota Semarang menggunakan bank syariah dalam menyimpan dana adalah karena alasan sesuai prinsip syariah dengan jumlah responden sebanyak 24 responden atau sebesar 20.9 persen. Alasan selanjutnya responden dari Kota Semarang menggunakan jasa bank

syariah adalah karena memudahkan transaksi dan memberikan bonus/bagi hasil yang lebih tinggi dibandingkan bank konvensional dengan jumlah masing-masing 13.9 persen dan 13 persen.

Tabel 4. 6 Alasan Menyimpan Dana di Bank Syariah Kota Surakarta

Alasan	Frequency	Percent
Sesuai prinsip syariah	80	87.0
Tidak dikenakan biaya admin	8	8.7
Memberikan bonus/bagi hasil yang lebih tinggi dibandingkan bank konvensional	1	1.1
Pelayanan yang diberikan	1	1.1
Diwajibkan oleh lembaga/tempat kerja	2	2.2
Total	92	100.00

Sumber: Data primer diolah (2023)

Berbeda dengan responden yang berasal dari kota Semarang, responden yang berasal dari Kota Surakarta mayoritas menggunakan jasa bank syariah untuk menyimpan dana adalah dikarenakan alasan Sesuai prinsip syariah dengan jumlah responden mencapai 80 responden atau sebesar 87 persen.

Tabel 4. 7 Alasan Menyimpan Dana di Bank Syariah Kab Banyumas

Alasan	Frequency	Percent
Sesuai prinsip syariah	3	8.1
Tidak dikenakan biaya admin	10	27.0
Memberikan bonus/bagi hasil yang lebih tinggi dibandingkan bank konvensional	3	8.1
Dekat dengan rumah	4	10.8
Pelayanan yang diberikan	8	21.6
Memudahkan transaksi	5	13.5
Diwajibkan oleh lembaga/tempat kerja	4	10.8
Total	37	100.00

Sumber: Data primer diolah (2023)

Tabel 4.7 memberikan informasi bahwa responden yang dari kabupaten Banyumas menyimpan dana di bank syariah karena alasan tidak dikenakan biaya admin, dengan jumlah responden mencapai 27 persen atau sebanyak 10 responden. Sementara itu hanya 3 responden yang memiliki alasan menyimpan dana di bank syariah karena alasan sesuai dengan prinsip syariah.

Tabel 4. 8 Alasan Menyimpan Dana di Bank Syariah Kota Pekalongan

Alasan	Frequency	Percent
Sesuai prinsip syariah	27	75.0
Tidak dikenakan biaya admin	5	13.9
Pelayanan yang diberikan	2	5.6
Memudahkan transaksi	1	2.8
Diwajibkan oleh lembaga/tempat kerja	1	2.8
Total	36	100.00

Sumber: Data primer diolah (2023)

Sama halnya dengan responden yang berasal dari kota Surakarta, responden yang berasal dari Kota Pekalongan juga mayoritas menggunakan jasa bank syariah untuk menyimpan dana adalah dikarenakan alasan Sesuai prinsip syariah dengan jumlah responden mencapai 27 responden atau sebesar 75 persen.

Tabel 4. 9 Alasan Menyimpan Dana di Bank Syariah Kab Kudus

Alasan	Frequency	Percent
Sesuai prinsip syariah	76	67.9
Tidak dikenakan biaya admin	7	6.3
Memberikan bonus/bagi hasil yang lebih tinggi dibandingkan bank konvensional	2	1.8
Dekat dengan rumah	4	3.6
Pelayanan yang diberikan	4	3.6
Memudahkan transaksi	15	13.4
Diwajibkan oleh lembaga/tempat kerja	3	2.7
Lainnya	1	0.9
Total	112	100.00

Sumber: Data primer diolah (2023)

Tabel 4.9 memberikan informasi bahwa responden yang berasal dari Kab Kudus mayoritas menggunakan jasa bank syariah untuk menyimpan dana adalah dikarenakan alasan Sesuai prinsip syariah dengan jumlah responden mencapai 76 responden atau sebesar 67.9 persen. Namun demikian ada 15 responden yang memilih menyimpan dana di bank syariah karena alasan praktis yang memudahkan transaksi, dengan jumlah responden sebanyak 15 atau sebesar 13.4 persen.

e. Profil Responden Berdasarkan Pendidikan

Dari hasil pengumpulan data dapat diketahui bahwa responden penelitian mayoritas adalah responden yang berpendidikan Magister dengan persentase mencapai 41,84 persen atau sebanyak 164 responden. Hasil ini wajar, karena kebanyakan responden berprofesi sebagai dosen. Selanjutnya berdasarkan tingkat pendidikan penelitian ini juga banyak yang berpendidikan

sarjana dengan jumlah sekitar 128 atau sebesar 32,65 persen. Data lengkap mengenai profil responden berdasarkan tingkat pendidikan dapat dilihat dalam tabel 4.10 berikut:

Tabel 4. 10 Pendidikan Responden

Pendidikan	Frequency	Percent
SMP Sederajat	6	1,53
SMA Sederajat	86	21,94
Diploma	3	0,77
Sarjana sederajat	128	32,65
Magister	164	41,84
Doktoral	5	1,28
Total	392	100.00

Sumber: Data primer diolah (2023)

f. Profil Responden Berdasarkan Usia

Dari hasil pengumpulan data dapat diketahui bahwa responden penelitian mayoritas adalah responden dengan usia 26 s/d 30 Tahun dan responden yang berusia 36 s/d 40 Tahun dengan persentase yang sama yaitu 20,15 persen atau masing-masing sebanyak 79 responden. Dari tabulasi data ini mengindikasikan bahwa generasi muda (generasi Z dan generasi Y) merupakan golongan penduduk yang banyak memanfaatkan jasa keuangan syariah di Jawa Tengah. Data lengkap mengenai profil responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel 4.11 berikut:

Tabel 4. 11 Usia Responden

Usia	Frequency	Percent
Kurang dari 21 Tahun	26	6,63
21 s/d 25 Tahun	73	18,62
26 s/d 30 Tahun	79	20,15
31 s/d 35 Tahun	74	18,88
36 s/d 40 Tahun	79	20,15
41 s/d 45 Tahun	34	8,67
46 s/d 50 Tahun	18	4,59
Lebih dari 50 Tahun	9	2,30
Total	392	100.00

Sumber: Data primer diolah (2023)

g. Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan

Dari hasil pengumpulan data dapat diketahui bahwa responden penelitian mayoritas adalah responden yang bekerja sebagai dosen/guru dengan persentase sebesar 43,62 persen atau sebanyak 171 responden. Kemudian disusul responden yang bekerja sebagai karyawan swasta hanya 22,45 persen atau sebanyak 88 responden. Lebih lanjut, responden pada penelitian ini adalah yang berprofesi sebagai wiraswasta dengan jumlah responden mencapai 60 atau sebesar 15,31 persen. Data selengkapnya dapat dilihat pada tabel 4.12 berikut:

Tabel 4. 12 Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Frequency	Percent
Guru/Dosen	171	43,62
Petani	2	0,51
Pegawai Negeri non guru/dosen	7	1,79
Wiraswasta	60	15,31
Karyawan Swasta	88	22,45
Pelajar/sekolah/mahasiswa	52	13,27
Kuliah dan Bekerja	9	2,30
Lainnya	3	0,77
Total	392	100.00

Sumber: Data primer diolah (2023)

h. Profil Responden Berdasarkan Penghasilan

Dari hasil pengumpulan data dapat diketahui bahwa responden penelitian mayoritas adalah responden yang berpenghasilan Rp 2.000.001 sd Rp. 4.000.000 dengan persentase sebesar 43,58 persen atau sebanyak 171 responden. Data selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 4.13 berikut:

Tabel 4. 13 Pendapatan Responden

Pendapatan	Frequency	Percent
Kurang dari Rp. 2.000.000	63	16,10
Rp 2.000.001 sd Rp. 4.000.000	171	43,60
Rp 4.000.001 sd Rp. 6.000.000	100	25,50
Rp 6.000.001 sd Rp. 8.000.000	35	8,90
Rp 8.000.001 sd Rp. 10.000.000	13	3,30
Lebih dari Rp 10.000.000	10	2,60
Total	392	100.00

Sumber: Data primer diolah (2023)

Tabel 4.13 juga memberikan informasi bahwa responden penelitian dalam penelitian ini yang memiliki penghasilan Rp 4.000.001 sd Rp. 6.000.000 sebanyak 100 responden atau sebesar

25,50 persen. Sementara itu responden dengan penghasilan lebih dari Rp 10.000.000 hanya sebanyak 10 responden yang berpenghasilan dengan persentase 2,60 persen. Dengan demikian, responden penelitian merupakan orang tepat untuk diteliti karena, memiliki pendapatan yang mungkin dapat disimpan atau ditabung.

Hasil uji Kruskal Wallis⁴ menghasilkan temuan yang menarik terkait dengan hubungan antara *saving behaviour* dan tingkat pendapatan responden (Lihat Lampiran 8). Hasilnya menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan dalam *saving behaviour* berdasarkan tingkat pendapatan. Secara khusus, responden yang memiliki pendapatan lebih tinggi cenderung memiliki potensi yang lebih besar untuk menyimpan dana di bank syariah.

Temuan ini memberikan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana tingkat pendapatan memengaruhi *saving behaviour* di antara responden. Dengan kata lain, orang-orang dengan pendapatan yang lebih tinggi cenderung memiliki kemungkinan yang lebih besar untuk menjadi nasabah bank syariah dan melakukan kegiatan menyimpan dana. Responden dengan pendapatan yang lebih tinggi mungkin memiliki lebih banyak sumber daya finansial yang memungkinkan mereka untuk menyisihkan sebagian pendapatan mereka untuk menyimpan dana.

⁴ Uji Kruskal Wallis merupakan uji alternatif dari uji anava. Anava merupakan teknik analisis statistik inferensial yang digunakan untuk mengevaluasi apakah ada perbedaan yang sistematis secara rata-rata antar kelompok data yang berbeda dengan kriteria tertentu (memenuhi syarat uji parametrik). Lihat Ibnu Hadjar, *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian Kuantitatif Dalam Pendidikan* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1999), 256.

Kemampuan ini mungkin memungkinkan mereka untuk memilih bank syariah sebagai pilihan untuk menempatkan dana mereka karena keuntungan finansial dan manfaat yang ditawarkan oleh bank syariah.

2. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif pada penelitian ini dilakukan dengan cara mendeskripsikan data setiap variabel seperti nilai minimal, nilai maksimal, rata-rata (mean) dan standar deviasi. Deskripsi variabel penelitian ditentukan dengan ketentuan berikut:

$X < M - 1SD$: Rendah

$M - 1SD \leq X < M + 1SD$: Sedang

$X \geq M + 1SD$: Tinggi

Dari hasil analisis deskriptif diperoleh hasil seperti yang disajikan pada Tabel 4.14 berikut

Tabel 4. 14 Deskripsi Variabel Penelitian

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
<i>Saving Behaviour</i>	392	3,00	15,00	10,79	2,73
<i>Saving Intention</i>	392	4,00	20,00	15,50	3,08
Sikap	392	4,00	20,00	15,48	2,50
Norma Subjektif	392	5,00	25,00	18,12	3,00
Kontrol Perilaku	392	3,00	15,00	11,35	2,09
Religiositas	392	6,00	35,00	33,00	3,28
Pengetahuan	392	40,00	200,00	151,94	35,76

Sumber: Data Primer (2023)

Dari tabel 4.14 di atas dapat diketahui jika variabel *saving behaviour* memiliki rata-rata skor total 10,79 variabel *saving intention* memiliki nilai rata-rata skor total 15,50, variabel sikap memiliki rata-

rata skor total sebesar 15,48, variabel norma subjektif memiliki rata-rata skor total sebesar 18,12, variabel kontrol perilaku memiliki rata-rata skor total 11,35, variabel religiositas memiliki rata-rata skor total 33,00 dan variabel pengetahuan memiliki rata-rata skor total 151,94.

Selain deskriptif terhadap total skor, analisis deskriptif juga dilakukan terhadap indikator tiap variabel penelitian terhadap variabel penelitian. Tahapan dalam analisis deskriptif tiap indikator adalah sebagai berikut:

- 1) Nilai maksimal dari tiap indikator pada penelitian ini adalah 5 dan nilai minimal tiap indikator adalah 1, dengan demikian besaran dari rentang nilai skor yang dihasilkan yaitu $= 5-1= 4$.
- 2) Menggunakan lima (5) kategori, maka nilai interval diperoleh sebesar 0.8. Nilai tersebut dihitung dengan formula berikut:

$$\text{Interval} = \frac{5-1}{5} = 0,80$$

Sesuai tahapan diatas maka nilai interval dan kategori tiap variabel adalah terdapat pada tabel 4.15.

Tabel 4. 15 Kategorisasi Deskripsi Tiap Indikator

Skor Rata-rata	Kategori
1,00 - 1,80	Sangat Rendah
1,81 - 2,60	Rendah
2,61 - 3,40	Cukup
3,41 - 4,20	Tinggi
4,21 - 5,00	Sangat Tinggi

a. Variabel *Saving Behaviour*

Deskripsi skor total dari variabel *saving behaviour* dibagi ke dalam tiga kategori yaitu rendah, sedang dan tinggi. Dari hasil

analisis deskriptif pada variabel perilaku diperoleh kategori sebagaimana yang disajikan pada Tabel 4.16

Tabel 4. 16 Deskripsi Variabel *Saving Behaviour*

Kategori	Jumlah	Persentase
Rendah	71	18,11
Sedang	270	68,88
Tinggi	51	13,01
Jumlah	392	100

Sumber: Data primer diolah (2023)

Dari tabel 4.16 di atas maka dapat diketahui bahwa pada variabel *saving behaviour* memiliki sebaran data dalam kategori tinggi sebanyak 51 atau 13,01 persen, sementara itu sebanyak 71 atau 18,11 persen dalam kategori rendah, sebanyak 270 atau 68,88 persen dalam kategori sedang. Dengan demikian variabel *saving behaviour* dalam penelitian ini didominasi sebaran data dalam kategori sedang.

Adapun analisis deskriptif terhadap tiap indikator pada variabel *saving behaviour* memberikan informasi bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur *saving behaviour* di bank syariah mendapatkan skor rata-rata sebesar 3,60, yang termasuk dalam kategori tinggi. Hasil analisis tiap indikator pada variabel *saving behaviour* dapat dilihat pada tabel 4.17

Tabel 4. 17 Deskripsi Tiap Indikator Variabel *Saving Behaviour*

Variabel	Kode	Pernyataan	Rata-rata
<i>Saving Behaviour</i>	PM1	Jika saya mendapat uang tunai, saya segera menyimpannya di bank Syariah	3,60
	PM2	Saya tetap menyimpan dana di bank syariah, walaupun bank konvensional menawarkan bunga yang lebih besar	3,78
	PM3	Jika ada uang yang masuk ke rekening bank konvensional, saya memindahkannya ke rekening bank syariah	3,41
Rata-rata <i>Saving Behaviour</i>			3,60

Sumber: Data primer diolah (2023)

Hasil analisis deskriptif pada tabel 4.17 juga memberikan informasi bahwa indikator PM2 “Saya tetap menyimpan dana di bank syariah, walaupun bank konvensional menawarkan bunga yang lebih besar”. Skor rata-rata yang diperoleh adalah yang tertinggi (3,78) dari indikator lainnya. Ini menunjukkan bahwa responden memberikan prioritas pada prinsip-prinsip ekonomi syariah, yang melarang bunga dan transaksi riba, daripada hanya mengambil keuntungan finansial maksimal. Hasil ini juga sejalan dengan profil responden, dimana lebih dari 60 persen responden menyimpan di bank syariah adalah karena sesuai prinsip syariah.

Selanjutnya tanggapan responden atas indikator PM1 “Jika saya mendapat uang tunai, saya segera menyimpannya di bank Syariah” memiliki rata-rata 3,60 skor ini termasuk dalam kategori tinggi. Ini menunjukkan bahwa responden tidak segera menyimpannya di bank syariah. Kondisi ini sejalan dengan profil responden bahwa mayoritas responden penelitian memiliki pendapatan dalam rentang Rp 2.000.001 sd Rp. 4.000.000. Ada

kemungkinan responden tidak segera mengalokasikan nya untuk di tabung namun untuk keperluan yang lain.

Selain itu, tanggapan responden atas indikator PM3 “Jika ada uang yang masuk ke rekening bank konvensional, saya memindahkannya ke rekening bank syariah” adalah indikator dengan rata-rata jawaban terendah yaitu 3,41. Kondisi ini menggambarkan bahwa mungkin responden tidak perlu untuk memindahkan dana yang telah mereka peroleh dari rekening bank konvensional. Hal ini kemungkinan disebabkan lebih dari 15 persen responden penelitian adalah berprofesi sebagai wiraswasta, sehingga uang yang mereka terima kemungkinan digunakan untuk keperluan bisnis, sehingga responden tidak segera memindahkan dananya ke rekening bank syariah.

b. Variabel *Saving Intention*

Deskripsi skor total pada variabel *saving intention* dibagi ke dalam tiga kategori yaitu rendah, sedang dan tinggi. Dari hasil analisis deskriptif skor total pada variabel *saving behaviour* diperoleh kategori sebagaimana yang disajikan pada Tabel 4.18

Tabel 4. 18 Deskripsi Variabel *Saving Intention*

Kategori	Jumlah	Persentase
Rendah	63	16,07
Sedang	283	72,19
Tinggi	46	11,73
Jumlah	392	100

Sumber: Data primer diolah (2023)

Dari tabel 4.18 di atas maka dapat diketahui bahwa pada

variabel *saving intention* memiliki sebaran data dalam kategori tinggi sebanyak 46 atau 11,73 persen, sebanyak 63 atau 16,07 persen dalam kategori rendah. Sebanyak 283 atau 72,19 dalam kategori sedang. Dengan demikian variabel *saving intention* dalam penelitian ini didominasi sebaran data dalam kategori sedang.

Adapun deskripsi setiap indikator pada variabel *saving intention* dapat dilihat pada tabel 4.19

Tabel 4. 19 Deskripsi Tiap Indikator Variabel *Saving Intention*

Variabel	Kode	Pernyataan	Rata-rata
<i>Saving Intention</i>	NM1	Jika saya menerima uang secara tunai, saya lebih tertarik untuk menyimpannya di bank syariah	3,88
	NM2	Saya ingin menyimpan lebih banyak uang di bank syariah di masa yang akan datang	4,02
	NM3	Saya berharap semua uang yang saya terima melalui bank konvensional dapat segera saya pindahkan ke bank syariah	3,73
	NM4	Saya akan lebih sering menyimpan dana di bank syariah daripada di bank konvensional	3,83
Rata-rata <i>Saving Intention</i>			3,86

Sumber: Data primer diolah (2023)

Tabel 4.19 memberikan informasi bahwa tanggapan responden terhadap *saving intention* di bank syariah termasuk dalam kategori tinggi dengan skor rata-rata sebesar 3,86. Kondisi ini mengindikasikan responden memiliki keinginan yang tinggi untuk menyimpan dana di bank syariah. Pada indikator NM2 “Saya ingin menyimpan lebih banyak uang di bank syariah di masa yang

akan datang” misalnya, skor rata-rata yang diperoleh sebesar 4,02 dan ini merupakan skor tertinggi diantara indikator lainnya. Ini menunjukkan bahwa nasabah memiliki keinginan untuk menyimpan uang yang lebih banyak di bank syariah daripada di bank konvensional.

Sementara itu tanggapan terhadap NM3 “Saya berharap semua uang yang saya terima melalui bank konvensional dapat segera saya pindahkan ke bank syariah” memiliki rata-rata yang terendah diantara indikator lainnya yaitu 3,73. Kondisi ini sejalan dengan profil responden penelitian bahwa alasan mereka menggunakan bank konvensional adalah untuk memudahkan transaksi. Ini menunjukkan bahwa responden tidak sepenuhnya ingin memindahkan uangnya ke bank syariah, karena uang yang masuk ke rekening bank konvensional akan digunakan untuk keperluan transaksi bisnis.

Selanjutnya tanggapan responden atas indikator NM1 “Jika saya menerima uang secara tunai, saya lebih tertarik untuk menyimpannya di bank syariah” diperoleh skor rata-rata sebesar 3,88 yang termasuk kategori tinggi. Hasil ini mengindikasikan bahwa responden memiliki ketertarikan yang besar untuk menyimpan dananya di bank syariah daripada di bank konvensional. Ini sejalan dengan profil responden yang lebih memilih menyimpan dana di bank syariah karena alasan sesuai dengan syariah.

Adapun respon, responden terhadap indikator NM4 “Saya akan lebih sering menyimpan dana di bank syariah daripada di bank

konvensional” memperoleh skor 3,83 yang termasuk ke dalam kategori tinggi. Ini menunjukkan bahwa responden penelitian memiliki intensi yang tinggi untuk menggunakan bank syariah untuk menyimpan dananya.

c. Variabel Sikap terhadap Bank Syariah

Deskripsi skor total variabel sikap dibagi ke dalam tiga kategori yaitu rendah, sedang dan tinggi. Dari hasil analisis deskriptif pada variabel sikap diperoleh kategori sebagaimana yang disajikan pada Tabel 4.20

Tabel 4. 20 Deskripsi Variabel Sikap terhadap Bank Syariah

Kategori	Jumlah	Persentase
Rendah	59	15,05
Sedang	268	68,37
Tinggi	66	16,58
Jumlah	392	100

Sumber: Data primer diolah (2023)

Dari tabel 4.20 di atas maka dapat diketahui bahwa pada variabel sikap memiliki sebaran data dalam kategori tinggi sebanyak 66 atau 16,58 persen, sebanyak 59 atau 15,05 persen dalam kategori rendah dan sebanyak 268 atau 68,37 dalam kategori sedang. Dengan demikian variabel sikap dalam penelitian ini didominasi sebaran data dalam kategori sedang.

Adapun hasil deskripsi tiap indikator pada variabel sikap diperoleh rata-rata sebesar 3,87 yang termasuk ke dalam kategori tinggi. Hasil lengkap analisis deskriptif tiap indikator tiap pada variabel sikap secara lengkap dapat dilihat pada tabel 4.21

Tabel 4. 21 Deskripsi Tiap Indikator Variabel Sikap terhadap Bank Syariah

Variabel	Kode	Pernyataan	Rata-rata
Sikap terhadap Bank Syariah	NM1	Menyimpan dana di bank Syariah menurut saya lebih menguntungkan	3,76
	NM2	Saya merasa menyimpan dana di bank syariah adalah ide yang bagus	3,97
	NM3	Menyimpan dana di bank syariah adalah pilihan yang tepat	3,92
	NM4	Saya mendapatkan banyak manfaat ketika menjadikan bank syariah sebagai tempat menyimpan dana	3,83
Rata-rata Sikap terhadap Bank Syariah			3,87

Sumber: Data primer diolah (2023)

Tabel 4.21 memberikan informasi bahwa skor terendah tanggapan responden atas variabel sikap adalah tanggapan pada indikator NM1 dengan rata-rata skor 3,76. Hasil ini menunjukkan bahwa keuntungan bukan merupakan tujuan utama bagi responden ketika memanfaatkan bank syariah untuk menyimpan dana. Kondisi ini sejalan dengan profil responden yang mayoritas menyimpan dana di bank syariah adalah karena kesesuaiannya dengan prinsip syariah, bukan karena keuntungan. Skor tertinggi atas variabel sikap adalah tanggapan responden atas indikator NM2, dengan skor 3,97. Hasil ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden memiliki pandangan sangat positif terhadap ide menyimpan dana di bank Syariah.

d. Variabel Norma Subjektif

Deskripsi skor total pada variabel norma subjektif dibagi ke dalam tiga kategori yaitu rendah, sedang dan tinggi. Dari hasil

analisis deskriptif pada variabel sikap diperoleh kategori sebagaimana yang disajikan pada Tabel 4.22

Tabel 4. 22 Deskripsi Variabel Norma Subjektif

Kategori	Jumlah	Persentase
Rendah	68	17,35
Sedang	290	73,98
Tinggi	34	8,67
Jumlah	392	100

Sumber: Data primer diolah (2023)

Dari tabel 4.22 di atas maka dapat diketahui bahwa pada variabel norma subjektif memiliki sebaran data dalam kategori sangat tinggi sebanyak 34 atau 8,67 persen, sebanyak 68 atau 17,35 persen dalam kategori rendah dan sebanyak 290 atau 73,98 dalam sedang. Dengan demikian variabel norma subjektif dalam penelitian ini didominasi sebaran data dalam kategori sedang.

Hasil analisis deskriptif terhadap skor total variabel norma subjektif norma subjektif rata-rata sebesar 3,79 yang termasuk dalam kategori tinggi. Norma subjektif terkait dengan tanggapan responden terkait dengan dukungan dari orang lain yang memiliki pengaruh terhadap responden (norma subjektif) ketika memutuskan untuk menyimpan dana di bank syariah. Dalam teori pemasaran norma subjektif dikenal dengan kelompok referensi, yaitu kelompok yang dapat menjadi acuan ketika seseorang akan mengambil keputusan. Kelompok referensi dapat berupa keluarga, rekan kerja, organisasi buruh dan lain sebagainya. Kelompok referensi dapat memberikan pengaruh dalam pengambilan keputusan karena kelompok referensi dapat memberikan informasi tentang produk atau jasa yang hendak di beli. Hasil skor variabel

Adapun deskripsi setiap indikator pada variabel norma subjektif selengkapnya dapat dilihat pada tabel 4.23

Tabel 4. 23 Deskripsi Tiap Indikator Variabel Norma Subjektif

Variabel	Kode	Pernyataan	Rata-rata
Norma Subjektif	NS1	Saya menyimpan dana di bank syariah karena mendapatkan saran dari rekan-rekan	3,58
	NS2	Keluarga saya sangat mendukung jika saya menyimpan dana di bank syariah	3,89
	NS3	Jaminan dari pemerintah merupakan salah satu faktor yang mendorong saya untuk menyimpan dana di bank syariah	3,69
	NS5	Kiayi/ustadz yang menjadi panutan saya, mendorong saya untuk menggunakan bank syariah dalam menyimpan dana	3,19
	Rata-rata Norma Subjektif		

Sumber: Data primer diolah (2023)

Hasil perhitungan deskriptif pada tabel 4.23 menunjukkan bahwa skor terendah pada variabel norma subjektif adalah pada indikator N5 “Kiayi/ustadz yang menjadi panutan saya, mendorong saya untuk menggunakan bank syariah dalam menyimpan dana” dengan skor 3,19 yang termasuk dalam kategori cukup/sedang. Hasil ini sejalan dengan fakta bahwa tidak semua ulama/Kiayi/ustadz yang memiliki pandangan yang sama mengenai bunga bank. Ada ulama/Kiayi/ustadz yang menganggap bunga

pada bank konvensional berbeda dengan bunga⁵ dan ada pula yang menyamakannya. Kondisi ini sejalan dengan hasil penelitian ini, bahwa ulama/Kiayi/ustadz bukan merupakan faktor yang mendorong responden untuk menyimpan dana di bank syariah.

Selanjutnya hasil analisis deskriptif variabel menunjukkan bahwa tanggapan atas indikator NS2 “Keluarga saya sangat mendukung jika saya menyimpan dana di bank syariah diperoleh skor rata-rata sebesar 3,89. Artinya dorongan keluarga merupakan faktor paling penting bagi responden ketika akan memanfaatkan bank syariah untuk menyimpan dana. Sementara itu tanggapan responden atas NS1 “Saya menyimpan dana di bank syariah karena mendapatkan saran dari rekan-rekan” diperoleh skor rata-rata sebesar 3,58 yang termasuk ke dalam kategori tinggi. Ini menunjukkan bahwa rekan juga merupakan faktor sosial yang penting dalam mendorong responden untuk menyimpan dana di bank syariah.

Hasil analisis deskriptif juga menunjukkan bahwa tanggapan responden atas indikator NS3 “Jaminan dari pemerintah merupakan salah satu faktor yang mendorong saya untuk menyimpan dana di bank syariah” diperoleh skor rata-rata sebesar 3,69 yang termasuk ke dalam kategori tinggi. Hasil ini mengindikasikan bahwa faktor jaminan dari pemerintah dianggap faktor yang penting bagi responden untuk menyimpan dana di bank syariah. Hal mendasar

⁵ Misalnya pendapat Gus Baha tentang bunga dan riba yang dapat dilihat melalui link https://www.youtube.com/watch?v=isSxBF6F9_k

dalam keuangan Islam adalah adanya kemungkinan risiko yang dihadapi. Oleh karena itu, risiko yang terkait dengan aktivitas investasi riil secara eksplisit diintegrasikan ke dalam transaksi keuangan. Ini merupakan aspek penting dalam keuangan Islam.⁶ Guna menjamin kemungkinan risiko, maka jaminan dari pemerintah menjadi penting bagi responden penelitian.

e. Variabel Kontrol Perilaku

Analisis deskriptif pada skor total variabel kontrol perilaku dibagi ke dalam tiga kategori yaitu rendah, sedang dan tinggi. Dari hasil analisis deskriptif pada variabel sikap diperoleh kategori sebagaimana yang disajikan pada Tabel 4.24

Tabel 4. 24 Deskriptif Variabel Kontrol Perilaku

Kategori	Jumlah	Persentase
Rendah	79	20,15
Sedang	267	68,11
Tinggi	46	11,73
Jumlah	392	100

Sumber: Data primer diolah (2023)

Dari tabel 4.24 di atas maka dapat diketahui bahwa pada variabel norma subjektif memiliki sebaran data dalam kategori tinggi sebanyak 46 atau 11,73 persen, sebanyak 79 atau 20,15 dan sebanyak 267 atau 68,11 persen dalam kategori sedang. Dengan demikian variabel norma subjektif dalam penelitian ini didominasi

⁶ Kp Ryu, Sz Piao, and D Nami, "A Comparative Study between the Islamic and Conventional Banking Systems and Its Implications," *Scholarly Journal of Business Administration* 2, no. 5 (2012): 49, [http://www.scholarly-journals.com/jba/2012/May/Kyeong et al.pdf](http://www.scholarly-journals.com/jba/2012/May/Kyeong%20et%20al.pdf).

sebaran data dalam kategori sedang.

Adapun deskripsi setiap indikator pada variabel kontrol perilaku secara rata-rata sebesar 3,78 yang termasuk ke dalam kategori tinggi. Hasil analisis deskriptif tiap indikator pada variabel kontrol perilaku selengkapnya dapat dilihat pada tabel 4.25

Tabel 4. 25 Deskripsi Tiap Indikator Variabel Kontrol Perilaku

Variabel	Kode	Pernyataan	Rata-rata
Kontrol Perilaku	KP1	Saya memiliki dana yang cukup untuk disimpan di bank syariah	3,79
	KP2	Saya dapat memindahkan dana yang masuk ke rekening bank konvensional ke rekening bank syariah dengan mudah	3,78
	KP3	Saya dapat menyimpan dana di bank syariah kapanpun dan dimanapun dengan mudah	3,79
Rat-rata Kontrol Perilaku			3,78

Sumber: Data primer diolah (2023)

Tabel 4.25 memberikan informasi bahwa dari tiga indikator yang digunakan untuk mengukur kontrol perilaku semuanya memperoleh skor yang termasuk ke dalam kategori tinggi. Tanggapan atas indikator KP1 “Saya memiliki dana yang cukup untuk disimpan di bank syariah” memperoleh skor 3,79. Hasil ini menunjukkan bahwa responden penelitian memiliki kontrol atas *saving behaviour* karena merasa memiliki dana yang cukup untuk ditabung. Hasil ini sejalan dengan profil responden yang mayoritas memiliki pendapatan Rp 2.000.001 sd Rp. 4.000.000 dan Rp 4.000.001 sd Rp. 6.000.000, sehingga responden tidak memiliki hambatan dalam menyimpan dana.

Tanggapan responden atas indikator KP2 “Saya dapat memindahkan dana yang masuk ke rekening bank konvensional ke rekening bank syariah dengan mudah”, diperoleh skor rata-rata 3,78. Skor ini merupakan skor terendah diantara skor pada indikator lainnya. Walaupun hampir semuanya bank memiliki e-banking, namun tidak semua nasabah segera memindahkan semua uang yang masuk ke rekening bank konvensional ke bank syariah. Hal ini disebabkan responden menggunakan uang yang ada di rekening bank konvensional untuk memudahkan transaksi, khususnya bagi responden yang bekerja sebagai wirausaha.

Selanjutnya tanggapan responden atas indikator KP3 “Saya dapat menyimpan dana di bank syariah kapanpun dan dimanapun dengan mudah” diperoleh skor rata-rata sebesar 3,79 yang termasuk ke dalam kategori tinggi. Ini mengindikasikan bahwa responden menganggap bahwa menyimpan dana di bank syariah mudah dilakukan karena pada saat ini perbankan syariah memiliki kantor yang tersebar di semua lokus penelitian.⁷

f. Variabel Religiositas

Deskripsi terhadap skor total pada variabel religiositas dibagi ke dalam tiga kategori yaitu rendah, sedang dan tinggi. Dari hasil analisis deskriptif skor total pada variabel Religiositas diperoleh

⁷ Sebaran Jaringan Kantor Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah di Jawa Tengah terdiri atas 29 kantor cabang dan 94 kantor cabang pembantu. Lihat Otoritas Jasa Keuangan, *Statistik Perbankan Syariah Mei 2023* (Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan, 2023), 6.

hasil sebagaimana yang tersaji pada Tabel 4.26

Tabel 4. 26 Deskriptif Variabel Religiositas

Kategori	Jumlah	Persentase
Rendah	1	0,26
Sedang	36	9,18
Tinggi	355	90,56
Jumlah	392	100

Sumber: Data primer diolah (2023)

Dari tabel 4.26 di atas maka dapat diketahui bahwa pada variabel religiositas memiliki sebaran data dalam kategori tinggi sebanyak 355 atau 90,56 persen. Sebanyak 1 atau 0,26 persen dalam kategori rendah dan sebanyak 36 atau 9,18 dalam kategori sedang. Dengan demikian variabel religiositas dalam penelitian ini didominasi sebaran data dalam kategori tinggi.

Hasil analisis deskripsi tiap indikator pada variabel religiositas mendapatkan skor rata-rata sebesar 4,71 yang termasuk ke dalam kategori sangat tinggi. Hasil ini menunjukkan bahwa responden penelitian memiliki tingkat religiositas yang sangat tinggi. Hasil analisis deskripsi tiap indikator pada variabel religiositas selengkapnya dapat dilihat pada tabel 4.27

Tabel 4. 27 Deskripsi Tiap Indikator Variabel Religiositas

Variabel	Kode	Pernyataan	Rata-rata
Religiositas	RG1	Saya meyakini bahwa satu-satunya Tuhan yang wajib di sembah adalah Allah S.W.T	4,86
	RG2	Saya meyakini bahwa Nabi Muhammad S.A.W adalah Nabi terakhir	4,83
	RG3	Saya yakin bahwa Al Qur'an adalah pedoman yang relevan untuk kehidupan	4,78

RG4	Saya yakin bahwa semua amal baik dan buruk akan mendapat balasan di hari kiamat	4,78
RG5	Keyakinan agama mempengaruhi saya ketika membeli/mengkonsumsi barang/jasa	4,55
RG6	Saya melaksanakan solat lima waktu secara rutin	4,71
RG7	Saya selalu menjauhkan diri dari penghasilan melalui cara-cara yang haram (dilarang) seperti bunga bank, menipu, dan lain sebagainya	4,48
Rata-rata Religiositas		4,71

Sumber: Data primer diolah (2023)

Tabel 4.27 memberikan informasi tentang tingkat religiositas responden.. Hasil ini sangat wajar mengingat masyarakat di Jawa Tengah merupakan mayoritas beragama Islam. Hasil analisis deskriptif, menunjukkan bahwa tanggapan responden atas indikator RG1 “Saya meyakini bahwa satu-satunya Tuhan yang wajib di sembah adalah Allah S.W.T”, mendapatkan skor 4,86 yang termasuk ke dalam kategori sangat tinggi. Hasil ini tentu saja sesuai pandangan umum bahwa aspek penting dari religiositas adalah adanya keyakinan pada aspek yang transenden.

Adapun tanggapan responden atas indikator RG5 “Keyakinan agama mempengaruhi saya ketika membeli/mengkonsumsi barang/jasa” dengan skor 4,55. Walaupun memperoleh rata-rata skor terendah namun masuk dalam kategori sangat tinggi. Selain itu sedikit mengejutkan bahwa skor rata-rata pada RG6 “Saya melaksanakan solat lima waktu secara rutin” adalah 4,71. Kendati masih dalam kategori sangat tinggi, namun

sebagai seorang beragama seharusnya melaksanakan solat adalah yang utama. Kondisi ini memberikan bukti bahwa belum semuanya responden melaksanakan solat lima waktu secara rutin.

g. Variabel Pengetahuan

Analisis deskriptif skor total pada variabel pengetahuan dibagi ke dalam tiga kategori rendah, sedang dan tinggi. Dari hasil analisis deskriptif pada variabel pengetahuan diperoleh kategori yang disajikan pada Tabel 4.28

Tabel 4. 28 Deskriptif Variabel Pengetahuan Tentang Akad

Kategori	Jumlah	Persentase
Rendah	45	11,48
Sedang	224	57,14
Tinggi	123	31,38
Jumlah	392	100

Sumber: Data primer diolah (2023)

Dari tabel 4.28 di atas maka dapat diketahui bahwa pada variabel pengetahuan tentang akad memiliki sebaran data dalam kategori rendah sebanyak 45 atau 11,48 persen, sebanyak 224 atau 57,14 persen dalam kategori sedang dan sebanyak 123 atau 31,38 dalam kategori tinggi. Dengan demikian variabel pengetahuan dalam penelitian ini didominasi sebaran data dalam kategori sedang cenderung tinggi.

Tabel 4. 29 Deskriptif Variabel Pengetahuan Tentang Operasional

Kategori	Jumlah	Persentase
Rendah	32	8,16
Sedang	237	60,46
Tinggi	123	31,38
Jumlah	392	100

Sumber: Data primer diolah (2023)

Dari tabel 4.29 di atas maka dapat diketahui bahwa pada variabel pengetahuan tentang operasional memiliki sebaran data dalam kategori rendah sebanyak 32 atau 8,16 persen, sebanyak 237 atau 60,46 persen dalam kategori sedang dan sebanyak 123 atau 30,38 dalam kategori tinggi. Dengan demikian variabel pengetahuan dalam penelitian ini didominasi sebaran data dalam kategori sedang cenderung tinggi.

Adapun deskripsi tiap indikator pada variabel pengetahuan tentang akad yang digunakan pada saat menyimpan dana di bank syariah dapat dilihat pada tabel 4.30

Tabel 4. 30 Deskripsi Tiap Indikator Variabel Pengetahuan Tentang Akad

Variabel	Kode	Pernyataan	Persentase Jawaban Benar
Pengetahuan tentang akad	KN1	Akad yang digunakan ketika menyimpan dana di bank syariah menggunakan akad <i>murābahah</i> dan <i>muḍarabah</i> .	57,4%
	KN2	Menyimpan dana di bank syariah dengan akad <i>Wadī'ah Yad Damanah</i> nasabah akan mendapatkan bonus.	86,2%
	KN3	Simpanan dengan akad <i>muḍarabah</i> penarikannya dapat dilakukan sewaktu-waktu.	46,4%
	KN4	Menyimpan dana di bank syariah dapat menggunakan akad <i>Wadī'ah Yad Damanah</i> .	92,6%
	KN5	Nasabah akan mendapatkan bagi hasil jika menyimpan dana dengan akad <i>muḍarabah</i> .	90,8%
Rata-rata Pengetahuan Tentang Akad			74,69

Sumber: Data primer diolah (2023)

Tabel 4.30 memberikan informasi mengenai tingkat pengetahuan responden tentang akad yang digunakan pada saat menyimpan dana di bank syariah. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa rata-rata tingkat pengetahuan responden tentang akad yang digunakan pada saat menyimpan dana adalah 74,69. Skor ini mengindikasikan bahwa responden belum memiliki pengetahuan yang baik tentang akad yang digunakan pada saat menyimpan dananya di bank syariah.

Tingkat pengetahuan responden tentang akad masih kurang baik misalnya pada indikator KN1 “Simpanan dengan akad *muḍārabah* penarikannya dapat dilakukan sewaktu-waktu” memiliki persentase yang paling rendah yaitu 46,4 persen. Ini menunjukkan bahwa hanya 46,4 persen responden yang memiliki pengetahuan bahwa menyimpan dana dengan akad *muḍārabah* penarikannya tidak dapat dilakukan sewaktu-waktu. Hal ini menunjukkan bahwa responden belum sepenuhnya memahami bahwa menyimpan dana dengan akad *muḍārabah* seharusnya tidak dapat dilakukan sewaktu-waktu.⁸

Selain pengetahuan tentang akad *muḍārabah*, pengetahuan

⁸ Dalam mengaplikasikan akad *muḍārabah* di perbankan syariah, penyimpanan dana (nasabah) bertindak sebagai *ṣoḥibul māl* sementara perbankan syariah selaku pengelola modal. Lihat Muhammad, *Teknik Perhitungan Bagi Hasil Dan Pricing*, 7. Aplikasi atau penerapan dari akad *mud}a<rabah* diperbankan syariah dalam menghimpun simpanan berupa tabungan haji, tabungan kurban dan lain sebagainya. Karakteristik dari simpanan *mud}a<rabah* adalah dana tidak dapat ditarik sewaktu-waktu. Lihat Ghofur, *Pengantar Ekonomi Syariah: Konsep Dasar*, 139.

responden tentang akad yang digunakan pada saat menyimpan dana juga masih kurang, hal ini ditunjukkan ketika menjawab KN1 “Akad yang digunakan ketika menyimpan dana di bank syariah menggunakan akad *murābahah* dan *muḍārabah*” hanya 57,4 persen responden yang menjawab benar. Artinya hanya 57,4 persen yang mengetahui bahwa akad yang dapat digunakan untuk menyimpan dana di bank syariah adalah akad *muḍārabah*.

Hasil penelitian ini mengejutkan karena mayoritas responden penelitian adalah guru/dosen, seharusnya tingkat pengetahuan mereka tinggi, namun hasilnya tidak demikian. Kondisi ini kemungkinan disebabkan oleh tidak semua dosen/guru yang menjadi responden penelitian adalah mereka yang secara langsung bersinggungan dengan perbankan syariah.

Tabel 4. 31 Deskripsi Tiap Indikator Variabel Pengetahuan Tentang Operasional

Variabel	Kode	Pernyataan	Jawaban Benar
Pengetahuan tentang operasional	KN6	Bank syariah akan memberikan bagi hasil/bonus bagi nasabah yang menyimpan dana.	88,0%
	KN7	Bank syariah beroperasi dengan sistem bagi hasil.	91,8%
	KN8	Menyimpan dana di bank syariah dengan akad <i>muḍārabah</i> maka nasabah akan mendapatkan bonus.	50,8%
	KN9	Bank syariah memberikan bunga sesuai dengan jumlah simpanan	66,1%
	KN10	Selain diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan, operasional bank syariah juga di awasi oleh Dewan Pengawas Syariah	89,5%
Rata-rata Pengetahuan Tentang Operasional			77,24

Tabel 4.31 memberikan informasi mengenai tingkat pengetahuan responden tentang operasional di bank syariah. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa rata-rata tingkat pengetahuan responden tentang operasional yang digunakan pada saat menyimpan dana adalah 77,24. Skor ini mengindikasikan bahwa responden belum memiliki pengetahuan yang baik tentang operasional di bank syariah.

Pengetahuan responden tentang operasional masih kurang baik dapat dilihat ketika responden menjawab pertanyaan KN6 “Bank syariah akan memberikan bagi hasil/bonus bagi nasabah yang menyimpan dana” sebanyak 88,0 persen dapat menjawab dengan tepat. Kondisi ini menunjukkan bahwa responden telah mengetahui bahwa ketika menyimpan dana di bank syariah akan mendapatkan imbal hasil berupa bonus atau bagi hasil.

Adapun pengetahuan responden terkait dengan sistem yang digunakan oleh bank syariah dalam menyimpan dananya sebagaimana pertanyaan KN7 “Bank syariah beroperasi dengan sistem bagi hasil, sebanyak 91,8% responden mengetahui bahwa bank syariah beroperasi dengan sistem bagi hasil. Hasil ini mengindikasikan bahwa responden telah menyadari bahwa bank syariah dalam sistem operasionalnya menerapkan bagi hasil.

Pengetahuan responden pada KN8 “Menyimpan dana di bank syariah dengan akad *muḍārabah* maka nasabah akan mendapatkan bonus” jawaban yang benar memiliki persentase yang paling rendah yaitu 50,8 persen. Hal ini menunjukkan bahwa responden belum sepenuhnya memahami bahwa menyimpan dana dengan

akad *muḍārabah* seharusnya mendapatkan bagi hasil bukan bonus. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa pemahaman responden tentang konsekuensi akad yang digunakan pada saat menyimpan dana belum diketahui dengan baik.

Selain pengetahuan tentang konsekuensi dari akad *muḍārabah*, pengetahuan responden tentang operasional yang digunakan bank syariah pada produk tabungan juga masih kurang, hal ini ditunjukkan ketika menjawab KN9 “Bank syariah memberikan bunga sesuai dengan jumlah simpanan” hanya 66,1 persen responden yang menjawab benar. Artinya masih ada responden yang menganggap bank syariah memberikan bunga untuk nasabah yang menyimpan dananya di bank syariah. Hasil ini penelitian ini tidak jauh berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Hafasnuddin⁹ bahwa nasabah muslim bank konvensional berpendapat bahwa sistem bank syariah sama saja dengan sistem bunga pada bank konvensional.

Berdasarkan analisis korelasi diperoleh hasil bahwa pengetahuan tentang akad memiliki korelasi sebesar 0.315 terhadap *saving intention*. Sementara itu korelasi pengetahuan tentang operasional terhadap *saving intention* di bank syariah hanya sebesar 0.240. Hasil ini menunjukkan bahwa pengetahuan tentang akad lebih besar korelasinya terhadap *saving intention* bila dibandingkan

⁹ Hafasnuddin, “Why the Customers of Conventional Banks Do Not Want to Become the Customers of Islamic Bank (A Study of the Effect of Religiosity on Trust and Its Impact to Purchase Intention),” *European Journal of Business and Management* 9, no. 26 (2017): 64.

dengan pengetahuan tentang operasional.

Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengetahuan tentang akad memiliki korelasi yang lebih besar (0.315) dengan *saving intention* dibandingkan dengan pengetahuan tentang operasional (0.240). Artinya, pemahaman yang lebih baik tentang prinsip-prinsip akad dalam konteks perbankan syariah cenderung memiliki pengaruh yang lebih signifikan terhadap *saving intention* di bank syariah, dibandingkan dengan pemahaman tentang aspek operasional dari bank tersebut.

Hal ini menunjukkan bahwa faktor-faktor yang berkaitan dengan prinsip-prinsip syariah, seperti kepercayaan terhadap akad yang sesuai dengan prinsip syariah, mungkin memiliki dampak yang lebih besar terhadap keputusan individu untuk menyimpan dananya di bank syariah dibandingkan dengan pertimbangan operasional atau teknis yang lebih umum.

Sementara itu hasil analisis korelasi diperoleh hasil bahwa pengetahuan tentang akad memiliki korelasi sebesar 0.335 terhadap sikap pada bank syariah. Sementara itu korelasi pengetahuan tentang operasional terhadap sikap pada bank syariah hanya sebesar 0.305. Hasil ini menunjukkan bahwa pengetahuan tentang akad memiliki korelasi yang lebih besar terhadap sikap pada bank syariah bila dibandingkan dengan pengetahuan tentang operasional. Hasil analisis korelasi dapat dilihat pada tabel 4.32 berikut:

Tabel 4. 32 Analisis Korelasi Pengetahuan

		Saving intention	Sikap
Pengetahuan tentang akad	Pearson Correlation	.315**	.335**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000
Pengetahuan tentang operasional	Pearson Correlation	.240**	.305**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000

Sumber: Data primer diolah (2024)

Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengetahuan tentang akad memiliki korelasi yang lebih besar (0.335) dengan sikap pada bank syariah dibandingkan dengan pengetahuan tentang operasional (0.305). Artinya, pengetahuan tentang akad cenderung memiliki hubungan yang lebih baik terhadap sikap individu terhadap bank syariah daripada pengetahuan tentang operasional.

Hal ini bisa diinterpretasikan bahwa pemahaman yang lebih baik tentang prinsip-prinsip akad dalam konteks perbankan syariah memiliki dampak yang lebih besar terhadap sikap individu terhadap bank syariah, dibandingkan dengan pemahaman tentang aspek operasional dari bank tersebut. Ini menunjukkan pentingnya pemahaman tentang prinsip-prinsip syariah dalam membentuk sikap terhadap lembaga keuangan syariah.

B. Analisis Data

1. Penilaian Model Pengukuran

Pada tahap pengujian *outer model* data penelitian terlebih dahulu harus dipastikan kualitas data yang dihasilkan melalui uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas dalam SEM-PLS

menggunakan validitas konstruk berupa uji *convergent validity*¹⁰ dan uji *discriminant validity*.¹¹ Indikator dari tiap variabel memenuhi kriteria *convergent validity* dapat nilai *loading factor* $\geq 0,6$ ¹² dan memiliki nilai *average variance extracted* $\geq 0,5$.¹³ Hasil pengujian sebagaimana pada tabel 4.33 menunjukkan bahwa nilai *loading faktor* indikator penelitian memiliki nilai yang lebih besar dari 0,6. Nilai *average variance extracted* pada tabel 4.33 memberikan informasi bahwa variabel Norma Subjektif memiliki nilai yang kurang dari 0,5.

Tabel 4. 33 *Convergent validity* dan kriteria reliabilitas Sebelum Penghapusan

Variabel	Kode	<i>Loading Factor</i>	<i>Composite reliability</i>	AVE	Cronbach's Alpha
<i>Saving Behaviour</i>	PM1	0,889	0,908	0,766	0,848
	PM2	0,885			
	PM3	0,851			
<i>Saving Intention</i>	NM1	0,847	0,908	0,711	0,865
	NM2	0,833			
	NM3	0,848			
	NM4	0,845			
Sikap	SK1	0,812	0,891	0,671	0,836
	SK2	0,807			
	SK3	0,845			

¹⁰ *Convergent validity* dilakukan untuk mengetahui sejauh mana sebuah skor setiap indikator mampu menjelaskan konstruk yang sama. Lihat Hadjar, *Pendekatan Kuantitatif Dalam*, 273.

¹¹ *Discriminant validity* dilakukan apakah terdapat korelasi antara skor pada tiap indikator terhadap variabel lainnya dalam sebuah model penelitian. Skor indikator pada variabel A, seharusnya tidak boleh memiliki korelasi yang tinggi terhadap variabel B. Lihat Hadjar, *Pendekatan Kuantitatif Dalam*, 274.

¹² Loading faktor 0.6 masih dapat diterima. Lihat Dash and Paul, “CB-SEM vs PLS-SEM Methods for Research in Social Sciences and Technology Forecasting,” 3.

¹³ Joseph F Hair et al., “When to Use and How to Report the Results of PLS-SEM,” *European Business Review* 31, no. 1 (2019): 15. 10.1108/EBR-11-2018-0203

	SK4	0,812			
Norma Subjektif	NS1	0,676			
	NS2	0,779			
	NS3	0,695	0,789	0,439	0,671
	NS4	0,385			
	NS5	0,706			
Kontrol Perilaku (PBC)	KP1	0,845			
	KP2	0,873	0,894	0,738	0,823
	KP3	0,859			
Religiositas	RG1	0,874			
	RG2	0,885			
	RG3	0,912			
	RG4	0,887	0,932	0,666	0,914
	RG5	0,753			
	RG6	0,688			
	RG7	0,677			
Pengetahuan	KN1	0,878			
	KN2	0,841	0,850	0,740	0,649

Sumber: Output Smar PLS3 (2023)

Sementara itu, untuk menilai kriteria reliabilitas atau *internal consistency reliability* dalam SEM-PLS dapat menggunakan nilai *Cronbach α* dan *Composite reliability*. Instrumen penelitian dikatakan memenuhi kriteria reliabilitas jika memiliki nilai *Cronbach α* dan *Composite reliability* $\geq 0,7$ ¹⁴ sebagaimana terdapat pada tabel 4.33. Adapun hasil uji validitas *discriminant validity* pada penelitian ini dapat dinilai melalui *Heterotrait-monotrait ratio*. Hasil pengujian sebagaimana pada tabel 4.28 menunjukkan bahwa nilai HTMT yang kecil dari 0,85, hasil ini sesuai dengan nilai yang direkomendasikan.¹⁵

¹⁴ Untuk penelitian *exploratory* Cronbach's Alpha 0.6 masih dapat diterima. Lihat Hair et al., "When to Use and How to Report," 15.

¹⁵ Law and Fong, "Applying Partial Least Squares," 9.

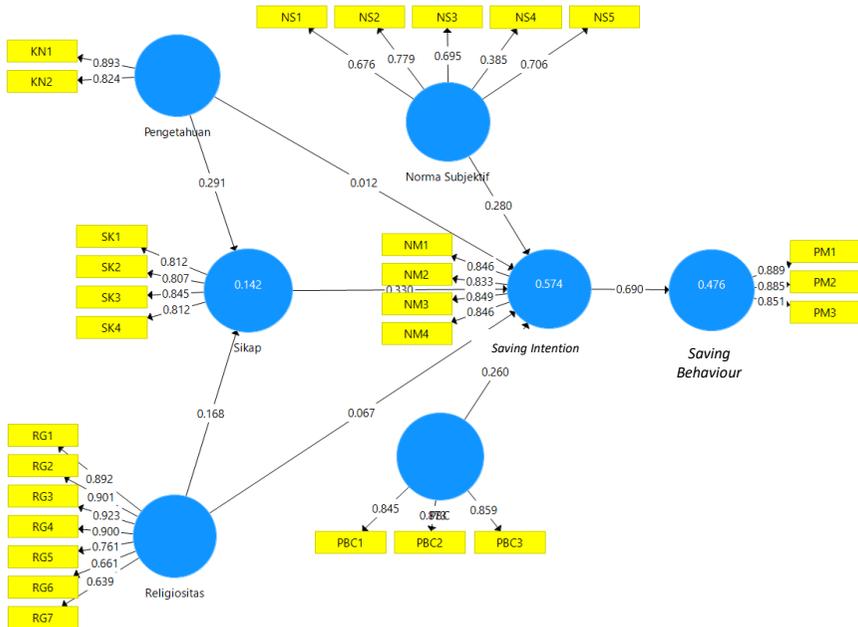
Tabel 4. 34 Discriminant Validity dengan Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)¹⁶ Sebelum Penghapusan

	KP	NM	NS	KN	PM	RG	SK
Kontrol Perilaku							
<i>Saving intention</i>	0.725						
Norma Subjektif	0.680	0.796					
Pengetahuan	0.366	0.411	0.502				
<i>Saving behaviour</i>	0.639	0.803	0.616	0.352			
Religiositas	0.394	0.341	0.275	0.396	0.291		
Sikap	0.672	0.772	0.736	0.461	0.686	0.289	

Sumber: Output Smar PLS3 (2023)

Sebagaimana ditunjukkan pada tabel 4.33, terdapat satu indikator yang memiliki nilai loading faktor kurang dari 0,60 yaitu indikator NS4. Loading faktor yang kurang dari 0,6 menyebabkan nilai *average variance extracted* (AVE) pada variabel Norma Subjektif tidak memenuhi nilai standar yang diharapkan dalam uji *convergent validity*. Dengan demikian indikator NS4 pada variabel norm subjektif harus dikeluarkan dari model penelitian. Penghapusan ini dilakukan agar nilai AVE pada variabel Norma Subjektif dapat memenuhi standar yang ditentukan yaitu 0,5. Model struktural yang dihasilkan sebelum penghapusan indikator NS4 adalah sebagaimana terdapat pada gambar 4.1

¹⁶ Nilai HTMT yang direkomendasikan lebih kecil dari 0.85. Lihat Hair et al., “When to Use and How to Report the Results of PLS-SEM,” 15.



Sumber: Output Smar PLS3 (2023)

Gambar 4. 1 Model Sebelum Penghapusan

Setelah dilakukan penghapusan terhadap indikator yang tidak memenuhi kriteria yaitu NS4, maka ada peningkatan nilai AVE pada variabel norma subjektif. Nilai AVE pada variabel norma subjektif menjadi 0,524 dan ini telah memenuhi kriteria yang dibutuhkan dalam analisis dengan pendekatan *partial least square*. Hasil selengkapnya dapat ditampilkan pada tabel 4.35

Tabel 4. 35 *convergent validity* dan kriteria reliabilitas Setelah Penghapusan

Variabel	Kode	<i>Loading Factor</i>	<i>Composite reliability</i>	AVE	Cronbach's Alpha
<i>Saving behaviour</i>	PM1	0,889	0,908	0,766	0,848
	PM2	0,885			
	PM3	0,851			
<i>Saving intention</i>	NM1	0,847	0,908	0,711	0,865
	NM2	0,833			
	NM3	0,848			
	NM4	0,845			
Sikap	SK1	0,812	0,891	0,671	0,836
	SK2	0,807			
	SK3	0,845			
	SK4	0,812			
Norma Subjektif	NS1	0,673	0,814	0,524	0,697
	NS2	0,792			
	NS3	0,702			
	NS5	0,722			
Kontrol Perilaku (PBC)	KP1	0,845	0,894	0,738	0,823
	KP2	0,873			
	KP3	0,859			
Religiositas	RG1	0,874	0,932	0,666	0,914
	RG2	0,885			
	RG3	0,912			
	RG4	0,887			
	RG5	0,753			
	RG6	0,688			
	RG7	0,677			
Pengetahuan	KN1	0,878	0,850	0,740	0,649
	KN2	0,841			

Sumber: Output Smar PLS3 (2023)

Sebagaimana ditunjukkan pada tabel 4.35, semua indikator telah memiliki nilai loading faktor lebih dari 0,60. Dengan demikian semua indikator pada penelitian ini telah memenuhi standar *convergent*

validity karena memiliki nilai AVE lebih besar dari 0,5 dan memiliki nilai loading faktor lebih besar dari 0,6. Setelah dilakukan penghapusan, kriteria reliabilitas atau *internal consistency reliability* dalam SEM-PLS juga memenuhi kriteria yaitu memiliki nilai *Cronbach α* dan *Composite reliability* lebih dari 0,7, ¹⁷ hasil ini juga dapat dilihat pada tabel 4.35. Adapun hasil uji *discriminant validity* setelah dilakukan penghapusan juga telah terpenuhi. Sebagaimana disajikan dalam tabel 4.36 semua variabel memiliki nilai yang lebih kecil dari 0,85. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel penelitian telah diukur dengan indikator-indikator dengan tingkat *discriminant* yang baik. Hasil selengkapnya dapat dilihat pada tabel 4.36

Tabel 4. 36 Discriminant Validity dengan Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT) Setelah Penghapusan

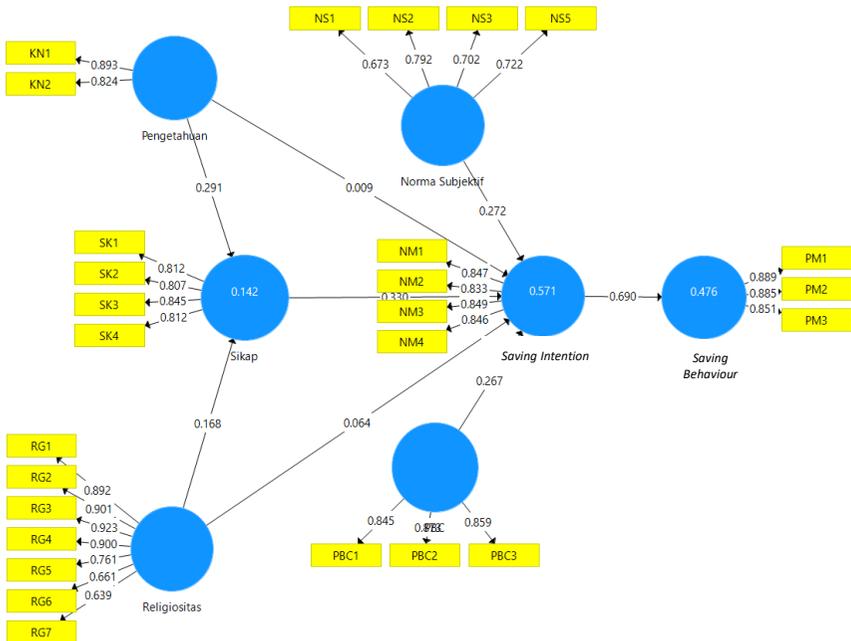
	KP	NM	NS	KN	PM	RG	SK
Kontrol Perilaku							
<i>Saving Intention</i>	0.725						
Norma Subjektif	0.670	0.790					
Pengetahuan	0.366	0.411	0.534				
<i>Saving behaviour</i>	0.639	0.803	0.614	0.352			
Religiositas	0.394	0.341	0.289	0.396	0.291		
Sikap	0.672	0.772	0.760	0.461	0.686	0.289	

Sumber: Output Smar PLS3 (2023)

Model struktural yang dihasilkan setelah menghapus indikator NS4 pada variabel norma subjektif dapat dilihat pada gambar 4.1. Dengan demikian model penelitian yang di analisis dalam penelitian ini adalah terdiri atas tujuh variabel laten yaitu pengetahuan,

¹⁷ Untuk penelitian *exploratory* Cronbach's Alpha 0.6 masih dapat diterima. Lihat Hair et al., “When to Use and How to Report,” 15.

religiositas, sikap, norma subjektif, kontrol perilaku, *saving intention* dan *saving behaviour*. Adapun variabel manifest atau indikator dalam penelitian ini terdiri atas dua puluh tujuh variabel manifest.



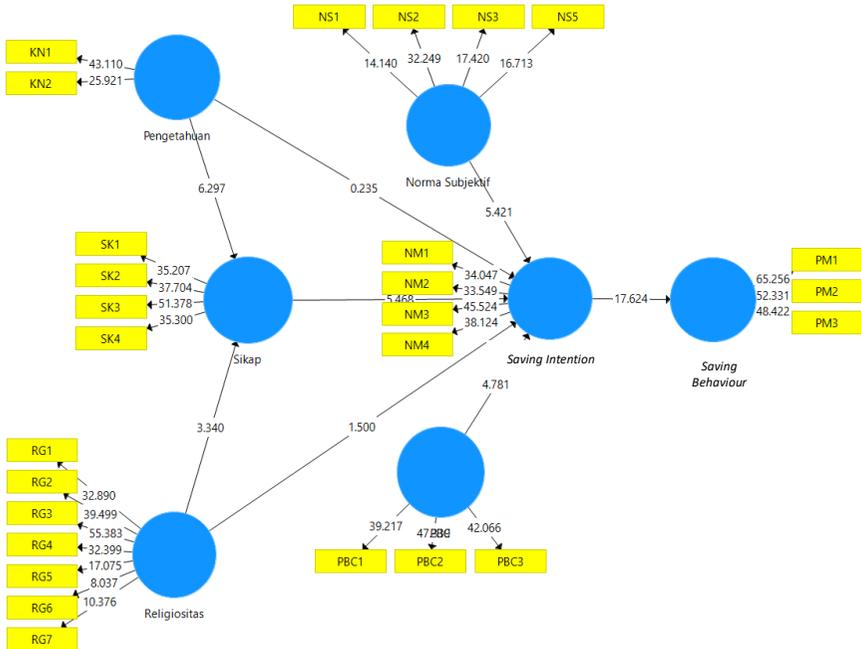
Sumber: Output Smar PLS3 (2023)

Gambar 4. 2 Model Setelah Penghapusan

2. Hasil Uji Hipotesis

Analisis model struktural dan pengukuran dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan Smart PLS 3. Hasil pengujian menunjukkan nilai normed fit index (NFI) = 0,928 dan *standardized root mean square residual* (SRMR) = 0,086. Dengan demikian jika model yang dibangun memiliki nilai NFI sama dengan atau lebih besar dari 0,90 dan memiliki SRMR lebih besar atau sama dengan 0,086 maka model

telah memenuhi *Goodness of Fit*.¹⁸ Analisis model struktural dalam penelitian ini telah dilaksanakan menggunakan bantuan Smart PLS 3. Model yang dihasilkan dalam studi ini adalah sebagaimana dapat dilihat pada gambar 4.3 berikut



Sumber: Output Smar PLS3 (2023)

Gambar 4.3 Model Struktural

. Tabel 4.37 menunjukkan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dapat diterima. Kesimpulan ini diperoleh karena nilai *P Value* yang dihasilkan lebih kecil atau kurang dari 0,05. Dengan

¹⁸ Jorg Henseler, Geoffrey Hubona, and Pauline Ash Ray, "Using PLS Path Modeling in New Technology Research: Updated Guidelines," *Industrial Management & Data Systems* 116, no. 1 (2016): 2–20, <https://doi.org/10.1108/IMDS-09-2015-0382>.

demikian pengetahuan merupakan anteseden dari sikap terhadap bank syariah. Sementara itu sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku merupakan anteseden langsung dari variabel *saving intention*. *Saving intention* juga merupakan anteseden langsung dari *saving behaviour* di bank syariah. Hasil uji hipotesis dapat dilihat pada tabel 4.37 berikut:

Tabel 4. 37 Structural Model Assessment

	Hipotesis	Original Sample	T Statistics	P Values	Kesimpulan
H1	Pengetahuan -> Sikap	0.291	6.022	0.000	Diterima
H2	Religiositas -> Sikap	0.168	3.276	0.001	Diterima
H3	Pengetahuan -> <i>Saving Intention</i>	0.009	0.233	0.814	Ditolak
H4	Religiositas -> <i>Saving Intention</i>	0.064	1.450	0.134	Ditolak
H5	Sikap -> <i>Saving Intention</i>	0.330	5.415	0.000	Diterima
H8	Norma Subjektif -> <i>Saving Intention</i>	0.272	5.353	0.000	Diterima
H9	<i>perceived behavioural control (PBC)</i> -> <i>Saving Intention</i>	0.267	4.667	0.000	Diterima
H10	<i>Saving Intention</i> -> <i>Saving behaviour</i>	0.690	17.387	0.000	Diterima

Sumber: Output SmartPLS.3 (2023)

Bootstrap PLS-SEM juga diterapkan dalam penelitian ini untuk menguji efek tidak langsung atau efek mediasi. Hasil pengujian efek tidak langsung dapat ditemukan dalam Tabel 4.32. Dalam analisis ini, dua efek mediasi (H6 dan H7) dinyatakan signifikan karena memiliki nilai signifikansi kurang dari 0.05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sikap terhadap bank syariah memediasi hubungan antara religiositas dan pengetahuan terhadap *saving intention* di bank syariah. Rincian hasil pengujian dapat ditemukan dalam Tabel 4.38.

Tabel 4. 38 Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung

	Hipotesis	Original Sample	T Statistics	P Values	Kesimpulan
H6	Pengetahuan -> Sikap -> <i>saving intention</i>	0.096	3.763	0.000	Diterima
H7	Religiositas -> Sikap -> <i>saving intention</i>	0.055	2.587	0.008	Diterima

Sumber: Output Smar PLS3 (2023)

Hasil hipotesis menunjukkan bahwa pengetahuan dan religiositas secara langsung tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *saving intention*. Namun pengetahuan dan religiositas secara tidak langsung memiliki pengaruh signifikan terhadap *saving intention* di bank syariah. Dengan demikian diperlukan pengujian *variance accounted for* (VAF) untuk mengetahui efek mediasi dari sikap. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4. 39 Peran mediasi sikap

	Hipotesis	VAF	Kesimpulan
H7	Pengetahuan -> Sikap -> <i>saving intention</i>	0.946	Full mediation
H8	Religiositas -> Sikap -> <i>saving intention</i>	0.379	Partial mediation

VAF >80% Full mediation, 20% \leq VAF \geq 80% Partial mediation, VAF <20% no mediation¹⁹

Tabel 4.39 menunjukkan bahwa sikap memediasi secara penuh hubungan antara pengetahuan terhadap *saving intention*. Sementara itu hubungan antara religiositas terhadap *saving intention* sebagian dimediasi oleh sikap. Temuan bahwa sikap memediasi secara penuh hubungan antara pengetahuan dan *saving intention* menarik perhatian. Ini menunjukkan bahwa pengetahuan memiliki dampak signifikan pada sikap terhadap bank syariah, dan sikap tersebut kemudian

¹⁹ Joseph F Hair et al., *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (London: Sage, 2014), 224
<https://doi.org/10.1016/j.lrp.2013.01.002>.

sepenuhnya menjelaskan hubungan antara pengetahuan dan *saving intention*. Implikasinya adalah bahwa individu yang memiliki pengetahuan yang lebih baik tentang bank syariah cenderung membentuk sikap yang lebih positif terhadap bank tersebut, dan sikap ini kemudian secara efektif memprediksi *saving intention*.

Sementara itu, temuan bahwa hubungan antara religiositas dan *saving intention* sebagian dimediasi oleh sikap memberikan gambaran yang lebih kompleks. Ini berarti bahwa sebagian dari pengaruh religiositas pada *saving intention* dapat dijelaskan melalui pembentukan sikap. Dalam konteks ini, mungkin ada faktor-faktor lain yang juga memengaruhi hubungan antara religiositas dan *saving intention*, yang tidak sepenuhnya dijelaskan oleh sikap. Hal ini dapat mencakup faktor-faktor kontekstual, normatif, atau nilai-nilai tertentu yang melibatkan aspek keagamaan.

Pengujian selanjutnya adalah uji *R Square*, *Q Square* dan *f Square*. *R Square* menunjukkan bagaimana kontribusi yang diberikan oleh variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel pengetahuan dan religiositas memiliki *R Square* sebesar 0,142 atau 14,2. Dengan demikian variabel pengetahuan dan religiositas memberikan kontribusi sebesar 0,142 atau 14,2 persen terhadap variabel sikap yang termasuk dalam kategori lemah.²⁰ Lemahnya kontribusi yang diberikan ini sejalan dengan analisis deskriptif pada aspek pengetahuan responden tentang akad dan operasional bank syariah. Masih banyak responden yang belum mengetahui dengan baik

²⁰ Hair et al., "When to Use and How to Report", 15.

tentang akad dan prinsip operasional dari perbankan syariah. Selain itu variabel sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku memiliki *R Square* 0,571 atau 57,1 persen yang termasuk dalam kategori moderat. Dengan demikian variabel sikap, norma subjektif dan kontrol memberikan kontribusi sebesar 0,571 atau 57,1 persen terhadap *saving intention*. Sementara itu variabel *saving intention* memiliki *R Square* sebesar 0,476 atau 47,6 persen yang termasuk dalam kategori moderat. Dengan demikian *saving intention* memberikan kontribusi sebesar 0,476 atau 47,6 persen terhadap *saving behaviour*. Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel 4.40 berikut:

Tabel 4. 40 *Q Square, R square value (R2) & f Square*

Hubungan	R Square	Q Square	f Square	Effect size f2
Pengetahuan -> Sikap	0.142	0.092	0.090	Kecil
Religiositas -> Sikap			0.030	Kecil
Pengetahuan -> <i>Saving Intention</i>	0.571	0.394	0.000	Kecil
Religiositas -> <i>Saving Intention</i>			0.008	Kecil
Sikap -> <i>Saving Intention</i>			0.141	Kecil
Norma Subjektif -> <i>Saving Intention</i>			0.101	Kecil
<i>Perceived Behavioural Control (PBC)</i> -> <i>Saving Intention</i>			0.100	Kecil
<i>Saving Intention</i> -> <i>Saving Behaviour</i>			0.476	0.357

Sumber: Output SmartPLS.3 (2023)

Tabel 4.40 juga menunjukkan besarnya nilai *Q Square*, yaitu nilai yang digunakan untuk menilai model prediktif. Variabel religiositas dan pengetahuan memiliki nilai *Q Square* 0,092 terhadap variabel sikap yang termasuk dalam kategori kecil. Sementara variabel sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku memiliki nilai *Q Square*

0,394 yang termasuk dalam kategori sedang. Demikian halnya dengan variabel *saving intention* juga memiliki model prediktif dalam kategori sedang karena memiliki nilai *Q Square* 0,357.

Selain itu, Tabel 4.40 mengungkapkan bahwa output dari *f Square*. Efek kuat ketika jika nilai *f Square* 0,35, 0,15 sedang, dan nilai 0,02 mencerminkan efek kecil. Dalam penelitian ini nilai *f square* untuk variabel pengetahuan dan religiositas memberikan kecil terhadap sikap. Selanjutnya variabel sikap dan norma subjektif memiliki efek kecil terhadap *saving intention*, sementara kontrol perilaku memberikan efek yang moderat terhadap *saving intention*. Adapun *saving intention* memberikan efek yang besar terhadap *saving behaviour* karena memiliki *f Square* 0,908.

C. Pembahasan

1. Pengaruh pengetahuan terhadap sikap pada bank syariah

Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa secara statistik pengetahuan memiliki pengaruh signifikan terhadap sikap pada Bank Syariah. Secara operasional, pengetahuan dalam penelitian ini diukur dengan atribut atau karakteristik produk/jasa.²¹ Pengetahuan masyarakat terhadap bank syariah dapat berupa atribut nyata dan atribut abstrak yang dinilai melalui tingkat pengetahuan masyarakat mengenai akad dan

²¹ Secara umum terdapat tiga jenis pengetahuan terhadap suatu produk atau jasa diantaranya adalah pengetahuan terkait dengan atribut atau karakteristik produk, pengetahuan terkait dengan akibat atau manfaat positif dari penggunaan produk atau jasa, dan pengetahuan terkait dengan nilai-nilai produk atau jasa yang dapat membantu konsumen dalam memperoleh kepuasan. Lihat Peter and Olson, "*Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*", 70.

prinsip operasional dari perbankan syariah. Sementara itu sikap merujuk pada evaluasi suatu objek, konsep, atau perilaku sepanjang dimensi menerima-menolak, baik-buruk, suka-tidak suka, dan juga keyakinan tentang kemungkinan konsekuensi positif dan negatif terhadap objek perilaku.²²

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Seperti penelitian oleh Oladapo *et al*²³ dan Wardana *et al*,²⁴ keduanya menyimpulkan bahwa pengetahuan dapat menjadi anteseden dari sikap. Hasil penelitian ini mendukung pernyataan bahwa pengetahuan tentang produk atau jasa dapat menentukan sikap. Sikap yang diharapkan tentunya adalah sikap positif.

Dalam konteks penelitian yang dilakukan, pengetahuan responden mengenai akad dan prinsip operasional pada akhirnya dapat membentuk sikap positif responden terhadap perbankan syariah. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa responden memiliki pengetahuan yang memadai tentang akad (skor rata-rata 74,69) dan prinsip operasional (skor rata-rata 77,24) perbankan syariah. Pengetahuan terkait dengan akad yang digunakan pada saat menyimpan dana “Akad yang digunakan ketika menyimpan dana di bank syariah menggunakan akad *murābahah*²⁵ dan

²² Steinmetz et al., “How Effective Are Behavior,” 218.

²³ Oladapo et al., “The Mediating Effect of Attitude,” 172.

²⁴ Wardana et al., “Antecedents and Consequences of Intention,” 835.

²⁵ Praktik dalam akad *murābahah* dalam konteks perbankan syariah adalah pihak bank bertindak sebagai pemilik barang (penjual) dan nasabah bertindak sebagai pembeli. Dalam *murābahah* ini pihak bank syariah dapat memperoleh keuntungan dari margin atas kesepakatan dari pihak perbankan dan pihak nasabah. Lihat Muhamad, *Teknik Perhitungan Bagi Hasil Dan Pricing*, 10.

muḍārabah".²⁶ Selain itu pengetahuan tentang akad juga terkait dengan apakah "Nasabah akan mendapatkan bagi hasil jika menyimpan dana dengan akad *muḍārabah*". Lebih lanjut pengetahuan tentang akad saat menyimpan dana juga terkait dengan akad yang digunakan, seperti "Menyimpan dana di bank syariah dapat menggunakan akad *Wadī'ah Yad Damanah*"²⁷.

Prinsip operasional merujuk pada cara perbankan syariah menjalankan aktivitasnya sesuai dengan hukum Islam, seperti pengetahuan tentang "Bank syariah memberikan bunga sesuai dengan jumlah tabungan". Tentu saja bagi responden yang memiliki pengetahuan yang memadai tentang perbankan syariah akan menjawab "salah", karena perbankan syariah tidak menerapkan bunga dalam sistem operasionalnya. Selain itu nasabah yang memiliki pengetahuan tentang sistem operasional pada produk tabungan juga memberikan bonus²⁸ atau bagi hasil.²⁹

Pengetahuan-pengetahuan tersebut (baik pada aspek akad dan operasional) pada akhirnya menumbuhkan sikap positif terhadap

²⁶ Aplikasi atau penerapan dari akad *mud}a<rabah* diperbankan syariah dalam menghimpun simpanan berupa tabungan haji, tabungan kurban dan lain sebagainya. Karakteristik dari simpanan *muḍārabah* adalah dana tidak dapat ditarik sewaktu-waktu. Lihat Ghofur, *Pengantar Ekonomi Syariah: Konsep Dasar*, 139.

²⁷ Akad *wadī'ah yad al d}amanah* dalam praktik perbankan syariah diterapkan dalam produk tabungan dan giro di bank syariah. Hal ini dikarenakan *wadī'ah yad al-ḍamanah* memiliki karakteristik pihak yang dititipi dapat memanfaatkan harta titipan dan pihak yang dititipi harus bertanggungjawab atas keutuhan harta yang dititipkan. Lihat Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih Dan Keuangan*, 108.

²⁸ Bonus akan diberikan kepada nasabah yang pada saat menyimpan dana di bank syariah menggunakan akad *wadī'ah yad al ḍamanah*

²⁹ Bagi hasil akan diberikan kepada nasabah yang menggunakan akad *muḍārabah* pada saat menyimpan dana di bank syariah.

perbankan syariah. Sikap positif adalah pandangan atau penilaian yang mendukung atau bersifat menguntungkan terhadap objek perilaku. Dalam hal ini, berbicara tentang sikap positif terhadap perbankan syariah berarti bahwa responden memiliki pandangan yang baik tentang perbankan syariah. Sikap positif ini ditunjukkan dengan tanggapan responden terhadap indikator sikap yang digunakan dalam penelitian misalnya “Saya merasa menyimpan dana di bank syariah adalah ide yang bagus”. Skor rata-rata yang diperoleh pada indikator ini sebesar 3,97 (kategori tinggi). Dengan demikian pengetahuan mengenai akad dan prinsip operasional produk tabungan pada bank syariah pada akhirnya menuntun responden untuk memiliki sikap positif terhadap perbankan syariah.

Hasil penelitian ini menyiratkan bahwa semakin baik pengetahuan responden tentang akad dan prinsip operasional dalam perbankan syariah, semakin besar kemungkinan mereka akan memiliki sikap positif terhadap perbankan syariah. Ini disebabkan oleh beberapa alasan 1) *Pemahaman Lebih Mendalam* (khususnya mengenai akad dan prinsip operasional). Responden yang memiliki pemahaman yang lebih baik tentang akad dan prinsip operasional perbankan syariah cenderung memiliki pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana perbankan syariah bekerja dan mengapa mereka mematuhi prinsip-prinsip tertentu. Hal ini dapat membuat responden lebih menghargai dan mendukung model bisnis yang diterapkan di bank syariah. 2) *Keyakinan dan Kepatuhan*. Dengan pengetahuan yang baik tentang prinsip-prinsip syariah yang mendasari perbankan ini, responden mungkin merasa lebih yakin bahwa tabungan di perbankan syariah telah sejalan dengan nilai-nilai syariah Islam. Ini bisa mendorong responden untuk lebih mendukung perbankan syariah

daripada model konvensional. 3) *Kepercayaan dan Kredibilitas*. Pengetahuan tentang akad dan prinsip operasional juga dapat memberi responden persepsi yang lebih positif tentang keberlanjutan dan kredibilitas perbankan syariah. Ini dapat mempengaruhi pandangan responden tentang seberapa baik perbankan ini dapat memenuhi kebutuhan keuangan mereka.

Hasil penelitian ini sejalan dengan konsep sikap dalam TPB. Sikap dalam TPB dapat dipengaruhi keyakinan yang dirasakan atau *behavioural beliefs*.³⁰ Keyakinan yang dirasakan berhubungan dengan kemampuan seseorang untuk memberikan penilaian secara subjektif tentang objek perilaku dalam konteks penelitian ini adalah penilaian tentang menyimpan dana di bank syariah. Pemahaman subjektif terkait dengan akad dan prinsip yang digunakan perbankan syariah pada produk tabungan pada akhirnya meningkatkan keyakinan responden. Pernyataan mengenai “Menyimpan dana di bank syariah dengan akad *Wadī'ah Yad Damanah* nasabah akan mendapatkan bonus” misalnya, pernyataan ini menimbulkan keyakinan bahwa menyimpan dana di bank syariah ternyata memberikan keuntungan. Pengetahuan ini pada akhirnya dapat memperkuat sikap positif responden terhadap bank syariah.

Interaksi adanya keyakinan bahwa bank syariah dalam operasionalnya dilaksanakan atas prinsip-prinsip ajaran Islam, seperti tidak menerapkan bunga, melainkan mengadopsi prinsip bagi hasil inilah yang menentukan sikap positif dari seseorang untuk memanfaatkan jasa bank syariah dalam

³⁰ Icek Ajzen, “Consumer Attitudes and Behavior: The Theory of Planned Behavior Applied to Food Consumption Decisions,” *Rivista Di Economia Agraria* 70, no. 2 (2015): 12.

menyimpan dana. Responden yang mempunyai keyakinan yang berasal dari pengetahuannya, maka memanfaatkan bank syariah untuk menyimpan dana dapat membantu responden untuk bertransaksi dengan prinsip-prinsip bisnis Islam.

Dengan demikian, penelitian ini menyimpulkan bahwa pengetahuan yang lebih baik tentang akad dan prinsip operasional perbankan syariah cenderung membentuk sikap positif terhadap perbankan syariah. Namun, penting untuk diingat bahwa pengetahuan tentang akad dan operasional produk tabungan di bank syariah bukan satu-satunya pembentuk sikap positif terhadap perbankan syariah. Kondisi ini dibuktikan dengan nilai *f Square* dari pengetahuan yang kecil.

2. Pengaruh religiositas terhadap sikap pada bank syariah

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara religiositas dengan sikap terhadap perbankan syariah. Religiositas juga didefinisikan sebagai preferensi, emosi, keyakinan, dan perilaku yang mengacu pada agama tertentu.³¹ Sementara itu sikap merujuk pada evaluasi suatu objek, konsep, atau perilaku sepanjang dimensi menerima-menolak, baik-buruk, suka-tidak suka, dan juga keyakinan tentang kemungkinan konsekuensi positif dan negatif terhadap objek perilaku.³²

Dalam konteks penelitian ini, maka responden yang memiliki tingkat religiositas yang lebih tinggi cenderung memiliki sikap yang lebih positif

³¹ Muhammad Talha Salam et al., "Measuring Religiosity among Muslim Consumers: Observations and Recommendations," *Journal of Islamic Marketing* 10, no. 2 (2019): 634. 10.1108/JIMA-02-2018-0038

³² Steinmetz et al., "How Effective Are Behavior," 218.

terhadap perbankan syariah. Studi ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sukardi³³ dan Oladapo *et al.*,³⁴ bahwa religiositas memiliki pengaruh signifikan terhadap sikap. Penelitian ini juga memperkuat pendapat dari Latif bahwa sikap masyarakat terhadap perbankan syariah ditentukan oleh faktor agama.³⁵

Hubungan keduanya dapat dijelaskan *Pertama*, kesesuaian dengan nilai-nilai agama. Responden yang memiliki tingkat religiositas yang tinggi seringkali cenderung lebih cermat dalam memastikan bahwa aktivitas kehidupan sehari-hari mereka sesuai dengan ajaran agama. Perbankan syariah, yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, dapat dianggap sebagai pilihan yang lebih sesuai bagi mereka. Ini dibuktikan dengan jawaban responden tentang “Keyakinan agama mempengaruhi saya ketika membeli/mengonsumsi barang/jasa” yang dalam kategori tinggi, dimana skor yang diperoleh sebesar 4,55. Dengan demikian responden memiliki sikap positif terhadap perbankan syariah karena ditentukan oleh keyakinan dari responden bahwa menyimpan dana di bank syariah dipengaruhi oleh faktor agama.

Kedua, kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah. Tingkat religiositas yang tinggi seringkali berarti individu lebih cenderung mengikuti prinsip-prinsip agama dalam semua aspek hidup mereka, termasuk dalam urusan keuangan. Oleh karena itu, mereka mungkin lebih

³³ Sukardi, “Model Perilaku Menabung Nasabah Bank,” 228.

³⁴ Oladapo et al., “The Mediating Effect of Attitude,” 172.

³⁵ Sahraman D Hadji Latif, “Knowledge and Attitudes towards Islamic Banking in the Philippines,” *Journal of Islamic Accounting and Business Research* 12, no. 2 (2021): 169, <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JIABR-05-2019-0092>.

cenderung mendukung perbankan yang juga mengikuti prinsip-prinsip syariah. Ini sejalan dengan jawaban responden yang menyatakan bahwa” Saya selalu menjauhkan diri dari penghasilan melalui cara-cara yang haram (dilarang) seperti bunga bank, menipu, dan lain sebagainya”. Hasil deskripsi menunjukkan bahwa skor yang diperoleh sebesar 4,48 yang termasuk kategori tinggi. Upaya untuk menjauhi cara-cara yang haram (dilarang) seperti bunga bank, menipu, dan lain sebagainya salah satunya diwujudkan dengan menyimpan dana di bank syariah.

Ketiga, keyakinan terhadap etika. Religiositas yang tinggi seringkali berkaitan dengan keyakinan kuat terhadap etika dan moral. Perbankan syariah yang beroperasi dengan prinsip-prinsip bisnis Islam, dinilai oleh responden lebih cocok dengan pandangan etika individu yang memiliki tingkat religiositas yang tinggi. Ini ditunjukkan dengan tingkat pengetahuan dari responden bahwa bank syariah beroperasi dengan sistem bagi hasil (91,8 persen mengetahui bahwa bank syariah beroperasi dengan sistem bagi hasil).

Hubungan antara religiositas dengan sikap ini dapat dijelaskan bahwa konsumen religius mempunyai sikap positif terhadap produk atau jasa yang mengandung asosiasi keagamaan.³⁶ Produk atau jasa yang mengandung asosiasi keagamaan dapat berupa asosiasi normatif atau asosiasi simbolis. Asosiasi normatif dapat berhubungan dengan aturan-aturan tertentu mengenai makanan, pakaian, dan perilaku konsumsi yang ditaati oleh umat beragama. Dalam hal ini perbankan syariah termasuk jasa yang mengandung asosiasi keagamaan normatif, karena menawarkan

³⁶ Agarwala, Mishra, and Singh, “Religiosity and Consumer Behavior,” 10.

produk atau jasa yang sejalan dengan ajaran agama Islam. Adapun asosiasi simbolis terkait dengan kualitas, kejujuran, kredibilitas, dan kepercayaan pada merek-merek tertentu. Layanan keuangan syariah, khususnya perbankan syariah menawarkan jasa yang melaksanakan prinsip-prinsip etika bisnis Islam yaitu prinsip bagi hasil bebas bunga dan lain sebagainya.

3. Pengaruh pengetahuan terhadap *saving intention* di bank syariah

Hasil hipotesis menunjukkan bahwa pengetahuan tidak memiliki pengaruh terhadap niat menyimpan dana di Bank Syariah. Artinya tidak ditemukan adanya dukungan data bahwa pengetahuan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat menyimpan dana di Bank Syariah. Penelitian ini menolak beberapa penelitian sebelumnya yang telah memberikan dukungan data bahwa niat dipengaruhi secara signifikan oleh tingkat pengetahuan. Beberapa penelitian menunjukkan niat memang dipengaruhi oleh pengetahuan, namun dengan efek yang kecil.³⁷ Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa pengetahuan tentang perbankan syariah yang memadai belum tentu menumbuhkan niat masyarakat untuk memanfaatkan perbankan syariah untuk menyimpan dana di Bank Syariah.

Penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan, yaitu bahwa pengetahuan memiliki pengaruh terhadap *saving intention*, tidak

³⁷ Precious Chikezie Ezech and Anayo Nkamnebe, "Predictors of Islamic Bank Adoption: Nigerian Perspective," *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management* 14, no. 2 (2021): 11. 10.1108/IMEFM-01-2019-0035

ditemukan dukungan data yang signifikan. Dengan kata lain, penelitian ini menemukan bahwa pengetahuan tidak secara bermakna memengaruhi niat individu untuk menyimpan dana. penelitian ini menyiratkan bahwa meskipun seseorang memiliki pengetahuan yang memadai tentang perbankan syariah, itu belum tentu akan menghasilkan peningkatan niat untuk menggunakan perbankan syariah sebagai sarana menyimpan dana. Artinya, adanya pemahaman yang memadai tentang prinsip-prinsip perbankan syariah tidak selalu berdampak positif pada keinginan masyarakat untuk menggunakan layanan tersebut untuk menyimpan dana.

4. Pengaruh religiositas terhadap *saving intention* di bank syariah

Hasil pengujian menemukan secara statistik tidak ditemukan dukungan data bahwa niat menyimpan dana di Bank Syariah di bank syariah dapat dipengaruhi oleh tingkat religiositas. Artinya semakin tinggi tingkat religiositas seseorang maka tidak akan menjamin semakin tinggi pula niatnya untuk menyimpan dana di Bank Syariah. Hasil penelitian ini memberikan informasi bahwa seseorang dengan tingkat religius yang tinggi tidak menjamin lebih mempertimbangkan menyimpan dana di bank syariah. Penelitian ini menolak hasil penelitian sebelumnya seperti penelitian Han *et al.*,³⁸ dan Purwanto³⁹ yang telah memberikan dukungan data adanya pengaruh signifikan antara religiositas terhadap *saving*

³⁸ Zhonghua Han et al., "Does Religious Obligation of Muslims In Western China Influence Their Intention to Adopt Islamic Banking?," *Contemporary Chinese Political Economy and Strategic Relations* 4, no. 3 (2018): 1231.

³⁹ Purwanto, "Society Attitudes and Intentions to Use Products in Sharia Bank of Aceh : The Role of Religiosity and Social Influence," *ABAC Journal* 41, no. 2 (2021): 235.

intention di bank syariah. Akan tetapi penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian sebelumnya bahwa tidak ada hubungan antara religiositas dengan *saving intention*.⁴⁰

Hasil pengujian menunjukkan bahwa, secara statistik tidak ditemukan dukungan data yang mendukung ide bahwa tingkat religiositas seseorang dapat memengaruhi *saving intention* di bank syariah. Artinya, meskipun seseorang memiliki tingkat religiositas yang tinggi, hal itu tidak dapat dijadikan prediktor yang dapat diandalkan untuk menentukan seberapa tinggi *saving intention* di bank syariah. Temuan ini mengindikasikan bahwa faktor religiositas tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan preferensi seseorang dalam memilih bank syariah sebagai tempat untuk menyimpan dana.

5. Pengaruh sikap terhadap *saving intention* di bank syariah

Penelitian ini memberikan dukungan empiris bahwa sikap⁴¹ positif terhadap perbankan syariah terbukti secara statistik memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat untuk menyimpan dana di bank syariah. Hasil ini menunjukkan bahwa responden yang memiliki sikap positif terhadap perbankan syariah, mereka cenderung memiliki niat yang kuat

⁴⁰ Aglis Andhita Hatmawan and Julianus Johnny Sarungu, "Saving Behavior in Islamic Banking the Moderation Religiosity," *International Journal of Applied Business and Economic Research* 14, no. 2 (2016): 669. https://serialsjournals.com/abstract/23373_663-673.pdf

⁴¹ Sikap dalam konteks pemasaran adalah konsep sikap sederhana, yaitu sikap terkait dengan perasaan senang atau tidak senang terhadap objek. Sementara itu aspek kognisi, dan konatif dipandang memiliki hubungan dengan sikap tetapi merupakan konsep yang terpisah, bukan bagian dari sikap. Demikian halnya dalam konsep TPB, sikap yang dimaksud adalah sikap dalam konsep yang sederhana. Lihat Setiadi, "Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer," 140.

untuk menyimpan dana di bank syariah yang menawarkan produk dan layanan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Studi ini membantah hasil penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Albashir *et al.*,⁴² Baber⁴³ dan Wardana *et al.*⁴⁴ yang tidak menemukan adanya bukti bahwa sikap mempengaruhi niat untuk memanfaatkan jasa perbankan syariah. Penelitian ini memberikan dukungan data sebaliknya, bahwa sikap memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *saving intention* di bank syariah. Sikap adalah evaluasi positif atau negatif yang dimiliki seseorang terhadap sesuatu. Dalam konteks ini, sikap mengacu pada bagaimana seseorang menilai atau merasa tentang bank syariah. Sikap positif terhadap bank syariah bisa timbul karena persepsi bahwa bank tersebut mematuhi prinsip-prinsip syariah, seperti larangan riba (bunga), bagi hasil yang adil dan lain sebagainya. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya seperti penelitian yang dilakukan oleh Allah-Pitchay *et al.*,⁴⁵ Han,⁴⁶ Alzadjal *et al.*,⁴⁷ Albashir *et al.*,⁴⁸ dan Zinser⁴⁹ yang juga memberikan dukungan empiris bahwa sikap positif dapat menentukan niat mengadopsi produk atau jasa keuangan syariah.

⁴² Albashir *et al.*, "The Acceptance of Islamic Banking," 109.

⁴³ Baber, "Factors Influencing the Intentions," 317.

⁴⁴ Wardana *et al.*, "Antecedents and Consequences of Intention," 835.

⁴⁵ Allah-Pitchay *et al.*, "Factors Persuade Individuals' Behavioral," 234.

⁴⁶ Han, "Adoption of Islamic Banking Services," 107.

⁴⁷ Alzadjal *et al.*, "Moderating the Role of Religiosity," 1

⁴⁸ Albashir *et al.*, "The Acceptance of Islamic Banking," 109.

⁴⁹ Zinser, "Retail Islamic Banking and Financial," 182.

Sikap menurut Setiadi memiliki empat fungsi yaitu, fungsi utilitarian, ekspresi nilai, mempertahankan ego dan pengetahuan.⁵⁰ Fungsi utilitarian terkait dengan bagaimana konsumen memandang apakah suatu produk atau jasa memberikan kepuasan atautidak. Fungsi ekspresi nilai terkait dengan penilaian konsumen atas produk atau jasa apakah produk tersebut mengekspresikan nilai-nilai yang ada pada diri konsumen. Fungsi mempertahankan ego terkait dengan bagaimana kecenderungan konsumen untuk melindungi dirinya dari tantangan eksternal ataupun perasaan internal. Adapun sikap dalam fungsi pengetahuan terkait dengan bagaimana sikap dapat membantu konsumen untuk mengorganisasikan informasi yang telah diperoleh. Fungsi ini dapat membentuk konsumen untuk mengurangi informasi yang salah tentang objek perilaku.

Dalam konsep TPB sikap terhadap suatu perilaku diasumsikan sebagai fungsi dari keyakinan yang dapat diakses mengenai kemungkinan konsekuensi dari perilaku tersebut, yang disebut keyakinan perilaku. Keyakinan perilaku adalah probabilitas subjektif seseorang bahwa melakukan suatu perilaku yang diinginkan akan membawa pada hasil tertentu atau memberikan pengalaman tertentu.⁵¹ Keyakinan bahwa menyimpan dana di bank syariah (perilaku tersebut) bebas bunga (hasilnya) atau mendapatkan bagi hasil/bonus (pengalaman). Atas evaluasi yang telah dilakukan tersebut pada akhirnya dapat mendorong responden untuk menggunakan perbankan syariah untuk menyimpan dana. Dengan demikian dalam konteks penelitian ini, sikap berfungsi sebagai utilitarian dan ekspresi nilai. Sebagai fungsi utilitarian

⁵⁰ Setiadi, "Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer," 140-141.

⁵¹ Ajzen, "The Theory of Planned Behavior," 315.

ditunjukkan bahwa menyimpan dana di bank syariah akan mendapatkan bonus atau bagi hasil dan juga memudahkan dalam transaksi. Adapun sebagai ekspresi nilai, terkait dengan keyakinan responden bahwa menyimpan dana di bank syariah merupakan ekspresi nilai berupa pengamalan ajaran agama untuk menghindari bunga bank.

6. Sikap memediasi hubungan antara pengetahuan terhadap *saving intention* di bank syariah

Hasil pengujian secara statistik memberikan informasi bahwa sikap mampu memediasi hubungan pengetahuan dengan niat menyimpan dana di bank syariah. Hasil penelitian ini mengkonfirmasi bahwa sikap memiliki peran penting dalam menentukan niat masyarakat untuk menyimpan dananya di bank syariah. Singkatnya adalah hubungan antara pengetahuan terhadap *saving intention* dapat melalui sikap (*indirect effect*). Penelitian ini mengkonfirmasi hasil penelitian yang dilakukan oleh Oladapo dkk⁵² bahwa sikap dapat menjadi penghubung antara pengetahuan dengan niat menyimpan dana di bank syariah.

Temuan bahwa sikap mampu memediasi hubungan antara pengetahuan dan niat menyimpan dana menegaskan bahwa pemahaman yang lebih baik tentang bank syariah dapat secara positif memengaruhi sikap individu terhadap bank syariah. Sikap ini, pada gilirannya, secara signifikan mempengaruhi niat seseorang untuk menyimpan dananya di bank syariah. Hal ini sesuai dengan konsep dalam teori perilaku terencana, yang menekankan peran penting sikap sebagai mediator antara

⁵² Oladapo et al., "The Mediating Effect," 175.

variabel prediktor (pengetahuan) dan variabel *saving intention*. Dengan demikian hasil penelitian ini mengkonfirmasi pentingnya sikap dalam menentukan niat masyarakat untuk menyimpan dananya di bank syariah. Sikap yang positif cenderung memperkuat korelasi antara pengetahuan dan niat menyimpan dana.

7. Sikap memediasi hubungan antara religiositas terhadap *saving intention* di bank syariah

Hasil pengujian secara statistik memberikan informasi bahwa sikap mampu memediasi hubungan religiositas dengan niat menyimpan dana di bank syariah. Singkatnya adalah hubungan antara religiositas terhadap *saving intention* dapat melalui sikap (*indirect effect*). Penelitian ini mengkonfirmasi hasil penelitian yang dilakukan oleh Banunuka dkk⁵³ bahwa sikap mampu memediasi hubungan antara religiositas dengan *saving intention*.

Hasil analisis statistik dalam penelitian ini memberikan wawasan yang substansial, menunjukkan bahwa sikap memainkan peran krusial sebagai mediator dalam hubungan antara religiositas dan *saving intention* di bank syariah. Dalam konteks ini, ditemukan bahwa hubungan antara tingkat religiositas individu dan niat untuk menyimpan dana dapat dijelaskan secara tidak langsung melalui pembentukan sikap positif terhadap bank syariah (*indirect effect*). Temuan penelitian ini menegaskan bahwa kekuatan pengaruh religiositas terhadap *saving intention* dimediasi oleh sikap. Artinya, individu yang memiliki tingkat religiositas yang tinggi

⁵³ Banunuka et al., "Attitude: Mediator of Subjective Norm," 11.

cenderung membentuk sikap yang positif terhadap bank syariah, dan sikap tersebut pada gilirannya, memprediksi seberapa besar niat responden untuk menyimpan dananya di bank Syariah.

8. Pengaruh norma subjektif terhadap *saving intention* di bank syariah

Secara statistik penelitian ini memberikan informasi bahwa norma subjektif memiliki pengaruh signifikan terhadap niat menyimpan dana di perbankan syariah. Norma subjektif merupakan sebuah keyakinan bahwa suatu perilaku telah mendapat dukungan atau persetujuan dari orang lain.⁵⁴ Norma subjektif ini ditentukan oleh keyakinan normatif, yaitu orang lain memberikan referensi tentang objek perilaku. Dalam TPB keyakinan normatif tentang referensi sosial yang berbeda untuk menghasilkan tekanan sosial atau norma subjektif. Dengan demikian sama halnya dengan sikap, norma subjektif juga berasal dari adanya keyakinan subjektif. Akan tetapi sikap berasal dari adanya keyakinan yang berasal dari dalam individu, sementara norma subjektif, keyakinan bersumber dari eksternal berupa pandangan orang lain tentang objek perilaku, termasuk keluarga, teman, dan masyarakat—mendukung atau mendorong tindakan tertentu, dalam hal ini, niat untuk menyimpan dana di bank syariah.

Studi ini membantah hasil penelitian yang dilakukan oleh Zinser,⁵⁵ Bananuka *et al*,⁵⁶ Ayyub *et al*⁵⁷ dan Oladapo *et al*⁵⁸ yang tidak

⁵⁴ Ajzen, "The Theory of Planned Behavior," 443.

⁵⁵ Zinser, "Retail Islamic Banking and Financial," 182.

⁵⁶ Bananuka et al., "Determinants of the Intention to Adopt," 16.

⁵⁷ Ayyub et al., "Determinants of Intention to Use Islamic," 147.

⁵⁸ Oladapo et al., "The Mediating Effect of Attitude," 174.

menemukan adanya bukti bahwa norma subjektif memiliki pengaruh signifikan terhadap niat menggunakan jasa keuangan syariah. Norma subjektif mencerminkan pengaruh lingkungan sosial dan tekanan sosial terhadap individu. Dalam konteks jasa keuangan syariah, norma subjektif mencakup apa yang keluarga, teman, atau masyarakat sekitar pikirkan atau harapkan tentang penggunaan jasa keuangan syariah. Jika individu merasa bahwa orang-orang yang berpengaruh dalam hidup mereka mendukung atau mengharapkan mereka untuk menggunakan jasa keuangan syariah, hal ini dapat memengaruhi niat mereka.

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa dukungan keluarga merupakan dorongan utama responden ketika menggunakan jasa keuangan syariah untuk menyimpan dana. Ini dapat dilihat pada jawaban responden atas pertanyaan “Keluarga saya sangat mendukung jika saya menyimpan dana di bank syariah,” skor yang diperoleh sebesar 3,89. Selain keluarga jaminan pemerintah juga merupakan faktor penting yang mendorong responden untuk menyimpan dana di bank syariah. Ini dapat dilihat dari jawaban responden atas pertanyaan “Jaminan dari pemerintah merupakan salah satu faktor yang mendorong saya untuk menyimpan dana di bank syariah,” memperoleh skor 3,69 yang termasuk dalam kategori tinggi.

Norma sosial⁵⁹ memiliki pengaruh terhadap niat untuk menyimpan dana di bank syariah, karena responden menjadikan kelompok sosial

⁵⁹ Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku seseorang dalam membeli produk atau jasa adalah kelompok referensi. Kelompok referensi merupakan sekelompok orang yang nilai-nilai atau perspektifnya dijadikan panutan, pedoman atau acuan berperilaku seseorang. Kelompok referensi memiliki pengaruh yang besar dalam perilaku konsumen karena kelompok

sebagai rujukan atau referensi sebelum memutuskan untuk menyimpan dana di bank syariah. Kelompok referensi dapat terdiri dari satu orang atau ratusan orang, orang secara nyata yang berinteraksi langsung atau seseorang yang tidak nyata (misalnya artis, atlet atau pahlawan).⁶⁰

Setiadi menjelaskan bahwa kelompok referensi dapat mempengaruhi seseorang karena kelompok referensi dapat memberikan informasi, kontrol atas sanksi/reward, dan ekspresi nilai.⁶¹ Kelompok referensi mempengaruhi perilaku konsumen karena dapat memberikan informasi mengenai permasalahan yang diperlukan oleh seseorang. Responden akan menyimpan dana di bank syariah jika kelompok referensi yang memberikan informasi dapat dipercaya dan relevan.⁶² Kelompok referensi juga dapat mempengaruhi kontrol atas sanksi/reward. Artinya seseorang akan melakukan suatu tindakan karena khawatir akan mendapatkan sanksi atau melakukan sesuatu demi mendapatkan reward dari kelompok referensinya. Adapun ekspresi nilai terkait dengan bagaimana seseorang memiliki keinginan untuk mengekspresikan nilai-nilai yang ada dalam suatu kelompok referensi.⁶³

Dari uraian di atas maka hubungan antar norma subjektif dengan *saving intention* di bank syariah dapat dijelaskan sebagai berikut:

referensi memiliki beberapa kekuatan seperti information power, kesepakatan sosial, kepakaran dan terkadang juga intimidasi sosial. Lihat Tjiptono, "*Perilaku Konsumen: Definisi, Domain, Determinan*," 123.

⁶⁰ J Paul Petter and Jerry C Olson, *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran Jilid II Terj Diah Tantri Dwindani*, 9th ed. (Jakarta: Salemba Empat, 2016), 132.

⁶¹ Setiadi, "*Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer*," 189.

⁶² Petter and Olson, "*Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*," 134.

⁶³ Setiadi, "*Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer*", 190.

- a. *Kepercayaan pada Relevansi dan Kepentingan Norma*. Ketika responden merasa bahwa orang-orang yang penting misalnya teman, keluarga, tokoh masyarakat dan lainnya menganggap menyimpan dana di perbankan syariah adalah penting, maka responden cenderung merasa dorongan atau tekanan untuk mengikuti anjuran untuk menyimpan dana di bank syariah. Jika anjuran ini dianggap relevan dan penting, maka responden cenderung lebih mungkin untuk mempertimbangkan *saving intention* di perbankan syariah.
- b. *Dorongan untuk Diterima dalam lingkungan*. Manusia secara alami ingin diterima dan mengikuti norma-norma yang ada di lingkungan sosialnya. Jika norma subjektif mengindikasikan bahwa menyimpan dana di perbankan syariah adalah perilaku yang diakui atau dihargai oleh masyarakat di sekitarnya, individu merasa dorongan untuk mengikuti norma tersebut agar tetap terhubung dengan kelompok sosial.
- c. *Persepsi Keberlanjutan Norma*. Jika responden merasa bahwa norma menyimpan dana di perbankan syariah adalah norma yang terus-menerus diakui dan dihargai oleh masyarakat seiring waktu, mereka cenderung merasa lebih yakin dalam mengadopsi perilaku tersebut. Persepsi tentang keberlanjutan norma dapat mempengaruhi niat individu untuk menjaga *saving behaviour* di perbankan syariah dalam jangka panjang.
- d. *Pentingnya Relasi Sosial*. Manusia sering kali terikat dalam jaringan sosial dan memiliki hubungan yang kuat dengan orang-orang di sekitar lingkungannya. Jika norma subjektif menunjukkan bahwa *saving behaviour* di perbankan syariah merupakan bagian integral dari

hubungan dan koneksi sosial yang dihargai, individu mungkin merasa lebih cenderung untuk mengadopsi perilaku ini untuk menjaga relasi dalam lingkungan.

Dengan demikian, norma subjektif memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat menyimpan dana di perbankan syariah karena pengaruh sosial dan tekanan yang dapat diberikan oleh pandangan dan harapan orang-orang di sekitar individu yang dalam penelitian ini adalah rekan, keluarga, pemerintah dan kiyai/ustadz. Hal ini merupakan refleksi dari bagaimana orang-orang cenderung mempertimbangkan norma sosial dalam pengambilan keputusan mereka, terutama dalam hal-hal yang berkaitan dengan nilai-nilai dan kepercayaan.

9. Pengaruh kontrol perilaku (PBC) terhadap *saving behaviour* di bank syariah

Hasil pengujian memberikan dukungan data bahwa kontrol perilaku terbukti secara statistik memiliki pengaruh signifikan terhadap niat menyimpan dana di bank syariah. Secara sederhana Ajzen menggambarkan bahwa kontrol perilaku terkait dengan keyakinan tentang mudah atau sulitnya dalam mewujudkan perilaku yang berasal dari pengalaman.⁶⁴ Adanya tingkat keyakinan bahwa dirinya mampu mengontrol untuk melakukan suatu perilaku maka sebuah perilaku akan dapat diwujudkan.⁶⁵ Keyakinan bahwa responden mampu mengontrol untuk melakukan suatu perilaku berkaitan dengan adanya faktor-faktor yang dapat memfasilitasi atau menghambat kinerja perilaku dalam

⁶⁴ Ajzen, "The Theory of Planned Behavior: Frequently," 315.

⁶⁵ Ajzen, "Consumer Attitudes and Behavior: The Theory," 129.

konteks penelitian ini adalah menyimpan dana di bank syariah. Faktor tersebut salah satunya adalah pendapatan. Dari tabulasi data penelitian, dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini mayoritas adalah responden yang berpenghasilan Rp 2.000.001 sd Rp. 4.000.000 dengan persentase sebesar 43,58 persen atau sebanyak 171 responden. Selanjutnya responden dengan penghasilan Rp 4.000.001 sd Rp. 6.000.000 sebanyak 100 responden atau sebesar 25,50 persen. Dengan pendapatan tersebut maka hambatan untuk mewujudkan perilaku (menyimpan dana di bank syariah) mudah untuk dilakukan.

Studi ini membantah hasil penelitian yang dilakukan oleh Aziz & Afaq,⁶⁶ Zinser⁶⁷ dan Verma *et al*⁶⁸ yang tidak menemukan adanya bukti bahwa kontrol perilaku memiliki pengaruh signifikan terhadap niat menggunakan jasa keuangan syariah. Di sisi lain penelitian ini mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh Wardana *et al*,⁶⁹ Nugroho *et al*⁷⁰ dan Allah-Pitchay *et al*⁷¹ yang juga telah memberikan dukungan data bahwa kontrol perilaku memiliki pengaruh signifikan terhadap niat menggunakan produk atau jasa perbankan syariah.

⁶⁶ Aziz and Afaq, "Adoption of Islamic Banking in Pakistan," 16.

⁶⁷ Zinser, "Retail Islamic Banking and Financial," 182.

⁶⁸ Deepti Verma, Vaibhav Tripathi, and Ajai Pratap Singh, "From Physical to Digital: What Drives Generation Z for Mobile Commerce Adoption?," *Journal of Asia Business Studies* 15, no. 5 (2021): 732, <https://doi.org/10.1108/JABS-05-2020-0207>.

⁶⁹ Wardana et al., "Antecedents and Consequences of Intention," 835.

⁷⁰ Anton Priyo Nugroho, Anas Hidayat, and Hadari Kusuma, "The Influence of Religiosity and Self-Efficacy on the Saving Behavior of the Slamic Banks," *Banks and Bank Systems* 12, no. 3 (2017): 42,

⁷¹ Allah-Pitchay et al., "Factors Persuade Individuals' Behavioral," 234.

Dengan demikian penelitian ini memberikan kontribusi dalam menguatkan konsep TPB, bahwa kontrol perilaku merupakan salah satu variabel yang dapat menentukan niat berperilaku. Hasil penelitian ini memberikan informasi bahwa kontrol perilaku memainkan peran penting dalam menerjemahkan niat menjadi tindakan nyata. Individu mungkin memiliki niat yang kuat untuk menyimpan dana di bank syariah, tetapi tanpa kemampuan untuk mengontrol perilaku mereka, niat ini mungkin tidak akan terealisasi. Berbeda dalam konteks penelitian ini, dimana responden memiliki kontrol perilaku yang tinggi untuk menyimpan dana di bank syariah. Dengan demikian responden yang memiliki tingkat kontrol perilaku yang baik, cenderung lebih mampu mengimplementasikan niat menyimpan dana di bank syariah.

Kemampuan untuk mengatasi hambatan juga penting dalam proses menyimpan dana di bank syariah, karena proses tersebut bisa menghadirkan hambatan dan tantangan tertentu. Kontrol perilaku membantu responden mengatasi hambatan ini dengan lebih baik. Responden yang memiliki kontrol perilaku yang tinggi cenderung lebih mampu menghadapi rintangan seperti godaan untuk menggunakan uang simpanan untuk keperluan lain atau keputusan impulsif untuk tidak menyimpan dananya. Dengan kemampuan untuk mengatasi hambatan ini, niat menyimpan dana di bank syariah menjadi lebih terwujud. Kontrol perilaku juga berhubungan dengan kemampuan untuk mempertahankan perilaku seiring waktu. Individu yang memiliki kontrol perilaku yang baik cenderung lebih konsisten dalam menjaga niat mereka untuk menyimpan dana di bank syariah. Ini berkontribusi pada kesinambungan dalam

berperilaku, yang penting dalam mengembangkan kebiasaan menyimpan dana yang baik.

Dengan demikian, hasil penelitian yang menunjukkan pengaruh signifikan kontrol perilaku terhadap niat menyimpan dana di bank syariah masuk akal secara rasional. Kemampuan individu untuk mengontrol perilaku mereka, mengatasi hambatan, menjaga konsistensi, dan mengambil keputusan finansial yang bijaksana adalah faktor penting dalam mewujudkan niat mereka untuk menyimpan dana di bank syariah.

10. Pengaruh *saving intention* terhadap *saving behaviour* di bank syariah

Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa secara statistik niat menyimpan dana di bank syariah memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku menyimpan dana di perbankan syariah. Hubungan antara niat berperilaku dengan perilaku aktual dalam konsep TPB. Niat diasumsikan sebagai faktor motivasi yang mempengaruhi suatu perilaku, hal ini merupakan indikasi seberapa keras seseorang bersedia mencoba, seberapa besar upaya yang akan mereka lakukan, untuk melakukan perilaku tersebut.⁷² Antecedent langsung dari perilaku dalam TPB adalah niat untuk melakukan perilaku, semakin kuat niatnya, semakin besar kemungkinan perilaku tersebut akan diikuti.⁷³

Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Hatmawan,⁷⁴ dan Nugroho *et al*⁷⁵ yang menemukan bahwa *saving intention* dan

⁷² Ajzen, "The Theory of Planned Behaviour," 181.

⁷³ Ajzen, "The Theory of Planned Behavior: Frequently," 315.

⁷⁴ Hatmawan, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pilihan," xiii.

⁷⁵ Nugroho et al., "The Influence of Religiosity," 42,

pendapatan menjadi prediktor penting dalam menentukan pilihan masyarakat untuk menyimpan dananya di perbankan syariah. Hubungan niat dengan perilaku dapat dijelaskan melalui berbagai faktor psikologis, motivasional, dan sosial yang berperan dalam hubungan niat dengan perilaku aktual. Niat merupakan langkah awal yang penting dalam mempengaruhi perilaku. Jika seseorang memiliki niat yang kuat untuk menyimpan dana di bank syariah karena alasan agama, etika, atau keyakinan, maka mereka cenderung memiliki motivasi internal yang lebih konsisten untuk mengikuti tindakan tersebut. Motivasi yang kuat dapat menjadi faktor pendorong untuk mengatasi hambatan dan tantangan yang mungkin timbul dalam proses menyimpan dana.

Individu yang memiliki niat untuk menyimpan dana di bank syariah mungkin merasa bahwa nilai-nilai perbankan syariah sejalan dengan keyakinan agama dan nilai pribadi responden. Ini bisa membuat responden merasa lebih terhubung dengan produk dan layanan perbankan syariah dan merasa bahwa tindakan menyimpan dana di bank syariah adalah cara yang lebih konsisten dengan nilai-nilai mereka. Hal ini telah dibuktikan sebelumnya oleh Zhonghua Han,⁷⁶ bahwa orang yang menganggap kewajiban agama sebagai hal yang sangat penting dalam pada saat menentukan pilihan perbankan.

Hasil analisis dengan menggunakan Uji rank Mann-Whitney⁷⁷ telah memberikan temuan menarik terkait preferensi masyarakat terhadap bank

⁷⁶ Zhonghua Han, "Adoption of Islamic Banking Services," 107.

⁷⁷ Uji rank Mann-Whitney adalah sebuah uji non-parametrik yang digunakan untuk membandingkan dua kelompok independen dari sampel yang tidak terdistribusi secara normal. Lihat Teti Sofia Yanti, "Uji Rank Mann-

syariah dan dampaknya terhadap Dana Pihak Ketiga (DPK) bank. Hasilnya menunjukkan bahwa daerah yang mayoritas memilih menyimpan dana di bank syariah karena alasan sesuai dengan prinsip syariah memiliki tingkat DPK yang lebih rendah dibandingkan dengan daerah yang memilih menyimpan dana di bank syariah karena alasan selain prinsip syariah (Lihat Lampiran 10).

Temuan ini memberikan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana preferensi masyarakat terhadap bank syariah mempengaruhi perilaku menyimpan dana dan juga implikasinya terhadap stabilitas keuangan bank syariah. Temuan ini menyoroti bahwa preferensi berdasarkan prinsip syariah mungkin tidak selalu menjadi faktor utama yang memengaruhi jumlah dana yang ditempatkan di bank syariah. Meskipun prinsip syariah menjadi faktor penting bagi sebagian masyarakat dalam memilih bank syariah sebagai tempat menyimpan dana, namun tidak selalu menjadi prioritas utama bagi semua individu. Hal ini menunjukkan adanya variasi dalam motif dan preferensi masyarakat terhadap bank syariah di berbagai daerah.

Selanjutnya, temuan ini menunjukkan bahwa faktor-faktor lain, seperti keuntungan finansial, atau aspek-aspek non-syariah, mungkin juga memiliki pengaruh yang signifikan dalam keputusan masyarakat untuk menyimpan dana di bank syariah. Hal ini menunjukkan pentingnya bank syariah untuk terus meningkatkan kualitas layanan dan produk, serta

Whitney Dua Tahap,” *Statistika* 7, no. 1 (2007): 55, <https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/statistika/article/view/954>.

meningkatkan pemahaman masyarakat tentang manfaat finansial dan non-finansial dari menyimpan dana di bank syariah.

Secara lebih luas, temuan ini juga memiliki implikasi penting bagi stabilitas keuangan bank. Tingkat DPK yang lebih rendah di daerah dengan preferensi menyimpan dana berdasarkan prinsip syariah dapat memengaruhi likuiditas dan kapasitas bank untuk memberikan pembiayaan dan layanan kepada nasabah. Oleh karena itu, penting bagi bank syariah untuk memahami dinamika preferensi masyarakat dan mengembangkan strategi yang tepat untuk meningkatkan partisipasi dan kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah, sambil tetap memperhatikan prinsip-prinsip syariah yang mendasarinya.

D. Keterbatasan Penelitian

Meskipun penelitian ini berupaya untuk menghilangkan beberapa kesenjangan penting dalam literatur perilaku konsumen khususnya hubungan antara pengetahuan dan religiositas terhadap sikap, ada sejumlah keterbatasan.

1. Bias Sampling dan Generalisasi

Penelitian ini menggunakan teknik sampling *convenience sampling*. Salah satu kelemahan utama dari teknik sampling ini adalah potensi untuk menghasilkan bias dalam sampel. Karena responden tidak dipilih secara acak, ini bisa mengarah pada kesalahan pemilihan subjek yang signifikan. Orang-orang yang lebih mudah diakses mungkin memiliki karakteristik yang berbeda dari populasi secara keseluruhan, dan ini dapat memengaruhi validitas hasil penelitian. Selain itu penelitian ini tidak dapat di generalisasi pada populasi yang lebih

besar. Karena sampel tidak dipilih secara acak, sulit untuk mengatakan bahwa hasil penelitian akan berlaku untuk semua individu dalam populasi.

2. Pengukuran variabel

Penulis menyadari bahwa adanya kesalahan dalam pengukuran variabel khususnya variabel religiositas. Sebagaimana diketahui sedikitnya ada 126 skala religiositas yang tersedia untuk mengukur religiositas. Dari skala yang ada pada kenyataannya hingga saat ini belum ada ukuran religiositas yang mampu menggambarkan apakah seorang individu dapat dikatakan religius atau tidak. Dengan demikian dalam penelitian ini ada kemungkinan kesalahan dalam mengukur religiositas, namun demikian penulis meyakini bahwa religiositas dalam penelitian ini telah diukur dengan skala yang tepat.

3. Penelitian tidak melibatkan kualitas pelayanan

Hasil penelitian memberikan dukungan data jika variabel pengetahuan dan religiositas memiliki *R Square* sebesar 0,142 atau 14,2. Dengan demikian variabel pengetahuan dan religiositas memberikan kontribusi sebesar 0,142 atau 14,2 persen terhadap variabel sikap yang termasuk dalam kategori lemah. Hasil ini mengindikasikan bahwa perlu melibatkan variabel lain selain pengetahuan dan religiositas, seperti kualitas pelayanan.

4. Penelitian tidak mempertimbangkan lama menjadi nasabah

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi sikap adalah pengalaman pribadi. Pengalaman individu dengan produk atau jasa dapat memengaruhi sikap terhadap produk atau jasa. Pengalaman positif dapat meningkatkan sikap positif, sementara pengalaman negatif dapat

menghasilkan sikap negatif. Untuk itu berapa lama menjadi nasabah bank syariah dapat mempengaruhi sikap. Hal ini dikarenakan semakin lama menjadi nasabah, maka semakin banyak pengalaman yang diperoleh dan pada akhirnya mempengaruhi penilaian responden terhadap bank syariah.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini secara umum dilakukan dalam rangka menguji secara empiris bahwa kerangka *Theory of Planned Behaviour (TPB)* dalam konteks analisis penghimpunan Dana Pihak Ketiga oleh bank syariah. Hasil pengujian menunjukkan nilai normed fit index (NFI) = 0,928 dan *standardized root mean square residual* (SRMR) = 0,086. Dengan demikian model yang dibangun memiliki nilai NFI sama dengan atau lebih besar dari 0,90 dan memiliki SRMR lebih besar atau sama dengan 0,086 maka model telah memenuhi *Goodness of Fit*. Secara khusus penelitian ini menyimpulkan bahwa:

1. Data penelitian ini mendukung **hipotesis H1**. Hal ini ditunjukkan dengan hasil pengujian statistik yang menunjukkan nilai t sebesar 6.022 (> 1.96) dan p-value 0.000 (< 0.05). Penelitian ini memberikan informasi bahwa pengetahuan memiliki kontribusi penting dalam membentuk sikap positif terhadap bank syariah.
2. Data penelitian ini mendukung **hipotesis H2**, yaitu terdapat pengaruh yang signifikan antara religiositas terhadap sikap pada bank syariah. Hasil ini dapat diketahui dari nilai t sebesar 3.276 ($> 1,96$) dan p-value 0.001 (< 0.05). Hasil penelitian memberikan informasi bahwa faktor agama juga memiliki peran penting dalam menentukan sikap responden terhadap bank syariah
3. Data penelitian ini **tidak mendukung hipotesis H3**, dimana data penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan tidak memiliki pengaruh

terhadap niat menyimpan dana di bank syariah. Sebagaimana ditunjukkan dengan nilai t sebesar 0.233 (< 0.196) dengan p-value 0.816 (> 0.05). Artinya tidak ditemukan adanya dukungan data bahwa pengetahuan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat menyimpan dana di bank syariah.

4. Data penelitian tidak mendukung bahwa religiositas mempengaruhi niat menyimpan dana di bank syariah, sehingga penelitian ini **tidak mendukung hipotesis H4**. Hasil pengujian menemukan bahwa nilai t sebesar 1.450 (< 0.19) dengan p-value 0.1480 (> 0.05), dengan demikian secara statistik tidak ditemukan dukungan data bahwa *saving intention* di bank syariah dapat dipengaruhi oleh tingkat religiositas. Artinya semakin tinggi tingkat religiositas seseorang maka tidak akan menjamin semakin tinggi pula niatnya untuk menyimpan dana di bank syariah
5. Data penelitian ini mendukung **hipotesis H5**. Hasil ini dapat dilihat dari nilai t sebesar 5.415 (> 1.96) dan p-value 0.000 (< 0.05), dengan demikian secara statistik ditemukan dukungan data bahwa sikap memiliki pengaruh signifikan terhadap *saving intention* di bank syariah.
6. Data penelitian mendukung **hipotesis H6**. Pengujian secara statistik menunjukkan bahwa nilai t yang dihasilkan sebesar 3.763 ($> 1,96$) dan p-value 0.000 (< 0.05). Hasil penelitian ini mengkonfirmasi bahwa sikap memiliki peran penting dalam menentukan niat masyarakat untuk menyimpan dana di bank syariah. Singkatnya adalah hubungan antara pengetahuan terhadap *saving intention* dapat melalui sikap (*indirect effect*).

7. Data penelitian mendukung **hipotesis H7**. Hasil pengujian secara statistik memberikan informasi bahwa sikap mampu memediasi hubungan religiositas dengan niat menyimpan dana di bank syariah. Hasil pengujian secara statistik menunjukkan bahwa nilai t yang dihasilkan sebesar 2.587 ($> 1,96$) dan p-value 0.008 (< 0.05). Singkatnya adalah hubungan antara religiositas terhadap *saving intention* tidak terjadi secara langsung, namun melalui sikap (*indirect effect*).
8. Data penelitian ini mendukung **hipotesis H8**, yaitu norma subjektif memiliki pengaruh positif signifikan terhadap niat menyimpan dana di bank syariah. Hasil pengujian secara statistik menunjukkan bahwa nilai t yang dihasilkan sebesar 5.353 ($> 1,96$) dan p-value 0.000 (< 0.05). Dengan demikian data memberikan dukungan bahwa norma subjektif memiliki pengaruh signifikan terhadap niat masyarakat untuk memanfaatkan bank syariah untuk menyimpan dananya.
9. Data penelitian ini **mendukung hipotesis H9**, yaitu *perceived behavioural control* (PBC) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap niat menyimpan dana di bank syariah. Hasil pengujian secara statistik diperoleh hasil nilai t sebesar 4.667 (> 1.96) dan p-value 0.000 (< 0.05). Hasil pengujian memberikan dukungan data bahwa kontrol perilaku secara statistik memiliki pengaruh signifikan terhadap *saving intention* di bank syariah
10. Data penelitian ini **mendukung hipotesis H10** yaitu *saving intention* terhadap perilaku menyimpan dana di bank syariah. Hasil pengujian secara statistik menghasilkan nilai t yang dihasilkan sebesar 17.387 (> 1.96) dan p-value 0.000 (< 0.05). Hasil penelitian

memberikan dukungan data bahwa secara statistik *saving intention* di bank syariah memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku menyimpan dana di perbankan syariah.

B. Implikasi Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini memiliki implikasi baik secara teoritis dan praktis yaitu:

1. Implikasi Teoritis

Secara teoritis penelitian ini telah memberikan kontribusi terhadap eksistensi *Theory of Planned Behaviour* dalam konteks memprediksi perilaku masyarakat dalam menyimpan dana di bank syariah. Konsep utama dalam *Theory of Planned Behaviour* yaitu sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku merupakan prediktor yang baik terhadap niat menyimpan dana. Sementara itu niat pada akhirnya dapat mempengaruhi perilaku menyimpan dana. Dengan demikian penelitian ini telah memberikan kontribusi terhadap penerapan *Theory of Planned Behaviour* dalam konteks yang berbeda. Ini dibuktikan dengan semua variabel penelitian menghasilkan nilai *Q Square* yang lebih besar dari 0. Ini menunjukkan bahwa model yang dikembangkan memiliki prediksi yang relevan dan cukup akurat dalam meramalkan atau menjelaskan perilaku menyimpan dana di bank syariah. Selain itu penelitian ini mempertegas kembali bahwa niat dalam *Theory of Planned Behaviour* merupakan prediktor yang baik terhadap perilaku. Ini dibuktikan dengan nilai *f Square* yang dihasilkan sebesar 0,908 dan ini adalah termasuk efek yang besar.

Penelitian ini juga telah mencoba untuk melanjutkan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya bahwa dimensi religiositas yang paling baik dalam konteks pemanfaatan jasa keuangan syariah terdiri dari dua dimensi yaitu *belief dimension* dan *commitment & practice dimensions*.¹ *Beliefs dimension* merupakan dimensi yang terkait dengan apa yang harus dipercayai dan merupakan dimensi yang paling dasar dari agama dan bagian dari dimensi ideologis.² Sementara *commitment & practice dimensions* terkait dengan sejauh mana seseorang mematuhi nilai-nilai agamanya dan praktik serta menggunakannya dalam kehidupan sehari-hari.³ Hasilnya adalah kedua dimensi tersebut yaitu *belief dimension* dan *commitment & practice dimensions* memiliki validitas dan reliabilitas yang baik dalam konteks penelitian ini.

Secara teoritis penelitian ini telah memberikan kontribusi dalam pengembangan *Theory of Planned Behaviour* dengan menambah anteseden dari variabel sikap dalam konsep *Theory of Planned Behaviour*. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pengetahuan dan religiositas adalah dua variabel yang dapat menentukan sikap positif terhadap perbankan syariah. Pengembangan dengan menambahkan pengetahuan dan religiositas sebagai anteseden dari sikap merupakan upaya untuk memperkuat penelitian yang telah dilakukan oleh Purwanto *et al*⁴ dalam konteks perilaku pemanfaatan produk lembaga

¹ Mohd-Dali et al., "Religiosity Scale Development," 19-20.

² Pearce et al., "Measuring Five Dimensions," 3.

³ Mohd-Dali et al., "Religiosity Scale Development..," 12.

⁴ Purwanto et al., "Adoption of Islamic Microfinance in Indonesia an Empirical Investigation: An Extension of the Theory of Planned Behaviour,"

keuangan mikro syariah (BMT) dan Kasri dan Chaerunnisa⁵ dalam konteks analisis perilaku muslim milenial untuk membayar wakaf secara *online*.

2. Implikasi Praktis

Selain memberikan implikasi teoritis, penelitian ini juga memiliki implikasi praktis yang dapat dilakukan oleh stakeholder perbankan syariah. Beberapa implikasi praktis tersebut di antaranya adalah:

Pertama, penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan memainkan peran penting dalam membentuk sikap positif terhadap bank syariah. Jadi semakin tinggi tingkat pengetahuan terhadap perbankan syariah akan semakin positif pula sikap masyarakat terhadap perbankan syariah. Untuk itu penting bagi pemerintah dan pengelola perbankan syariah untuk meningkatkan pengetahuan tentang perbankan syariah. Pada saat ini indeks literasi keuangan syariah hanya 9,14%, dan ini sejalan dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan masyarakat terhadap akad dan sistem operasional masih perlu di tingkatkan. Dengan demikian, penting untuk meningkatkan wawasan kepada masyarakat tentang perbankan syariah yang dapat dilakukan melalui seminar, workshop, atau kampanye dengan melibatkan masyarakat luas tidak hanya lembaga pendidikan.

Cogent Business and Management 9, no. 1 (2022): 1, <https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2087466>.

⁵ Rahmatina Awaliah Kasri and Syafira Rizma Chaerunnisa, "The Role of Knowledge, Trust, and Religiosity in Explaining the Online Cash Waqf amongst Muslim Millennials," *Journal of Islamic Marketing* 12, no. 1 (2021): 7, <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2020-0101>.

Kedua, penelitian ini menunjukkan adanya disonansi kognitif dari responden, dimana responden menyatakan alasan menyimpan dana di syariah karena sesuai dengan prinsip syariah. Namun di sisi lain masih menggunakan bank konvensional untuk menyimpan dana. Kondisi ini menunjukkan adanya ketimpangan antara apa yang diketahui dengan apa yang dilakukan. Guna mengatasi adanya disonansi kognitif ini maka dapat direduksi melalui tiga cara. 1) Rasionalisasi, yaitu dengan meyakinkan nasabah bahwa bank syariah sedang berupaya untuk menerapkan sistem perbankan yang Islami dalam operasionalnya, sehingga sikap positif terhadap perbankan syariah dapat dipertahankan. 2) Memberikan informasi tambahan yang mendukung tindakannya untuk menyimpan dana di bank syariah. Cara ini dilakukan dengan menonjolkan keunggulan dari perbankan syariah dibandingkan bank konvensional. 3) Menghapus atau mengurangi beberapa elemen yang menyebabkan disonansi. Dapat dilakukan dengan cara mengubah pandangan bahwa produk tabungan di bank syariah tidak menerapkan sistem bunga melainkan sistem bagi hasil dan memberikan bonus.

3. Implikasi Manajerial

Penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat religiositas seseorang dapat memengaruhi sikap mereka terhadap bank syariah. Ketika seseorang memiliki tingkat religiositas yang tinggi, cenderung mereka akan memiliki sikap yang lebih positif terhadap bank syariah. Sikap positif ini pada gilirannya dapat mempengaruhi niat mereka untuk menggunakan produk dan layanan bank syariah, termasuk menyimpan

dana di bank tersebut. Seseorang yang memiliki keyakinan agama yang kuat dan mengamalkannya dalam kehidupan sehari-hari misalnya, mungkin lebih cenderung untuk memilih bank syariah daripada bank konvensional. Mereka mungkin percaya bahwa bank syariah lebih sesuai dengan nilai-nilai dan prinsip-prinsip agama yang mereka pegang, seperti larangan riba dalam Islam. Sebagai hasilnya, mereka akan memiliki sikap yang lebih positif terhadap bank syariah dan mungkin lebih termotivasi untuk menyimpan dana di bank syariah.

Berdasarkan temuan ini, para manajer perbankan syariah disarankan untuk mempertimbangkan pentingnya faktor religiositas dalam strategi pemasaran. Para manajer perbankan syariah perlu menekankan nilai-nilai agama dalam promosi produk dan layanan mereka, sehingga dapat menarik minat dari segmen pasar yang memiliki tingkat religiositas tinggi. Dengan demikian, pendekatan "*Religio-centric*" dalam pemasaran dapat membantu meningkatkan kepercayaan dan minat masyarakat untuk menggunakan produk dan layanan perbankan syariah.

Bank syariah dapat menekankan pada nilai-nilai agama Islam dalam promosi, seperti keadilan, kejujuran, dan keberkahan dalam transaksi keuangan. Mereka dapat menyoroti bagaimana produk dan layanan mereka sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, seperti larangan riba dan investasi yang sesuai dengan syariah. Selain itu bank syariah perlu menggunakan istilah yang terkait dengan Agama Islam untuk menarik perhatian dan membangun koneksi emosional dengan *audiens*. Bank syariah dapat menggunakan kata-kata seperti "rezeki berkah", "berinvestasi dengan pahala", atau "transaksi yang halal".

C. Saran

Dari kesimpulan penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya maka peneliti memberikan beberapa saran baik untuk para peneliti selanjutnya dan untuk pemangku kepentingan perbankan syariah. Saran-saran tersebut adalah

1. Bagi para peneliti selanjutnya

Pertama, melakukan replikasi terhadap model penelitian yang telah ditetapkan dalam penelitian. Dengan melakukan replikasi, maka model penelitian dapat diverifikasi dan memperkuat dasar ilmiah untuk temuan penelitian ini. Selain itu, dengan melakukan replikasi atas model penelitian, dapat memberikan wawasan tambahan tentang sejauh mana model ini berlaku dalam berbagai konteks atau populasi. Ini akan menjadi langkah penting dalam meningkatkan pemahaman tentang bagaimana perilaku masyarakat dalam memutuskan untuk menyimpan dananya di bank syariah.

Kedua, penelitian ini telah memberikan dukungan secara empiris bahwa pengetahuan dan religiositas dapat menjadi anteseden langsung dari sikap terhadap perbankan syariah. Namun demikian $R Square$ yang dihasilkan hanya 14,2 persen artinya masih ada 85,8 persen variabel yang berpotensi menjadi anteseden dari variabel sikap. Dengan demikian peneliti menyarankan agar peneliti selanjutnya menambahkan variabel kualitas pelayanan sebagai anteseden dari variabel sikap.

Ketiga, melakukan penelitian dengan menggunakan teknik *random sampling*. Penelitian ini menggunakan teknik *sampling convenience sampling*, sehingga berpotensi menghasilkan bias dalam sampel.

Karena responden tidak dipilih secara acak, ini bisa mengarah pada kesalahan pemilihan subjek yang signifikan. Untuk itu bagi para peneliti selanjutnya sedapat mungkin untuk mereplikasi model penelitian namun, dengan menggunakan teknik sampling menggunakan teknik *random sampling*.

Keempat, melakukan penelitian dengan menghubungkan antara pengetahuan yang bersumber dari tokoh masyarakat (norma subjektif) dengan pengetahuan yang bersumber dari pendidikan formal. Di banyak komunitas di Indonesia, khususnya di Jawa Tengah, tokoh agama atau tokoh masyarakat memiliki pengaruh yang besar dalam membentuk pandangan dan sikap masyarakat terhadap berbagai hal, termasuk bank syariah. Pengetahuan yang diperoleh dari mereka sering kali dianggap sebagai sumber otoritatif dan menjadi dasar bagi banyak keputusan dan tindakan masyarakat. Namun demikian, dengan meningkatnya akses terhadap pendidikan formal dan informasi melalui berbagai media, banyak individu juga memperoleh pengetahuan tentang bank syariah melalui jalur pendidikan formal. Pengetahuan yang diperoleh dari pendidikan formal ini mungkin berbeda dalam konteks, ruang lingkup, dan tingkat kepercayaan dibandingkan dengan pengetahuan yang diperoleh dari tokoh masyarakat. Oleh karena itu, penelitian yang menghubungkan antara pengetahuan yang bersumber dari tokoh masyarakat dengan pengetahuan dari pendidikan formal menjadi penting untuk memahami dinamika pengetahuan dan sikap masyarakat terhadap bank syariah. Dengan memahami bagaimana interaksi antara norma subjektif dan pengetahuan formal ini memengaruhi persepsi dan

perilaku masyarakat, dapat membantu pengembangan strategi komunikasi dan pendidikan yang lebih efektif dalam mempromosikan pemahaman yang benar tentang bank syariah di masyarakat.

2. Bagi pengelola perbankan syariah

Dalam penelitian ini terdapat disonansi kognitif dalam *saving behaviour* di perbankan syariah. Dengan adanya disonansi kognitif tersebut maka ada beberapa kebijakan yang perlu dilakukan para pemangku kepentingan. *Pertama*, meyakinkan masyarakat bahwa produk simpanan yang di tawarkan oleh perbankan syariah memiliki distingsi dengan produk tabungan di bank konvensional. Masih ada sekitar 40 persen responden yang menganggap bank syariah menerapkan bunga dalam produk tabungan nya. Anggapan semacam ini akan berpotensi merusak citra bank syariah, yang pada akhirnya masyarakat lebih memilih untuk tetap menyimpan dananya di bank konvensional daripada memindahkannya ke rekening bank syariah. Dengan demikian diperlukan edukasi kepada masyarakat mengenai sistem operasional di perbankan syariah dan juga komitmen dari para pengelola untuk menerapkan sistem yang tidak bertentangan dengan nilai-nilai agama Islam.

Kedua, memberikan informasi-informasi yang memastikan bahwa produk tabungan di bank syariah menerapkan sistem bonus dan bagi hasil bukan berdasarkan suku bunga. Untuk itu perlu upaya yang masif agar anggapan bonus dan bagi hasil sama dengan bunga harus dilakukan secara maksimal. Seperti melibatkan tokoh agama, tokoh pendidikan dan tokoh masyarakat yang memiliki pengaruh langsung terhadap masyarakat.

Ketiga, adanya disonansi kognitif juga disebabkan kurangnya keberpihakan pemerintah terhadap perkembangan perbankan syariah. Contoh nyatanya adalah penyaluran dana hibah penelitian dan sertifikasi dosen yang masih bekerjasama dengan bank konvensional. Bagi nasabah yang menganggap bahwa bank syariah masih menerapkan bunga seperti bank konvensional, maka masyarakat akan lebih memilih membiarkan uangnya di bank konvensional daripada dipindahkan ke bank syariah. Untuk itu pemerintah harus membantu perkembangan perbankan syariah dengan menjadikannya sebagai partner dalam penyaluran dana bantuan penelitian, pencairan sertifikasi dosen dan lain sebagainya.

Ketiga, hingga Agustus 2023, lembaga keuangan syariah memiliki total kekayaan senilai Rp817,6 triliun, mengalami peningkatan sebesar 9,79 persen dibanding tahun sebelumnya Agustus 2022 dan berhasil meraih pangsa pasar sebesar 7,26 persen. Peningkatan kekayaan ini didorong oleh pertumbuhan Dana Pihak Ketiga yang mencapai Rp632,87 triliun, meningkat sebesar 6,91 persen dari tahun sebelumnya Agustus 2022, sementara total Pembiayaan yang disalurkan mencapai Rp540,77 triliun, meningkat sebesar 11,77 persen dari tahun sebelumnya. Dengan demikian dalam rangka meningkatkan pangsa pasar (*Market Share*) maka perbankan syariah perlu fokus pada ekspansi pembiayaan tidak hanya pada aspek penghimpunan dana pihak ketiga.

D. Kata Penutup

Peneliti telah berhasil menggambarkan landasan yang kokoh untuk pemahaman lebih mendalam tentang faktor-faktor yang berperan dalam menentukan *saving behaviour* di bank syariah. Dengan nilai Q square yang relevan, model yang dikembangkan telah memastikan prediksi yang relevan, mendorong penelitian ini telah berupaya untuk memahami bagaimana *saving behaviour* di bank syariah.

Hasil penelitian ini tidak hanya memvalidasi *Theory of Planned Behaviour* dalam konteks *saving behaviour* melalui pengujian terhadap variabel sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku terhadap *saving intention* di bank syariah. Lebih lanjut penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa pengetahuan dan religiositas memiliki peran penting dalam membentuk sikap positif terhadap bank syariah. Sebagai tambahan, penelitian ini telah secara konkret memberikan dukungan secara empiris bahwa niat menyimpan dana di bank syariah bukan hanya sekadar sebatas pandangan, melainkan memiliki dampak yang signifikan pada perilaku sebenarnya dalam menyimpan dana di bank syariah.

Harapan dari peneliti adalah penelitian ini dapat memberikan sumbangan penting baik secara teoritis maupun secara praktis. Secara teoritis penelitian ini memberikan data empiris bahwa pengetahuan dan religiositas dapat menjadi anteseden dari sikap dalam konsep *Theory of Planned Behaviour*. Dengan demikian para peneliti selanjutnya dapat menguji model yang telah dikembangkan dalam penelitian ini pada lokus dan konteks yang berbeda. Adapun secara praktis penelitian ini diharapkan menjadi rujukan bagi pengelola perbankan syariah dan

pemerintah dalam merumuskan strategi yang tepat dalam menarik minat masyarakat untuk menyimpan dananya di bank syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullahi, A, A H A Othman, and S. Kassim. "Financial Inclusion Enhancement through the Adoption of Islamic Microfinance in Nigeria." *International Journal of Ethics and Systems* 37, no. 3 (2021): 486–505.
- Abou-Youssef, Mariam, Wael Kortam, Ehab Abou-Aish, and Noha El-Bassiouny. "Measuring Islamic-Driven Buyer Behavioral Implications: A Proposed Market-Minded Religiosity Scale." *Journal of American Science* 7, no. 8 (2011): 728–41.
- Agarwala, Ridhi, Prashant Mishra, and Ramendra Singh. "Religiosity and Consumer Behavior: A Summarizing Review." *Journal of Management, Spirituality and Religion* 16, no. 1 (2019): 32–54. <https://doi.org/10.1080/14766086.2018.1495098>.
- Ajzen, Icek. "Consumer Attitudes and Behavior: The Theory of Planned Behavior Applied to Food Consumption Decisions." *Rivista Di Economia Agraria* 70, no. 2 (2015): 121–38. <https://doi.org/10.13128/REA-18003>.
- . "The Theory of Planned Behavior: Frequently Asked Questions." *Human Behavior and Emerging Technologies* 2, no. 4 (2020): 314–24. <https://doi.org/10.1002/hbe2.195>.
- . "The Theory of Planned Behavior." *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50, no. 1 (1991): 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T).
- . "The Theory of Planned Behavior." In *Handbook of Theories of Social Psychology*, edited by Paul A. M. Van Lange, Arie W Kruglanski, and E. Tory Higgins. London: SAGE Publications Ltd, 2012.
- . "The Theory of Planned Behaviour." *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50 (1991): 179–211. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T).
- Ajzen, Icek, and B. L. Driver. "Application of the Theory of Planned Behavior to Leisure Choice." *Journal of Leisure Research* 24, no. 3 (1992): 207–24. <https://doi.org/10.1080/00222216.1992.11969889>.
- Ajzen, Icek, and Martin Fishbein. "Attitudes and the Attitude-Behavior Relation: Reasoned and Automatic Processes." *European Review of Social Psychology* 11, no. 1 (2000): 1–33. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/14792779943000116>.

- Al-Balushi, Yasmeen, Stuart Locke, and Zakaria Boulanouar. "Islamic Financial Decision-Making Among SMEs in the Sultanate of Oman: An Adaption of the Theory of Planned Behaviour." *Journal of Behavioral and Experimental Finance* 20 (2018): 30–38. <https://doi.org/10.1016/j.jbef.2018.06.001>.
- Alam, Syed Shah, Rohani Mohd, and Badrul Hisham. "Is Religiosity an Important Determinant on Muslim Consumer Behaviour in Malaysia?" *Journal of Islamic Marketing* 2, no. 1 (2011): 83–96. <https://doi.org/10.1108/17590831111115268>.
- Albashir, Walid Ali, Yuserrie Zainuddin, and Shrikant Krupasindhu Panigrahi. "The Acceptance of Islamic Banking Products in Libya: A Theory of Planned Behavior Approach." *International Journal of Economics and Financial Issues* 8, no. 3 (2018): 105–11. <https://doi.org/https://www.econjournals.com/index.php/ijefi/article/view/6193>.
- Allah-Pitchay, Anwar Bin, Mohamed Asmy Bin Mohd Thas Thaker, Zubir Azhar, Al Amin Mydin, and Hassanudin Bin Mohd Thas Thaker. "Factors Persuade Individuals' Behavioral Intention to Opt for Islamic Bank Services: Malaysian Depositors' Perspective." *Journal of Islamic Marketing* 11, no. 1 (2020): 234–50. <https://doi.org/10.1108/JIMA-02-2018-0029>.
- Alzadjal, Majda Ayoub Juma, Mohd Fauzi Abu-Hussin, Maizaitulaidawati Md-Husin, and Mohd Yahya Mohd-Hussin. "Moderating the Role of Religiosity on Potential Customer Intention to Deal with Islamic Banks in Oman." *Journal of Islamic Marketing* 01, no. 01 (2021): 1–25. <https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2020-0150>.
- Andrade, Chittaranjan. "The Inconvenient Truth About Convenience and Purposive Samples." *Indian Journal of Psychological Medicine* 43, no. 1 (2021): 86–88. <https://doi.org/10.1177/0253717620977000>.
- Angel, Hans-Ferdinand. *Encyclopedia of Sciences and Religions*. Anne L. C. Berlin: Springer Dordrecht, 2013. <https://doi.org/10.1007/978-1-4020-8265-8>.
- Ascarya, and Diana Yumanita. *Bank Syariah: Gambaran Umum Pusat*. Jakarta: Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan (PPSK) BI, 2005. <http://www.bi.go.id/id/tentang-bi/bi-dan-publik/kebanksentralan/Documents/14>. Bank Syariah Gambaran Umum.pdf.
- asy-Syafi'i, Muhammad Bin 'Ulan ash-Shadiqi. *Dalil Al-Faalihiin*

LiThuruqi Riyaaadhish Sholihin Juz 1. Lebanon: Dar al-Kitab al-‘Arabi, n.d.

- Ayyub, Samia, Wang Xuhui, Muhammad Asif, and Rana Muhammad Ayyub. “Determinants of Intention to Use Islamic Banking: A Comparative Analysis of Users and Non-Users of Islamic Banking: Evidence from Pakistan.” *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management* 13, no. 1 (2020): 147–63. <https://doi.org/10.1108/IMEFM-05-2017-0135>.
- Aziz, Shahab, and Zahra Afaq. “Adoption of Islamic Banking in Pakistan an Empirical Investigation.” *Cogent Business and Management* 5, no. 1 (2018): 1–33. <https://doi.org/10.1080/23311975.2018.1548050>.
- Aziz, Shahab, Zahra Afaq, and Uzma Bashir. “Behavioral Intention to Adopt Islamic Banking in Pakistan: A Study Based on Theory of Planned Behavior.” *Journal of Islamic Business and Management (JIBM)* 8, no. 2 (2018): 407–22. <https://doi.org/10.26501/jibm/2018.0802-005>.
- Azwar, Saifudin. *Reliabilitas Dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013.
- . *Sikap Manusia Teori Dan Pengukurannya*. Edited by 2. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016.
- Baber, Hasnan. “Factors Influencing the Intentions of Non-Muslims in India to Accept Islamic Finance as an Alternative Financial System.” *Journal of Reviews on Global Economics* 7 (2018): 317–23. <https://doi.org/10.6000/1929-7092.2018.07.27>.
- Bananuka, Juma, Twaha Kigongo Kaawaase, Musa Kasera, and Irene Nalukenge. “Determinants of the Intention to Adopt Islamic Banking in a Non-Islamic Developing Country: The Case of Uganda.” *ISRA International Journal of Islamic Finance* 11, no. 2 (2019): 166–86. <https://doi.org/10.1108/IJIF-04-2018-0040>.
- Bananuka, Juma, Musa Kasera, Grace Najjemba Muganga, Doreen Musimenta, Bob Ssekiziyivu, and Saadat Nakyejwe Lubowa Kimuli. “Attitude: Mediator of Subjective Norm, Religiosity and Intention to Adopt Islamic Banking.” *Journal of Islamic Marketing* 11, no. 1 (2020): 81–96. <https://doi.org/10.1108/JIMA-02-2018-0025>.
- Bjarnason, Dana. “Concept Analysis of Religiosity.” *Home Health Care Management and Practice* 19, no. 5 (2007): 350–55. <https://doi.org/10.1177/1084822307300883>.

- Boubker, Omar, Khadija Douayri, and Abdelaziz Ouajdouni. "Factors Affecting Intention to Adopt Islamic Financing: Evidence from Morocco." *MethodsX* 8, no. June (2021): 101523. <https://doi.org/10.1016/j.mex.2021.101523>.
- Bradburn, Norman M, Seymour Sudman, and Brian Wansink. *Asking Questions: The Definitive Guide to Questionnaire Design*. United States of America: Jossey-Bass, 2004. [https://doi.org/10.1016/0198-9715\(90\)90052-u](https://doi.org/10.1016/0198-9715(90)90052-u).
- Burhani, Haris, Aziz Awaludin, and Raudatul Ulum. *POLICY BRIEF Religiusitas Masyarakat Indonesia : Temuan Indeks Kesalehan Sosial (IKS) 2020*. Jakarta: Puslitbang Bimas Agama dan Layanan Keagamaan, 2020.
- Charag, Asif Hamid, Asif Iqbal Fazili, and Irfan Bashir. "Determinants of Consumer's Readiness to Adopt Islamic Banking in Kashmir." *Journal of Islamic Marketing* 11, no. 5 (2020): 1125–54. <https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2018-0182>.
- Creswell, John W. *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches*. 4th ed. London: SAGE Publications Ltd, 2014.
- Dahlan, Ahmad. *Pengantar Ekonomi Islam: Kajian Teologis, Epistemologis, Dan Empiris*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2019.
- Damiati, Luh Masdarini, Made Suriani, Ni Desak Made Sri Adnywati, and Made Diah Angendari. *Perilaku Konsumen*. Depok: Rajawali Pers, 2019.
- Darsono, Siti Astiyah, Harisman, Ali Sakti, Ascarya, Androecia Darwis, Enny Tin Suryanti, and Siti Rahmawati. *Perbankan Syariah Di Indonesia: Kelembagaan Dan Kebijakan Serta Tantangan Ke Depan*. Depok: Rajawali Pers, 2017.
- Dash, Ganesh, and Justin Paul. "CB-SEM vs PLS-SEM Methods for Research in Social Sciences and Technology Forecasting." *Technological Forecasting and Social Change* 173 (2021): 121092. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121092>.
- Echchabi, Abdelghani, and Dhekra Azouzi. "Predicting Customers' Adoption of Islamic Banking Services in Tunisia: A Decomposed Theory of Planned Behaviour Approach." *Tazkia Islamic Finance and Business Review* 9, no. 1 (2015): 19–40. <https://doi.org/https://doi.org/10.30993/tifbr.v9i1.76>.
- Effendi, Ihsan, Miftahuddin Murad, Ahmad Rafiki, and Mitra Musika Lubis. "The Application of the Theory of Reasoned Action on

- Services of Islamic Rural Banks in Indonesia.” *Journal of Islamic Marketing* 12, no. 5 (2020): 951–76. <https://doi.org/10.1108/JIMA-02-2020-0051>.
- Ezeh, Precious Chikezie, and Anayo Nkamnebe. “Predictors of Islamic Bank Adoption: Nigerian Perspective.” *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management* 14, no. 2 (2021): 247–67. <https://doi.org/10.1108/IMEFM-01-2019-0035>.
- Farah, Maya F., and Lamis El Samad. “The Effects of Religion and Religiosity on Advertisement Assessment among Lebanese Consumers.” *Journal of International Consumer Marketing* 26, no. 4 (2014): 344–69. <https://doi.org/10.1080/08961530.2014.919126>.
- Fitri, Maltuf. “Peran Dana Pihak Ketiga Dalam Kinerja Lembaga Pembiayaan Syariah dan Faktor-Faktor Yang Memengaruhinya.” *Economica: Jurnal Ekonomi Islam* 7, no. 1 (2016): 73–95. <https://doi.org/10.21580/economica.2016.7.1.1033>.
- Ganga, Nima S., and V. Raman Kutty. “Influence of Religion, Religiosity and Spirituality on Positive Mental Health of Young People.” *Mental Health, Religion and Culture* 16, no. 4 (2013): 435–43. <https://doi.org/10.1080/13674676.2012.697879>.
- Ghofur, Abdul. *Pengantar Ekonomi Syariah: Konsep Dasar, Paradigma, Pengembangan Ekonomi Syariah*. Depok: Raja Grafindo Persada, 2020.
- Ghozali, Imam, and Hengky Latan. *Partial Least Square Konsep, Teknik, Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2015.
- Glock, Charles Y. “On The Study of Religious Commitment.” *Religious Education: The Official Journal of the Religious Education Association* 57, no. 4 (1962): 98–110.
- Graafland, Johan. “Religiosity, Attitude, and the Demand for Socially Responsible Products.” *Journal of Business Ethics* 144, no. 1 (2017): 121–38. <https://doi.org/10.1007/s10551-015-2796-9>.
- Hadjar, Ibnu. *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian Kuantitatif Dalam Pendidikan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1999.
- . *Pendekatan Kuantitatif Dalam Penelitian Agama*. Semarang: Walisongo Press, 2021.
- Hafasnuddin. “Why the Customers of Conventional Banks Do Not Want to Become the Customers of Islamic Bank (A Study of the Effect of Religiosity on Trust and Its Impact to Purchase Intention).”

- European Journal of Business and Management* 9, no. 26 (2017): 64–70.
- Hair, Joe F, Christian M Ringle, and Marko Sarstedt. “PLS-SEM: Indeed a Silver Bullet.” *Journal of Marketing Theory and Practice* 19, no. 2 (2011): 139–52. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190202>.
- Hair, Joe F, Marko Sarstedt, Lucas Hopkins, and Volker G Kuppelwieser. “Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM): An Emerging Tool in Business Research.” *European Business Review* 26, no. 2 (2014): 106–21. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>.
- Hair, Joseph F, G THomas M Hult, Chistian M Ringle, and Marka Sarstedt. *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling*. London: Sage, 2014. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2013.01.002>.
- Hair, Joseph F, Jeffrey J Risher, Marko Sarstedt, and Christian M Ringle. “When to Use and How to Report the Results of PLS-SEM.” *European Business Review* 31, no. 1 (2019): 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>.
- Han, Zhonghua. “Adoption of Islamic Banking Services: Evidence from Western China.” *International Journal of China Studies* 10, no. 1 (2019): 107–24. <https://doi.org/https://icsum.org.my/wp-content/uploads/2020/02/IJCS-101-6Han-for-website.pdf>.
- Han, Zhonghua, Emile Kok Kheng Yeoh, and Wan Marhaini Binti Wan Ahmad. “Does Religious Obligation of Muslims In Western China Influence Their Intention to Adopt Islamic Banking?” *Contemporary Chinese Political Economy and Strategic Relations* 4, no. 3 (2018): 1207–44. <https://doi.org/https://icaps.nsysu.edu.tw/var/file/131/1131/img/2375/129599192.pdf>.
- Haque, Ahasanul, Naila Anwar, Arun Kumar Tarofder, Nor Suhana Ahmad, and Sultan Rahman Sharif. “Muslim Consumers’ Purchase Behavior Towards Halal Cosmetic Products in Malaysia.” *Management Science Letters* 8, no. 12 (2018): 1305–18. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2018.9.009>.
- Hasan, Noorhaidi, Suhadi, Munirul Ikhwan, Moch Nur Ichwan, Najib Kailani, Ahmad Rafiq, and Ibnu Burdah. *Literatur Keislaman Generasi Milenial: Transmisi, Apropriasi Dan Kontestasi*. Edited by Noorhadi Hasan. *Menkominfo*. Yogyakarta: Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Press, 2018.

https://www.kominfo.go.id/content/detail/8566/mengenal-generasi-millennial/0/sorotan_media.

- Hatmawan, Aglis Andhita. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pilihan Menabung Di Perbankan Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi." Disertasi, Universitas Sebelas Maret, 2018.
- Hatmawan, Aglis Andhita, and Julianus Jhonny Sarungu. "Saving Behavior in Islamic Banking the Moderation Religiosity." *International Journal of Applied Business and Economic Research* 14, no. 2 (2016): 663–73. https://serialsjournals.com/abstract/23373_663-673.pdf.
- Hawkins, Del I, and David L Mothersbaugh. *Consumer Behaviour: Building Marketing Strategies*. 11th ed. United States: McGraw-Hill, 2010. www.mhhe.com.
- Hendra, and Muhammad Zuhirsyan. *Perbankan Syariah Dalam Perspektif Praktis Dan Legalitas*. Medan: CV Merdeka Kreasi Group, 2021.
- Henseler, Jorg, Geoffrey Hubona, and Pauline Ash Ray. "Using PLS Path Modeling in New Technology Research: Updated Guidelines." *Industrial Management & Data Systems* 116, no. 1 (2016): 2–20. <https://doi.org/10.1108/IMDS-09-2015-0382>.
- Hood, Ralph W, Peter C Hill, and Bernard Spilka. *The Psychology of Religion an Empirical Approach*. Fourth. New York: The Guilford Press, 2009. <https://doi.org/10.1037/h0067109>.
- Ibrahim, Mohd Azizi, Wan Nazjmi Mohamed Fisol, and Yusuf Haji-Othman. "Customer Intention on Islamic Home Financing Products: An Application of Theory of Planned Behavior (TPB)." *Mediterranean Journal of Social Sciences* 8, no. 2 (2017): 77–86. <https://doi.org/10.5901/mjss.2017.v8n2p77>.
- Israel, Glenn D. *Determining Sample Size*. Florida: Institute of Food and Agricultural Sciences, 2012. [https://doi.org/https://www.psychosphere.com/Determining sample size by Glen Israel.pdf](https://doi.org/https://www.psychosphere.com/Determining%20sample%20size%20by%20Glen%20Israel.pdf).
- Jeger, Justin, Diane L Putnick, and Marc H Bornstein. "More than Just Convenient: The Scientific Merits of Homogeneous Convenience Samples." *Monographs of the Society for Research in Child Development* 82, no. 2 (2017): 1–16. <https://doi.org/10.1111/mono.12296>.
- Kaakeh, Abdulkader, M. Kabir Hassan, and Stefan F.van Hemmen Almazor. "Attitude of Muslim Minority in Spain towards Islamic

- Finance.” *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management* 11, no. 2 (2018): 213–30. <https://doi.org/10.1108/IMEFM-11-2017-0306>.
- Kardoyo, A Nurkhin, Muhsin, H Mukhibad, and F D Aprilia. “The Effect of Knowledge, Promotion, and Religiosity on Intention to Use Islamic Banking Sendees.” *International Journal of Financial Research* 11, no. 2 (2020): 128–35. <https://doi.org/10.5430/ijfr.v11n2p128>.
- Karim, Adiwarman Azwar. *Bank Islam Analisis Fiqih Dan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010.
- Kasri, Rahmatina Awaliah, and Syafira Rizma Chaerunnisa. “The Role of Knowledge, Trust, and Religiosity in Explaining the Online Cash Waqf amongst Muslim Millennials.” *Journal of Islamic Marketing* 12, no. 1 (2021): 1–17. <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2020-0101>.
- Kock, Ned, and Pierre Hadaya. “Minimum Sample Size Estimation in PLS-SEM: The Inverse Square Root and Gamma-Exponential Methods.” *Information Systems Journal* 28, no. 1 (2018): 1–37. <https://doi.org/10.1111/isj.12131>.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education, Inc., 2012. <https://doi.org/10.1080/03031853.1972.9523871>.
- Kumar, Bipul, Ajay K Manrai, and Lalita A Manrai. “Purchasing Behaviour for Environmentally Sustainable Products: A Conceptual Framework and Empirical Study.” *Journal of Retailing and Consumer Services* 34, no. August (2017): 1–9. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2016.09.004>.
- Kusnandar, Viva Budy. “Mayoritas Penduduk Jawa Tengah Beragama Islam Pada Juni 2021,” n.d. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/15/mayoritas-penduduk-jawa-tengah-beragama-islam-pada-juni-2021>.
- Latif, Sahraman D Hadji. “Knowledge and Attitudes towards Islamic Banking in the Philippines.” *Journal of Islamic Accounting and Business Research* 12, no. 2 (2021): 169–85. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JIABR-05-2019-0092>.
- Lau, Antonio K W. “Supplier and Customer Involvement on New Product Performance: Contextual Factors and an Empirical Test from Manufacturer Perspective.” *Industrial Management & Data* 111, no. 6 (2011): 910–40.

- Law, Locky, and Natalie Fong. "Applying Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) in an Investigation of Undergraduate Students' Learning Transfer of Academic English." *Journal of English for Academic Purposes* 46 (2020): 100884. <https://doi.org/10.1016/j.jeap.2020.100884>.
- Lee, Joonwhan David, Angelica Bahl, Gregory S. Black, Darrin C. Duber-Smith, and Nicole S. Vowles. "Sustainable and Non-Sustainable Consumer Behavior in Young Adults." *Young Consumers* 17, no. 1 (2016): 78–93. <https://doi.org/10.1108/YC-08-2015-00548>.
- Li, Yi, Gang Li, and Taiwen Feng. "Effects of Suppliers' Trust and Commitment on Customer Involvement." *Industrial Management and Data Systems* 115, no. 6 (2015): 1041–66. <https://doi.org/10.1108/IMDS-11-2014-0351>.
- Likert, Rensis. *A Technique for the Measurement of Attitudes*. New York: Archives of Psychology, 1932. <https://doi.org/10.4135/9781412961288.n454>.
- Ltifi, Moez, Lubica Hikkerova Boualem Aliouat, and Jameleddine Gharbi. "The Determinants of the Choice of Islamic Banks in Tunisia." *International Journal of Bank Marketing* 34, no. 5 (2016): 710–30. <https://doi.org/10.1108/IJBM-11-2014-0170>.
- Marczyk, Geoffrey, David DeMatteo, and David Festinger. *Essentials of Research Design and Methodology*. United States of America: John Wiley & Sons, Inc, 2005. <https://doi.org/10.1210/endo-69-4-673>.
- Maryam, Sayeda Zeenat, Ashfaq Ahmad, Nauman Aslam, and Sadia Farooq. "Reputation and Cost Benefits for Attitude and Adoption Intention among Potential Customers Using Theory of Planned Behavior: An Empirical Evidence from Pakistan." *Journal of Islamic Marketing* 01, no. 01 (2021): 1–18. <https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2021-0059>.
- Maulana, Hartomi, Dzuljastri Abdul Razak, and Adewale Abideen Adeyemi. "Factors Influencing Behaviour to Participate in Islamic Microfinance." *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management* 11, no. 1 (2018): 109–30. <https://doi.org/10.1108/IMEFM-05-2017-0134>.
- Mbawuni, Joseph, and Simon Gyasi Nimako. "Determinants of Islamic Banking Adoption in Ghana." *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management* 10, no. 2 (2017): 264–88. <https://doi.org/10.1108/IMEFM-04-2016-0056>.
- Md-Husin, Maizaitulaidawati, and Asmak Ab-Rahman. "Do Muslims

- Intend to Participate in Islamic Insurance? Analysis from Theory of Planned Behaviour.” *Journal of Islamic Accounting and Business Research* 7, no. 1 (2016): 42–58. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JIABR-03-2014-0012>.
- Md Husin, M, and A Ab Rahman. “Do Muslims Intend to Participate in Islamic Insurance?: Analysis from Theory of Planned Behaviour.” *Journal of Islamic Accounting and Business Research* 7, no. 1 (2016): 42–58. <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-84960131866&doi=10.1108%2FJIABR-03-2014-0012&partnerID=40&md5=c835346a84895a567fe6047d52db1efe>.
- Melina, Delvy, Ety Gurendrawati, and Diah Armeliza. “Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Market Share Perbankan Syariah Di Indonesia.” *Jurnal Akuntansi, Perpajakan Dan Auditing* 1, no. 2 (2020): 710–24.
- Mohd-Dali, Muradil Ridzwan Shah, Shumaila Yousafzai, and Hanifah Abdul Hamid. “Religiosity Scale Development.” *Journal of Islamic Marketing* 10, no. 1 (2019): 227–48. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2016-0087>.
- Mokhlis, Safiek. “Relevancy and Measurement of Religiosity in Consumer Behavior Research.” *International Business Research* 2, no. 3 (2009): 75–84.
- Muhamad. *Teknik Perhitungan Bagi Hasil Dan Pricing Di Bank Syariah*. Yogyakarta: UII Press, 2012.
- Muhlis. “Perilaku Menabung Di Perbankan Syariah Jawa Tengah.” Disertasi, Universitas Diponegoro Semarang, 2011.
- Mukarromah, Mukarromah, and Ign Oka Widana. “Pengaruh Minat Anggota Terhadap Perkembangan BMT UGT Sidogiri Cabang Jakarta.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, no. 1 (2021): 467. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1498>.
- Nelson, James M. *Psychology, Religion, and Spirituality*. USA: Springer Science, 2019.
- Nugraheni, P, and F N Widyani. “A Study of Intention to Save in Islamic Banks: The Perspective of Muslim Students.” *Journal of Islamic Marketing* 12, no. 8 (2021): 1446–60. <https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2019-0233>.
- Nugraheni, Peni, and Faizah Novi Widyani. “A Study of Intention to Save in Islamic Banks: The Perspective of Muslim Students.” *Journal of Islamic Marketing* 12, no. 8 (2020): 1446–60. <https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2019-0233>.

- Nugroho, Anton Priyo. “Pengaruh Religiusitas Dan Efikasi Diri Terhadap Perilaku Menabung Di Perbankan Syariah.” Disertasi, UIN Sunan Kalijaga, 2016. <http://repository.syekhnujati.ac.id/id/eprint/2596>.
- Nugroho, Anton Priyo, Anas Hidayat, and Hadri Kusuma. “The Influence of Religiosity and Self-Efficacy on the Saving Behavior of the Slamic Banks.” *Banks and Bank Systems* 12, no. 3 (2017): 35–47. [https://doi.org/10.21511/bbs.12\(3\).2017.03](https://doi.org/10.21511/bbs.12(3).2017.03).
- Obeid, Hassan, and Souheila Kaabachi. “Empirical Investigation into Customer Adoption of Islamic Banking Services in Tunisia.” *The Journal of Applied Busines Research* 32, no. 4 (2016): 1243–56. <https://doi.org/https://doi.org/10.19030/jabr.v32i4.9734>.
- OJK. “Siaran Pers: Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan Tahun 2022,” 2022. <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-Tahun-2022.aspx#:~:text=Hasil yang diperoleh menunjukkan indeks,14 persen di tahun 2022>.
- Oladapo, Ibrahim Abiodun, Normah Omar, Ruhaini Muda, and Abdulazeez Adewuyi Abdurraheem. “The Mediating Effect of Attitude on Customers’ Behavioural Intention to Participate in Islamic Banking: Empirical Evidence.” *International Journal of Financial Research* 10, no. 5 (2019): 167–80. <https://doi.org/10.5430/ijfr.v10n5p167>.
- Otieno, Odoyo Collins, Samuel Liyala, Benson Charles Odongo, and Silvance Abeka. “Theory of Reasoned Action as an Underpinning to Technological Innovation Adoption Studies.” *World Journal of Computer Application and Technology* 4, no. 1 (2016): 1–7. <https://doi.org/10.13189/wjcat.2016.040101>.
- Otoritas Jasa Keuangan. *Statistik Perbankan Syariah Desember 2021*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan, 2021.
- Ouafy, Sakina El, and Ahmed Chakir. “The Impact of Religiosity in Explanation of Moroccan Very Small Businesses Behaviour Toward Islamic Financial Products.” *IOSR Journal of Business and Management* 17, no. 7 (2015): 2319–7668. <https://doi.org/10.9790/487X-17727176>.
- Pace, Stefano. “Effects of Intrinsic and Extrinsic Religiosity on Attitudes toward Products: Empirical Evidence of Value-Expressive and Social-Adjustive Functions.” *Journal of Applied Business Research* 30, no. 4 (2014): 1227–38. <https://doi.org/10.19030/jabr.v30i4.8668>.

- Pearce, Lisa D., George M. Hayward, and Jessica A. Pearlman. "Measuring Five Dimensions of Religiosity Across Adolescence." *Review of Religious Research* 59, no. 3 (2017): 367–93. <https://doi.org/10.1007/s13644-017-0291-8>.
- Permana, Dudi. "Recognizing the Islamic Banking Consumer Behaviour from the Perspective of Product Knowledge, Brand Awareness and Attitude." *Journal of Marketing and Consumer Research* 61, no. 2012 (2019): 16–22. <https://doi.org/10.7176/jmcr/61-03>.
- Peter, J. Paul, and Jerry C Olson. *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran Jilid I Terj Diah Tantri Dwindani*. 9th ed. Jakarta: Salemba Empat, 2016.
- Peter, Paul J, and Jerry C Olson. *Consumer Behavior & Marketing Strategy*. New York: McGraw-Hill, 2010.
- Petter, J Paul, and Jerry C Olson. *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran Jilid II Terj Diah Tantri Dwindani*. 9th ed. Jakarta: Salemba Empat, 2016.
- Purwanto. *Teknik Penyusunan Instrumen Uji Validitas Dan Reliabilitas Penelitian Ekonomi Syariah*. Magelang: StaiaPress, 2018.
- Purwanto, P, I Abdullah, A Ghofur, S Abdullah, and M Z Elizabeth. "Adoption of Islamic Microfinance in Indonesia an Empirical Investigation: An Extension of the Theory of Planned Behaviour." *Cogent Business and Management* 9, no. 1 (2022). <https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2087466>.
- Purwanto, Purwanto. "Society Attitudes and Intentions to Use Products in Sharia Bank of Aceh : The Role of Religiosity and Social Influence." *ABAC Journal* 41, no. 2 (2021): 223–42. <https://doi.org/http://www.assumptionjournal.au.edu/index.php/abcjournal/article/view/4223>.
- Rahman, Azmawani Abd, Ebrahim Asrarhaghghi, and Suhaimi Ab Rahman. "Consumers and Halal Cosmetic Products : Knowledge, Religiosity, Attitude and Intention." *Journal of Islamic Marketing* 6, no. 1 (2015): 148–63. <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2013-0068>.
- Rakhmat, Jalaluddin. *Psikologi Agama: Sebuah Pengantar*. Jakarta: Mizan, 2003.
- Ramdhani, Neila. "Penyusunan Alat Pengukur Berbasis Theory of Planned Behavior." *Buletin Psikologi* 19, no. 2 (2011): 55–69.
- Ramya, N, and Mohamed Ali. "Factors Affecting Consumer Buying Behavior." *International Journal of Applied Research* 2, no. 10 (2016): 76–80. <https://doi.org/2394-5869>.

- Rehman, Ateeq-ur, and Muhammad Shahbaz Shabbir. "The Relationship Between Religiosity and New Product Adoption." *Journal of Islamic Marketing* 1, no. 1 (2010): 63–69. <https://doi.org/10.1108/17590831011026231>.
- Romadhon. "Pendahuluan." In *Agama-Agama Di Dunia*. Yogyakarta: IAIN Sunan Kalijaga Press, 1998.
- Ryu, Kp, Sz Piao, and D Nami. "A Comparative Study between the Islamic and Conventional Banking Systems and Its Implications." *Scholarly Journal of Business Administration* 2, no. 5 (2012): 48–54. [http://www.scholarly-journals.com/jba/2012/May/Kyeong et al.pdf](http://www.scholarly-journals.com/jba/2012/May/Kyeong_et_al.pdf).
- Salam, Muhammad Talha, Nazlida Muhamad, and Vai Shiem Leong. "Measuring Religiosity among Muslim Consumers: Observations and Recommendations." *Journal of Islamic Marketing* 10, no. 2 (2019): 633–52. <https://doi.org/10.1108/JIMA-02-2018-0038>.
- Salman, Asma, and Huma Nawaz. "Islamic Financial System and Conventional Banking: A Comparison." *Arab Economic and Business Journal* 13, no. 2 (2018): 155–67. <https://doi.org/10.1016/j.aebj.2018.09.003>.
- Sekaran, Uma. *Research Methods For Business: A Skill Building Approach*. 4th ed. New York: John Wiley & Sons, Inc, 2003.
- Sekaran, Uma, and Roger Bougie. *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. United Kingdom: John Wiley & Sons Ltd, 2016. <https://doi.org/10.1108/lodj-06-2013-0079>.
- Setiadi, Nugroho J. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan Dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Prenada Media Group, 2019.
- Sharma, Revti-Raman, Farhan T Newaz, and Kim-Shyan Fam. "Muslim Religiosity, Generational Cohorts and Buying Behaviour of Islamic Financial Products." *Australian Journal of Management* 42, no. 3 (2017): 482–501. <https://doi.org/10.1177/0312896216659530>.
- Sholihin, Mahfud, and Dwi Ratmono. *Analisis SEM-PLS Dengan WarpPLS 3.0 Untuk Hubungan Nonlinier Dalam Penelitian Sosial Dan Bisnis*. Yogyakarta: Andi, 2013.
- Singarimbun, Masri, and Sofian Effendi. *Metode Penelitian Survai*. Jakarta: LP3S, 2016.
- Somantri, Yeni Fitriani, and Wawan Sukmana. "Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Financing to Deposit Ratio (FDR) Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia." *Berkala Akuntansi Dan Keuangan*

- Indonesia* 4, no. 2 (2020): 61–71.
<https://doi.org/10.20473/baki.v4i2.18404>.
- Souiden, Nizar, and Yosr Jabeur. “The Impact of Islamic Beliefs on Consumers’ Attitudes and Purchase Intentions of Life Insurance.” *International Journal of Bank Marketing* 33, no. 4 (2015): 423–41.
<https://doi.org/10.1108/IJBM-01-2014-0016>.
- Souiden, Nizar, and Marzouki Rani. “Consumer Attitudes and Purchase Intentions toward Islamic Banks: The Influence of Religiosity.” *International Journal of Bank Marketing* 33, no. 2 (2015): 143–61.
<https://doi.org/10.1108/IJBM-10-2013-0115>.
- Steinmetz, Holger, Michael Knappstein, Icek Ajzen, Peter Schmidt, and Rüdiger Kabst. “How Effective Are Behavior Change Interventions Based on the Theory of Planned Behavior?: A Three-Level Meta Analysis.” *Journal of Psychology* 224, no. 3 (2016): 216–33.
<https://doi.org/10.1027/2151-2604/a000255>.
- Sujarweni, V. Wiratna. *Belajar Mudah SPSS Untuk Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi & Umum*. Yogyakarta: Global Media Informasi, 2012.
- Sukardi. “Model Perilaku Menabung Nasabah Bank Syariah Daerah Istimewa Yogyakarta Dan Jawa Tengah.” Disertasi Universitas Islam Indonesia, 2020.
- Teti Sofia Yanti. “Uji Rank Mann-Whitney Dua Tahap.” *Statistika* 7, no. 1 (2007): 55–60.
<https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/statistika/article/view/954>.
- Teymoori, Ali, Arash Heydari, and Hedayat Nasiri. “Relationship between Dimensions of Religiosity, Authoritarianism, and Moral Authority.” *Social Compass* 61, no. 1 (2014): 92–107.
<https://doi.org/10.1177/0037768613514320>.
- Thomson Reuters. *An Inclusive Ethical Economy State of the Global Islamic Economy Report 2018/19*. Dubai International Financial Centre. Dubai: Dubai International Financial Centre, 2018.
<https://haladinar.io/hdn/doc/report2018.pdf>.
- Tjiptono, Fandy. “Perilaku Konsumen: Definisi, Domain, Determinan.” In *Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Perilaku Konsumen*. Bogor: IPB Press, 2018.
- Umar, Umar Bello, Abdulsalam Masud, and Sadisu Abdulazeez Matazu. “Direct and Indirect Effects of Customer Financial Condition in the Acceptance of Islamic Microfinance in a Frontier Market.” *Journal of Islamic Marketing* 12, no. 6 (2021): 1–18.

<https://doi.org/10.1108/JIMA-12-2019-0267>.

- Usman, Hardius. "Islamic Religiosity Scale, and Its Applied on the Relationship between Religiosity and Selection of Islamic Bank." *Journal of Distribution Science* 14, no. 2 (2016): 23–32. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.15722/jds.14.2.201602.23>.
- Verma, Deepti, Vaibhav Tripathi, and Ajai Pratap Singh. "From Physical to Digital: What Drives Generation Z for Mobile Commerce Adoption?" *Journal of Asia Business Studies* 15, no. 5 (2021): 732–47. <https://doi.org/10.1108/JABS-05-2020-0207>.
- Vitell, Scott J. "The Role of Religiosity in Business and Consumer Ethics: A Review of the Literature." *Journal of Business Ethics* 90, no. 2 (2009): 155–67. <https://doi.org/10.1007/s10551-010-0382-8>.
- Walliman, Nicholas. *Research Methods: The Basics*. London and New York: Taylor & Francis e-Library, 2011. <https://doi.org/10.1080/10948007109489547>.
- Wardana, Miko Andi, I K Rahyuda, I P G Sukaatmadja, and I.G.A.K. Gintari. "Antecedents and Consequences of Intention to Become a Customer: A Case Study of Islamic Banks in Indonesia." *Journal of Asian Finance, Economics and Business* 8, no. 4 (2021): 827–39. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no4.0827>.
- Yeniaras, Volkan, and Tugra Nazli Akarsu. "Religiosity and Life Satisfaction: A Multi-Dimensional Approach." *Journal of Happiness Studies* 18, no. 6 (2017): 1–17. <https://doi.org/10.1007/s10902-016-9803-4>.
- Yoliawan, and Dessy Rosalina. "Pasar Bank Syariah Lokal Jauh Di Bawah Malaysia." *Kontan*, 2017. <https://keuangan.kontan.co.id/news/pasar-bank-syariah-lokal-jauh-di-bawah-malaysia>.
- Zinser, Brian Arthur. "Retail Islamic Banking and Financial Services: Determinants of Use by Muslims in the USA." *Journal of Islamic Marketing* 10, no. 1 (2019): 168–90. <https://doi.org/10.1108/JIMA-07-2017-0074>.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 KUESIONER PENELITIAN

KUESIONER PENELITIAN



**KINERJA DANA PIHAK KETIGA PERBANKAN SYARIAH
DALAM *PERSPEKTIF THEORY OF PLANNED BEHAVIOUR***

oleh:

Purwanto

NIM: 2000029016

Konsentrasi Ekonomi Syariah

**PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG
2024**

KUESIONER PENELITIAN

KINERJA DANA PIHAK KETIGA PERBANKAN SYARIAH DALAM PERSPEKTIF *THEORY OF PLANNED BEHAVIOUR*

Assalamualaikum wr.wb

Yth. Bapak/Ibu/Saudara/Saudari
di tempat

Dengan hormat,

Dalam rangka penyelesaian Disertasi pada Program Studi Islam Konsentrasi Ekonomi Syariah di Universitas Walisongo Semarang, saat ini saya sedang melakukan penelitian dengan judul “**KINERJA DANA PIHAK KETIGA PERBANKAN SYARIAH DALAM PERSPEKTIF *THEORY OF PLANNED BEHAVIOUR*** Berikut saya sampaikan data dari peneliti dan promotor:

Nama	: Purwanto
Nim	: 2000029016
Prodi	: Doktor Studi Islam
Konsentrasi	: Ekonomi Syariah
Promotor	: Prof. Dr. H. Abdul Ghofur M.Ag.
Ko-promotor	: Dr. H. Shodiq M.Ag.

Sehubungan dengan penelitian yang sedang saya lakukan, peneliti berharap Bapak/Ibu/Sdr/i bersedia meluangkan waktu untuk membaca dan memberi jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang dilampirkan secara jujur, terbuka, dan apa adanya. Saya menjamin kerahasiaan isi informasi yang diberikan dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian dan tidak digunakan untuk tujuan lain.

Demikian atas segala perhatian dan bantuan Bapak/Ibu/Sdr/i saya ucapkan terimakasih telah berpartisipasi dalam penelitian ini.

Hormat Saya

Purwanto, SEI., MSI

NIM: 2000029016

PETUNJUK PENGISIAN

Kuesioner ini terdiri dari 8 (delapan) bagian. Bagian pertama berisi tentang informasi demografi responden penelitian. Tujuh bagian selanjutnya berisi aspek-aspek yang berkaitan dengan variabel penelitian. Silakan jawab pernyataan-pernyataan di bawah dengan memberi tanda cek (√) pada tempat yang tersedia untuk jawaban yang paling sesuai dengan kondisi bapak/ibu, saudara/i/.

Bagian I Informasi Demografi

1. Nama :(Boleh disamarkan)
2. Jenis kelamin : Laki-laki Perempuan
3. Tempat tinggal di Kabupaten/kota sebutkan.....)
4. Agama
 Islam Non Islam
5. Status Pernikahan
 Menikah Belum menikah
6. Memiliki tabungan di bank syariah
 Tidak Iya. Sebutkan di bank mana.....

Alasan utama menggunakan bank syariah untuk menyimpan dana

- a. Sesuai prinsip syariah
- b. Tidak dikenakan biaya admin
- c. Memberikan bonus/bagi hasil yang lebih tinggi dibandingkan bank konvensional
- d. Dekat dengan rumah
- e. Pelayanan yang diberikan

- f. Memudahkan transaksi
- g. Diwajibkan oleh lembaga/tempat kerja
- h. Lainnya..... (sebutkan)

7. Memiliki rekening di bank konvensional
 Tidak Iya. Sebutkan di bank mana.....

Alasan menyimpan dana di bank konvensional

- a. Bank konvensional lebih mudah di jangkau
- b. Bank syariah sama saja dengan bank konvensional
- c. Saya tidak tahu bank syariah
- d. Lokasi bank syariah jauh
- e. Bank konvensional lebih menguntungkan
- f. Untuk memudahkan transaksi
- g. Lainnya..... (sebutkan)

8. Pendidikan terakhir

- | | |
|---|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> SD/Sederajat | <input type="checkbox"/> Sarjana |
| <input type="checkbox"/> SMP/Sederajat | <input type="checkbox"/> Master (S2) |
| <input type="checkbox"/> SMA/Sederajat | <input type="checkbox"/> Doktor (S3) |
| <input type="checkbox"/> Lainnya.....(Sebutkan) | |

9. Kelompok usia:

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Kurang dari 20 tahun | <input type="checkbox"/> 36 sd 40 tahun |
| <input type="checkbox"/> 21 sd 25 tahun | <input type="checkbox"/> 41 sd 45 tahun |
| <input type="checkbox"/> 26 sd 30 tahun | <input type="checkbox"/> 46 sd 50 tahun |
| <input type="checkbox"/> 31 sd 35 tahun | <input type="checkbox"/> Lebih dari 50 tahun |

10. Pekerjaan:

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Guru/dosen | <input type="checkbox"/> Karyawan swasta |
| <input type="checkbox"/> Petani | <input type="checkbox"/> IRT (Ibu Rumah Tangga) |
| <input type="checkbox"/> Pegawai negeri non guru/dosen | <input type="checkbox"/> Pelajar/sekolah |
| <input type="checkbox"/> Wiraswasta | <input type="checkbox"/> Lainnya |

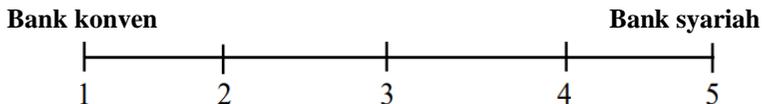
11. Pendapatan:

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Kurang dari Rp. 2.000.000 | <input type="checkbox"/> Rp 8.000.001 sd Rp. 10.000.000 |
| <input type="checkbox"/> Rp 2.000.001 sd Rp. 4.000.000 | <input type="checkbox"/> Lebih dari Rp 10.000.000 |
| <input type="checkbox"/> Rp 4.000.001 sd Rp. 6.000.000 | |
| <input type="checkbox"/> Rp 6.000.001 sd Rp. 8.000.000 | |

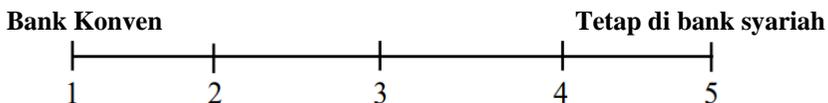
Bagian II (Saving behaviour)

Dalam merespon pernyataan di bawah ini, silakan merujuk pada aspek *Perilaku* Bapak/Ibu/Saudara/Saudari dalam memanfaatkan jasa bank syariah untuk menyimpan dana.

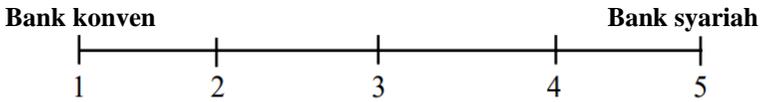
1. Jika saya mendapat uang tunai, saya segera menyimpannya di bank Syariah



2. Saya tetap menyimpan dana di bank syariah, walaupun bank konvensional menawarkan bunga yang lebih besar



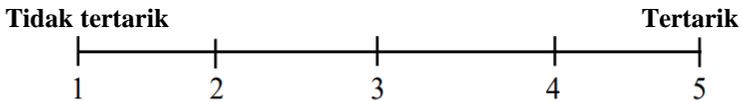
3. Jika ada uang yang masuk ke rekening bank konvensional, saya memindahkannya ke rekening bank syariah



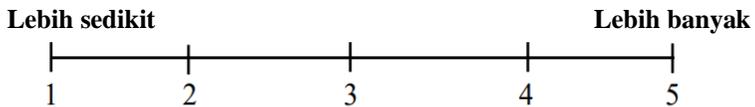
Bagian III (*Intention*)

Dalam merespon pernyataan di bawah ini, silakan merujuk pada tingkat kesesuaian dari aspek *Niat* Bapak/Ibu/Saudara/Saudari dalam memanfaatkan jasa bank syariah untuk menyimpan dana.

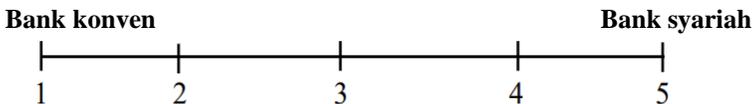
1. Jika saya menerima uang secara tunai, saya lebih tertarik untuk menyimpannya di bank syariah



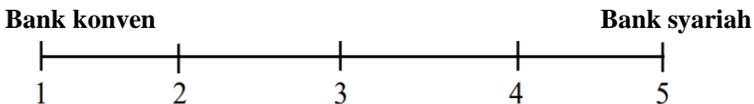
2. Saya ingin menyimpan lebih banyak uang di bank syariah di masa yang akan datang



3. Saya berharap semua uang yang saya terima melalui bank konvensional dapat segera saya pindahkan ke bank syariah



4. Saya akan lebih sering menyimpan dana di bank syariah daripada di bank konvensional



Bagian IV (Sikap)

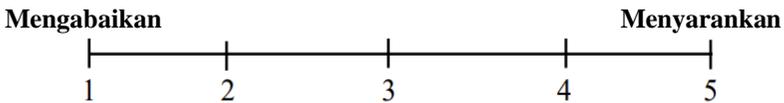
Dalam merespon pernyataan di bawah ini, silakan merujuk pada aspek *sikap* Bapak/Ibu/Saudara/Saudari terhadap bank syariah. Pilihan jawaban yang tersedia adalah STS (Sangat Tidak Setuju), TS (Tidak Setuju), N (Netral), S (Setuju dan SS (Sangat Setuju)).

Kode: SK		STS	TS	N	S	SS
1	Menyimpan dana di bank Syariah menurut saya lebih menguntungkan	<input type="checkbox"/>				
2	Saya merasa menyimpan dana di bank syariah adalah ide yang bagus	<input type="checkbox"/>				
3	Menyimpan dana di bank syariah adalah pilihan yang tepat	<input type="checkbox"/>				
4	Saya mendapatkan banyak manfaat ketika menjadikan bank syariah sebagai tempat menyimpan dana	<input type="checkbox"/>				

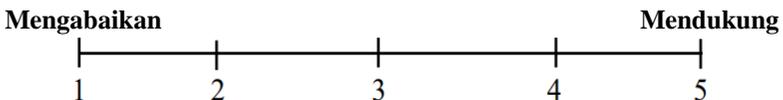
Bagian V (Norma subjektif)

Dalam merespon pernyataan di bawah ini, silakan merujuk pada aspek *Norma subjektif* yang Bapak/Ibu/Saudara/Saudari rasakan ketika memanfaatkan jasa bank syariah untuk menyimpan dana.

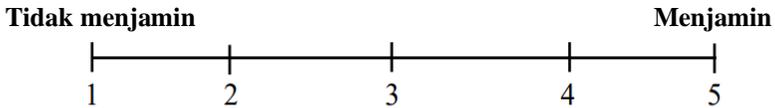
1. Saya menyimpan dana di bank syariah karena mendapatkan saran dari rekan-rekan



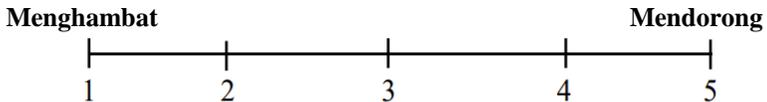
2. Keluarga saya sangat mendukung jika saya menyimpan dana di bank syariah



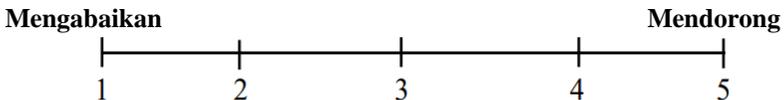
3. Jaminan dari pemerintah merupakan salah satu faktor yang mendorong saya untuk menyimpan dana di bank syariah



4. Informasi di media (online/non-online) menjadi salah satu faktor yang mendorong saya untuk menyimpan dana di bank syariah



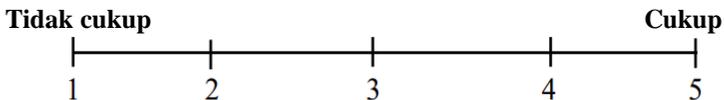
5. Kiayi/ustadz yang menjadi panutan saya, mendorong saya untuk menggunakan bank syariah dalam menyimpan dana



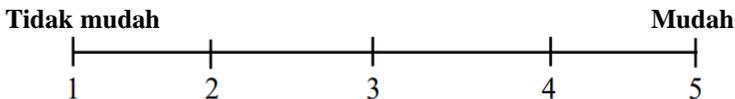
Bagian VI (Kontrol Perilaku)

Dalam merespon pernyataan di bawah ini, silakan merujuk pada aspek **Kontrol Perilaku** yang Bapak/Ibu/Saudara/Saudari rasakan ketika memanfaatkan jasa bank syariah untuk menyimpan dana.

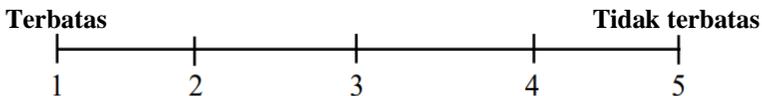
1. Saya memiliki dana yang cukup untuk disimpan di bank syariah



2. Saya dapat memindahkan dana yang masuk ke rekening bank konvensional ke rekening bank syariah dengan mudah



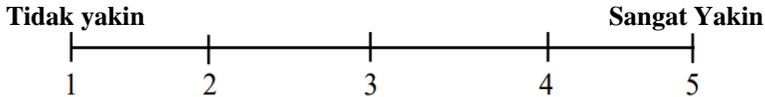
3. Saya dapat menyimpan dana di bank syariah kapanpun dan dimanapun dengan mudah



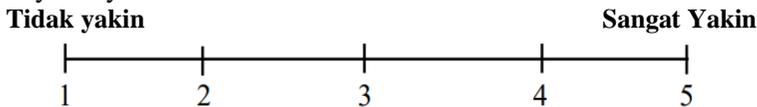
Bagian VII (Religiositas)

Dalam merespon pernyataan di bawah ini, silakan merujuk pada aspek religiositas dalam diri Bapak/Ibu/Saudara/Saudari rasakan ketika memanfaatkan jasa bank syariah untuk menyimpan dana.

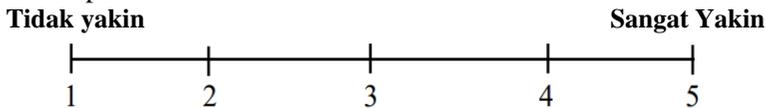
1. Saya meyakini bahwa satu-satunya Tuhan yang wajib di sembah adalah Allah S.W.T



2. Saya meyakini bahwa Nabi Muhammad S.A.W adalah Nabi terakhir



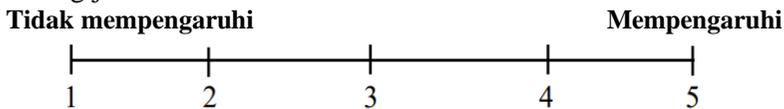
3. Saya yakin bahwa Al Qur'an adalah pedoman yang relevan untuk kehidupan



4. Saya yakin bahwa semua amal baik dan buruk akan mendapat balasan di hari kiamat



5. Keyakinan agama mempengaruhi saya ketika membeli/mengonsumsi barang/jasa



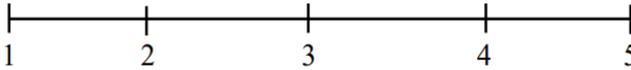
6. Saya melaksanakan solat lima waktu secara rutin

Tidak pernah
Satu kali
Dua kali
Tiga kali
Empat Kali
Lima kali

7. Saya selalu menjauhkan diri dari penghasilan melalui cara-cara yang haram (dilarang) seperti bunga bank, menipu, dan lain sebagainya

Bukan alasan utama

Alasan utama



Bagian VIII (Pengetahuan)

Dalam merespon pernyataan di bawah ini, silakan pilih salah satu jawaban tentang Pengetahuan Bapak/Ibu/Saudara/Saudari tentang bank syariah. Pilihan jawaban yang tersedia adalah B (Benar) dan S (Salah).

Kode: KN		Benar	Salah
1	Akad yang digunakan ketika menyimpan di bank syariah menggunakan akad <i>murabahah</i> dan <i>muḍarabah</i> .	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Menabung di bank syariah dengan akad <i>Wadi'ah Yad Damanah</i> nasabah akan mendapatkan bonus.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Menyimpan dana dengan akad <i>muḍarabah</i> penarikannya dapat dilakukan sewaktu-waktu.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Menyimpan dana di bank syariah dapat menggunakan akad <i>Wadi'ah Yad Damanah</i> .	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	Nasabah akan mendapatkan bagi hasil jika menyimpan dana dengan akad <i>muḍarabah</i> .	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6	Bank syariah akan memberikan bagi hasil/bonus bagi nasabah yang menyimpan dana.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7	Bank syariah beroperasi dengan sistem bagi hasil.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8	Menyimpan dana di bank syariah dengan akad <i>muḍarabah</i> maka nasabah akan mendapatkan bonus.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9	Bank syariah memberikan bunga sesuai dengan jumlah simpanan dana	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10	Selain diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan, operasional bank syariah juga di awasi oleh Dewan Pengawas Syariah	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Lampiran 2 DATA UJI COBA KUESIONER PENELITIAN

NO	Saving Behaviour				Saving Intention				
	PM1	PM2	PM3	Total_PM	NM1	NM2	NM3	NM4	Total_NM
1	5	5	5	15	5	5	2	4	16
2	5	5	5	15	4	4	4	4	16
3	4	4	5	13	3	4	3	4	14
4	4	5	4	13	5	4	3	4	16
5	5	4	5	14	4	4	4	4	16
6	5	5	5	15	4	5	3	5	17
7	5	5	4	14	4	4	4	4	16
8	5	5	5	15	4	3	3	4	14
9	4	4	5	13	4	3	3	3	13
10	4	4	4	12	3	3	3	4	13
11	4	4	5	13	3	3	3	3	12
12	5	5	5	15	4	4	3	4	15
13	5	4	4	13	3	3	3	3	12
14	4	4	4	12	3	4	3	4	14
15	5	4	4	13	4	4	3	3	14
16	5	5	5	15	5	5	4	5	19
17	4	4	4	12	4	3	3	3	13
18	5	5	4	14	4	3	3	3	13
19	5	5	5	15	4	4	3	4	15
20	5	4	4	13	3	3	3	3	12
21	5	5	5	15	3	4	4	4	15
22	5	3	4	12	4	3	3	3	13
23	5	5	5	15	3	3	3	3	12
24	4	4	4	12	3	4	3	5	15
25	5	5	5	15	5	5	5	5	20
26	4	4	4	12	4	4	4	5	17
27	5	5	5	15	3	4	3	3	13
28	5	5	5	15	4	3	3	5	15
29	5	5	4	14	3	4	3	3	13
30	3	4	4	11	3	3	3	5	14
31	4	5	5	14	4	4	3	3	14
32	5	5	5	15	5	5	5	5	20
33	5	4	4	13	3	3	3	4	13
34	5	5	5	15	4	3	3	3	13
35	5	5	5	15	3	3	3	3	12
36	5	4	5	14	4	4	4	4	16
37	5	5	5	15	3	3	3	3	12
38	5	5	5	15	4	3	3	5	15
39	4	4	4	12	4	4	3	5	16
40	5	5	5	15	3	3	3	3	12

NO	Sikap					Norma Subjektif					
	SK1	SK2	SK3	SK4	Total_SK	NS1	NS2	NS3	NS4	NS5	Total_NS
1	4	5	4	4	17	5	5	5	5	5	25
2	4	4	3	3	14	5	5	5	5	5	25
3	3	3	3	3	12	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	3	15	4	5	4	5	4	22
5	4	5	4	4	17	4	4	4	4	5	21
6	3	4	4	5	16	5	5	5	5	5	25
7	3	4	3	4	14	5	4	5	4	4	22
8	4	3	3	3	13	5	5	5	5	5	25
9	4	4	4	4	16	4	4	4	4	5	21
10	3	3	3	3	12	4	4	4	4	4	20
11	3	3	3	3	12	4	4	4	4	4	20
12	4	4	3	4	15	5	5	5	5	5	25
13	3	3	3	4	13	5	4	5	4	4	22
14	4	4	4	3	15	2	4	2	4	4	16
15	3	3	3	3	12	5	4	5	4	4	22
16	4	5	4	4	17	5	5	5	5	5	25
17	3	3	3	3	12	4	4	4	4	4	20
18	4	3	3	3	13	5	5	5	5	5	25
19	4	3	3	4	14	5	5	5	5	5	25
20	3	3	3	3	12	5	4	5	4	4	22
21	3	3	3	3	12	5	5	5	5	5	25
22	4	3	3	4	14	5	3	5	3	4	20
23	3	3	3	4	13	5	5	5	5	5	25
24	4	3	3	3	13	4	4	4	4	4	20
25	5	4	4	4	17	5	5	5	5	5	25
26	4	4	4	3	15	4	4	4	4	4	20
27	4	4	4	4	16	5	5	5	5	5	25
28	4	4	3	4	15	5	5	5	5	5	25
29	4	4	3	3	14	5	5	5	5	4	24
30	3	3	3	3	12	3	4	3	4	4	18
31	4	4	4	4	16	4	5	4	5	5	23
32	3	4	4	4	15	5	5	5	5	5	25
33	3	3	3	3	12	5	4	5	4	4	22
34	4	3	3	3	13	5	5	5	5	5	25
35	4	4	4	4	16	5	5	5	5	5	25
36	4	4	3	4	15	5	4	5	4	5	23
37	4	4	3	4	15	5	5	5	5	5	25
38	3	3	3	3	12	5	5	5	5	5	25
39	5	5	5	4	19	4	4	4	4	4	20
40	5	5	5	4	19	5	5	5	5	5	25

No	Kontrol Perilaku				Pengetahuan		
	KP1	KP2	KP3	Total_KP	KN1	KN2	Total_KN
1	5	5	5	15	80	100	180
2	5	5	5	15	40	60	100
3	4	4	4	12	20	20	40
4	4	5	4	13	100	100	200
5	4	4	5	13	80	80	160
6	5	5	5	15	60	60	120
7	5	4	4	13	60	80	140
8	5	5	5	15	80	80	160
9	4	4	5	13	100	80	180
10	4	4	4	12	60	40	100
11	4	4	4	12	80	80	160
12	5	5	5	15	100	40	140
13	5	4	4	13	60	60	120
14	2	4	4	10	80	80	160
15	5	4	4	13	60	40	100
16	5	5	5	15	100	100	200
17	4	4	4	12	40	40	80
18	5	5	5	15	60	60	120
19	5	5	5	15	20	20	40
20	5	4	4	13	20	20	40
21	5	5	5	15	40	60	100
22	5	3	4	12	60	60	120
23	5	5	5	15	80	80	160
24	4	4	4	12	100	80	180
25	5	5	5	15	100	100	200
26	4	4	4	12	80	100	180
27	5	5	5	15	40	60	100
28	5	5	5	15	20	20	40
29	5	5	4	14	100	100	200
30	3	4	4	11	80	80	160
31	4	5	5	14	60	60	120
32	5	5	5	15	60	80	140
33	5	4	4	13	80	80	160
34	5	5	5	15	100	80	180
35	5	5	5	15	60	40	100
36	5	4	5	14	80	80	160
37	5	5	5	15	100	40	140
38	5	5	5	15	60	60	120
39	4	4	4	12	80	80	160
40	5	5	5	15	60	40	100

No	RG1	Zscore	RG1_Tscore	RG2	Zscore	RG2_Tscore	RG3	Zscore	RG3_Tscore
1	4	-2.96	20.38	4.00	-3.47	15.32	3.00	-3.49	15.14
2	5	0.33	53.29	5.00	0.28	52.81	5.00	0.39	53.87
3	5	0.33	53.29	5.00	0.28	52.81	5.00	0.39	53.87
4	5	0.33	53.29	5.00	0.28	52.81	5.00	0.39	53.87
5	5	0.33	53.29	5.00	0.28	52.81	5.00	0.39	53.87
6	5	0.33	53.29	5.00	0.28	52.81	5.00	0.39	53.87
7	5	0.33	53.29	5.00	0.28	52.81	5.00	0.39	53.87
8	5	0.33	53.29	5.00	0.28	52.81	5.00	0.39	53.87
9	5	0.33	53.29	5.00	0.28	52.81	5.00	0.39	53.87
10	5	0.33	53.29	5.00	0.28	52.81	5.00	0.39	53.87
11	5	0.33	53.29	5.00	0.28	52.81	5.00	0.39	53.87
12	5	0.33	53.29	5.00	0.28	52.81	5.00	0.39	53.87
13	5	0.33	53.29	5.00	0.28	52.81	4.00	-1.55	34.51
14	5	0.33	53.29	5.00	0.28	52.81	5.00	0.39	53.87
15	5	0.33	53.29	5.00	0.28	52.81	5.00	0.39	53.87
16	5	0.33	53.29	5.00	0.28	52.81	5.00	0.39	53.87
17	5	0.33	53.29	5.00	0.28	52.81	5.00	0.39	53.87
18	5	0.33	53.29	5.00	0.28	52.81	5.00	0.39	53.87
19	5	0.33	53.29	5.00	0.28	52.81	5.00	0.39	53.87
20	5	0.33	53.29	5.00	0.28	52.81	5.00	0.39	53.87
21	5	0.33	53.29	5.00	0.28	52.81	5.00	0.39	53.87
22	5	0.33	53.29	5.00	0.28	52.81	5.00	0.39	53.87
23	5	0.33	53.29	5.00	0.28	52.81	5.00	0.39	53.87
24	4	-2.96	20.38	4.00	-3.47	15.32	5.00	0.39	53.87
25	5	0.33	53.29	5.00	0.28	52.81	5.00	0.39	53.87
26	5	0.33	53.29	5.00	0.28	52.81	5.00	0.39	53.87
27	5	0.33	53.29	5.00	0.28	52.81	5.00	0.39	53.87
28	5	0.33	53.29	5.00	0.28	52.81	5.00	0.39	53.87
29	5	0.33	53.29	5.00	0.28	52.81	5.00	0.39	53.87
30	5	0.33	53.29	5.00	0.28	52.81	5.00	0.39	53.87
31	4	-2.96	20.38	5.00	0.28	52.81	4.00	-1.55	34.51
32	5	0.33	53.29	5.00	0.28	52.81	5.00	0.39	53.87
33	5	0.33	53.29	5.00	0.28	52.81	5.00	0.39	53.87
34	4	-2.96	20.38	4.00	-3.47	15.32	3.00	-3.49	15.14
35	5	0.33	53.29	5.00	0.28	52.81	4.00	-1.55	34.51
36	5	0.33	53.29	5.00	0.28	52.81	5.00	0.39	53.87
37	5	0.33	53.29	5.00	0.28	52.81	5.00	0.39	53.87
38	5	0.33	53.29	5.00	0.28	52.81	5.00	0.39	53.87
39	5	0.33	53.29	5.00	0.28	52.81	4.00	-1.55	34.51
40	5	0.33	53.29	5.00	0.28	52.81	5.00	0.39	53.87

No	RG4	Zscore	RG_4Tscore	RG5	Zscore	RG5_Tscore	RG6	Zscore	RG6_Tscore
1	4	-1.97	30.25	4	-1.28	37.16	4	-2.96	20.38
2	4	-1.97	30.25	4	-1.28	37.16	5	0.33	53.29
3	5	0.49	54.94	5	0.62	56.18	5	0.33	53.29
4	5	0.49	54.94	4	-1.28	37.16	5	0.33	53.29
5	5	0.49	54.94	4	-1.28	37.16	5	0.33	53.29
6	5	0.49	54.94	5	0.62	56.18	5	0.33	53.29
7	5	0.49	54.94	5	0.62	56.18	5	0.33	53.29
8	4	-1.97	30.25	4	-1.28	37.16	5	0.33	53.29
9	5	0.49	54.94	4	-1.28	37.16	5	0.33	53.29
10	5	0.49	54.94	5	0.62	56.18	5	0.33	53.29
11	5	0.49	54.94	5	0.62	56.18	5	0.33	53.29
12	5	0.49	54.94	4	-1.28	37.16	4	-2.96	20.38
13	4	-1.97	30.25	4	-1.28	37.16	5	0.33	53.29
14	5	0.49	54.94	4	-1.28	37.16	5	0.33	53.29
15	5	0.49	54.94	5	0.62	56.18	5	0.33	53.29
16	5	0.49	54.94	5	0.62	56.18	5	0.33	53.29
17	5	0.49	54.94	5	0.62	56.18	5	0.33	53.29
18	5	0.49	54.94	4	-1.28	37.16	5	0.33	53.29
19	5	0.49	54.94	5	0.62	56.18	5	0.33	53.29
20	5	0.49	54.94	5	0.62	56.18	5	0.33	53.29
21	5	0.49	54.94	5	0.62	56.18	5	0.33	53.29
22	5	0.49	54.94	5	0.62	56.18	5	0.33	53.29
23	5	0.49	54.94	5	0.62	56.18	5	0.33	53.29
24	5	0.49	54.94	5	0.62	56.18	4	-2.96	20.38
25	5	0.49	54.94	5	0.62	56.18	5	0.33	53.29
26	5	0.49	54.94	5	0.62	56.18	5	0.33	53.29
27	5	0.49	54.94	5	0.62	56.18	5	0.33	53.29
28	5	0.49	54.94	5	0.62	56.18	5	0.33	53.29
29	5	0.49	54.94	5	0.62	56.18	5	0.33	53.29
30	5	0.49	54.94	5	0.62	56.18	5	0.33	53.29
31	4	-1.97	30.25	5	0.62	56.18	5	0.33	53.29
32	5	0.49	54.94	5	0.62	56.18	5	0.33	53.29
33	5	0.49	54.94	5	0.62	56.18	5	0.33	53.29
34	4	-1.97	30.25	5	0.62	56.18	5	0.33	53.29
35	4	-1.97	30.25	4	-1.28	37.16	5	0.33	53.29
36	5	0.49	54.94	5	0.62	56.18	5	0.33	53.29
37	5	0.49	54.94	5	0.62	56.18	5	0.33	53.29
38	5	0.49	54.94	5	0.62	56.18	5	0.33	53.29
39	4	-1.97	30.25	3	-3.19	18.13	4	-2.96	20.38
40	5	0.49	54.94	5	0.62	56.18	5	0.33	53.29

No	RG7	Zscore	RG7_Tscore	Total_RG
1	3	-1.60	34.01	172.64
2	4	-0.39	46.08	326.75
3	5	0.81	58.15	382.53
4	4	-0.39	46.08	351.44
5	3	-1.60	34.01	339.37
6	3	-1.60	34.01	358.40
7	4	-0.39	46.08	370.47
8	5	0.81	58.15	338.82
9	4	-0.39	46.08	351.44
10	5	0.81	58.15	382.53
11	5	0.81	58.15	382.53
12	3	-1.60	34.01	306.46
13	3	-1.60	34.01	295.32
14	4	-0.39	46.08	351.44
15	5	0.81	58.15	382.53
16	5	0.81	58.15	382.53
17	5	0.81	58.15	382.53
18	5	0.81	58.15	363.51
19	5	0.81	58.15	382.53
20	4	-0.39	46.08	370.47
21	5	0.81	58.15	382.53
22	5	0.81	58.15	382.53
23	5	0.81	58.15	382.53
24	5	0.81	58.15	279.22
25	5	0.81	58.15	382.53
26	5	0.81	58.15	382.53
27	5	0.81	58.15	382.53
28	5	0.81	58.15	382.53
29	4	-0.39	46.08	370.47
30	5	0.81	58.15	382.53
31	3	-1.60	34.01	281.43
32	4	-0.39	46.08	370.47
33	5	0.81	58.15	382.53
34	3	-1.60	34.01	224.58
35	3	-1.60	34.01	295.32
36	5	0.81	58.15	382.53
37	5	0.81	58.15	382.53
38	3	-1.60	34.01	358.40
39	4	-0.39	46.08	255.45
40	5	0.81	58.15	382.53

Lampiran 3 HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

1. Uji Validitas dan Reliabilitas variabel Saving behaviour

		Correlations			
		PM1	PM2	PM3	Total_PM
PM1	Pearson Correlation	1	.455**	.374*	.765**
	Sig. (2-tailed)		.003	.018	.000
	N	40	40	40	40
PM2	Pearson Correlation	.455**	1	.543**	.843**
	Sig. (2-tailed)	.003		.000	.000
	N	40	40	40	40
PM3	Pearson Correlation	.374*	.543**	1	.788**
	Sig. (2-tailed)	.018	.000		.000
	N	40	40	40	40
Total_PM	Pearson Correlation	.765**	.843**	.788**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
 * . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.716	3

2. Uji Validitas dan Reliabilitas variabel Saving Intention

		Correlations				
		NM1	NM2	NM3	NM4	Total_NM
NM1	Pearson Correlation	1	.567**	.369*	.393*	.756**
	Sig. (2-tailed)		.000	.019	.012	.000
	N	40	40	40	40	40
NM2	Pearson Correlation	.567**	1	.455**	.509**	.826**
	Sig. (2-tailed)	.000		.003	.001	.000
	N	40	40	40	40	40
NM3	Pearson Correlation	.369*	.455**	1	.407**	.698**
	Sig. (2-tailed)	.019	.003		.009	.000
	N	40	40	40	40	40
NM4	Pearson Correlation	.393*	.509**	.407**	1	.782**
	Sig. (2-tailed)	.012	.001	.009		.000
	N	40	40	40	40	40
Total_NM	Pearson Correlation	.756**	.826**	.698**	.782**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
 * . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.763	4

3. Uji Validitas dan Reliabilitas variabel Sikap

		Correlations				
		SK1	SK2	SK3	SK4	Total_SK
SK1	Pearson Correlation	1	.614**	.575**	.275	.766**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.086	.000
	N	40	40	40	40	40
SK2	Pearson Correlation	.614**	1	.779**	.545**	.918**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40
SK3	Pearson Correlation	.575**	.779**	1	.441**	.866**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.004	.000
	N	40	40	40	40	40
SK4	Pearson Correlation	.275	.545**	.441**	1	.682**
	Sig. (2-tailed)	.086	.000	.004		.000
	N	40	40	40	40	40
Total_SK	Pearson Correlation	.766**	.918**	.866**	.682**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.827	4

4. Uji Validitas dan Reliabilitas variabel Norma Subjektif

		Correlations					
		NS1	NS2	NS3	NS4	NS5	Total_NS
NS1	Pearson	1	.441**	1.000**	.441**	.473**	.841**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)		.004	.000	.004	.002	.000
	N	40	40	40	40	40	40
NS2	Pearson	.441**	1	.441**	1.000**	.732**	.841**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.004		.004	.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40
NS3	Pearson	1.000**	.441**	1	.441**	.473**	.841**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000	.004		.004	.002	.000
	N	40	40	40	40	40	40
NS4	Pearson	.441**	1.000**	.441**	1	.732**	.841**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.004	.000	.004		.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40
NS5	Pearson	.473**	.732**	.473**	.732**	1	.792**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.002	.000		.000
	N	40	40	40	40	40	40
Total_NS	Pearson	.841**	.841**	.841**	.841**	.792**	1
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40	40

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.885	5

5. Uji Validitas dan Reliabilitas variabel Kontrol Perilaku

		Correlations			
		KP1	KP2	KP3	Total_KP
KP1	Pearson Correlation	1	.441**	.473**	.803**
	Sig. (2-tailed)		.004	.002	.000
	N	40	40	40	40
KP2	Pearson Correlation	.441**	1	.732**	.848**
	Sig. (2-tailed)	.004		.000	.000

	N	40	40	40	40
KP3	Pearson Correlation	.473**	.732**	1	.853**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000		.000
	N	40	40	40	40
Total_KP	Pearson Correlation	.803**	.848**	.853**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.766	3

6. Uji Validitas dan Reliabilitas variabel Pengetahuan

Correlations				
		KN1	KN2	Total_KN
KN1	Pearson Correlation	1	.736**	.933**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	40	40	40
KN2	Pearson Correlation	.736**	1	.931**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	40	40	40
Total_KN	Pearson Correlation	.933**	.931**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	40	40	40

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.848	2

7. Uji Validitas dan Reliabilitas variabel Religiositas

Correlations									
		RG1	RG2	RG3	RG4	RG5	RG6	RG7	RG_Total
RG1	Pearson Correlation	1	.854**	.686**	.458**	-.048	.444**	.336*	.750**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.003	.768	.004	.034	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
RG2	Pearson Correlation	.854**	1	.633**	.332*	.005	.538**	.229	.721**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.036	.978	.000	.155	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40

RG3	Pearson Correlation	.686**	.633**	1	.784**	.321*	.360*	.575**	.876**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.043	.023	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
RG4	Pearson Correlation	.458**	.332*	.784**	1	.530**	.250	.504**	.775**
	Sig. (2-tailed)	.003	.036	.000		.000	.120	.001	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
RG5	Pearson Correlation	-.048	.005	.321*	.530**	1	.434**	.425**	.536**
	Sig. (2-tailed)	.768	.978	.043	.000		.005	.006	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
RG6	Pearson Correlation	.444**	.538**	.360*	.250	.434**	1	.234	.655**
	Sig. (2-tailed)	.004	.000	.023	.120	.005		.146	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
RG7	Pearson Correlation	.336*	.229	.575**	.504**	.425**	.234	1	.664**
	Sig. (2-tailed)	.034	.155	.000	.001	.006	.146		.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
RG_Total	Pearson Correlation	.750**	.721**	.876**	.775**	.536**	.655**	.664**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40	40	40	40

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.837	7

Lampiran 4 DATA PENELITIAN

NO	Saving behaviour			Saving intention				Sikap			
	PM1	PM2	PM3	NM1	NM2	NM3	NM4	SK1	SK2	SK3	SK4
1	4	4	4	3	5	4	4	2	4	4	4
2	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	5	5	4	5	3	4	4	3
5	3	4	1	4	4	1	3	4	4	4	4
6	1	1	1	1	1	1	1	1	3	2	2
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
8	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4
9	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4
10	3	4	2	3	3	2	3	3	3	3	4
11	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4
12	3	3	2	3	4	4	1	2	3	4	4
13	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	5
14	3	4	5	2	2	3	1	3	3	3	3
15	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3
16	5	5	2	5	5	4	4	3	4	5	4
17	1	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
18	1	5	1	2	3	1	2	3	3	3	3
19	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3
20	1	1	3	2	3	3	3	3	3	3	3
21	3	4	2	4	3	3	4	4	4	4	4
22	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	3
23	5	5	4	5	5	3	1	5	5	5	5
24	1	1	1	5	1	1	1	3	3	3	3
25	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	3
26	5	5	5	5	5	4	5	3	4	5	3
27	3	5	5	3	2	1	3	1	4	3	1
28	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
29	5	5	3	5	5	5	5	4	5	5	3
30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
31	4	3	5	5	4	4	5	5	5	4	5
32	4	3	2	3	4	3	3	3	4	4	4
33	3	3	3	3	2	3	5	3	4	4	3
34	2	2	1	2	2	2	2	3	2	2	2
35	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4
36	5	3	4	5	3	3	4	3	5	4	4
37	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5
38	2	2	2	2	5	4	4	3	3	3	3
39	4	4	3	4	5	4	4	4	5	4	4
40	2	3	1	3	4	2	2	3	3	4	4
41	4	4	3	5	4	4	5	4	4	3	4
42	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3
43	5	5	4	5	4	3	4	4	4	3	4
44	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
45	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
46	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4
47	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3

48	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3
49	5	5	3	5	5	3	5	4	5	5	5
50	3	2	4	3	4	2	3	3	4	3	3
51	3	4	2	4	5	4	4	4	5	4	4
52	2	4	4	2	3	2	4	1	4	4	3
53	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3
54	4	4	3	4	3	3	5	3	4	3	4
55	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4
56	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4
57	3	2	3	4	3	3	2	3	4	3	3
58	3	3	4	4	5	5	4	1	1	1	1
59	5	4	5	4	5	2	3	4	5	4	4
60	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
61	5	5	5	4	4	3	3	3	3	3	3
62	2	4	4	2	4	3	4	3	4	4	3
63	2	2	3	2	3	3	2	3	4	4	3
64	3	3	2	2	4	2	2	2	3	3	2
65	2	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4
66	3	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4
67	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4
68	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4
69	4	4	4	4	5	3	4	4	4	3	4
70	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4
71	4	3	4	3	3	4	2	2	2	3	4
72	4	4	4	4	4	3	5	3	4	4	3
73	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
75	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
76	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4
77	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4
78	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3
79	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3
80	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
82	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5
83	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4
84	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5
85	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5
86	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4
87	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4
88	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4
89	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	3
90	4	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4
91	4	3	2	4	4	3	4	3	4	3	3
92	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
93	5	4	5	4	4	3	4	3	4	4	3
94	4	4	3	4	4	5	5	4	5	4	4
95	4	5	4	4	4	4	3	4	4	5	4
96	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	2
97	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4
98	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5

99	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4
100	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
101	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4
102	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
103	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4
104	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	3
105	4	4	5	4	4	5	5	4	4	3	4
106	4	4	4	4	3	3	3	5	4	4	4
107	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	3
108	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4
109	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4
110	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4
111	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4
112	4	1	4	5	5	4	5	4	3	4	4
113	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5
114	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3
115	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4
116	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4
117	4	4	4	4	5	4	3	4	4	5	4
118	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4
119	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4
120	4	3	3	4	4	4	4	3	5	3	3
121	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4
122	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4
123	5	4	4	4	4	4	5	1	4	5	5
124	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	3
125	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4
126	2	2	3	3	4	4	3	3	3	3	4
127	4	5	4	3	3	3	4	4	4	4	4
128	3	3	2	2	3	2	2	3	4	3	4
129	2	1	2	1	4	2	2	3	3	3	3
130	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
131	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
132	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4
133	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
134	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4
135	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4
136	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4
137	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
138	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
139	3	3	3	3	4	3	4	3	5	3	3
140	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4
141	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5
142	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5
143	4	4	4	4	5	4	5	3	4	3	4
144	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4
145	3	3	2	2	4	2	4	3	4	4	3
146	4	4	4	4	5	4	4	3	5	4	4
147	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
148	3	2	3	4	4	3	3	3	4	2	2
149	4	3	3	4	3	2	4	3	4	3	3

150	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3
151	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
152	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
153	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4
154	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5
155	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4
156	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4
157	3	3	4	3	4	5	4	4	3	3	4
158	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4
159	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5
160	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
161	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
162	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5
163	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4
164	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5
165	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4
166	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4
167	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5
168	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4
169	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3
170	1	1	2	1	1	1	1	3	3	3	3
171	3	2	2	2	4	4	3	3	3	3	4
172	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
173	3	4	4	5	4	4	4	4	4	3	5
174	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4
175	4	4	4	3	4	4	4	3	4	5	4
176	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4
177	3	3	3	4	4	4	3	3	5	3	3
178	5	3	3	5	4	4	4	3	4	3	4
179	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3
180	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4
181	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4
182	3	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4
183	3	3	3	3	4	2	3	3	4	3	5
184	3	3	3	4	5	4	5	4	4	4	5
185	5	5	3	5	4	4	4	5	5	4	4
186	4	4	3	4	4	3	4	4	5	4	4
187	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4
188	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4
189	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4
190	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4
191	3	3	3	3	3	2	2	4	4	4	4
192	3	4	3	4	4	3	5	4	5	5	4
193	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4
194	3	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4
195	5	3	4	5	5	5	5	2	5	4	4
196	4	4	4	3	3	4	3	4	5	4	4
197	4	4	3	4	5	5	5	4	4	4	4
198	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
199	2	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4
200	4	3	4	4	5	4	4	5	4	4	4

201	3	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4
202	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
203	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4
204	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
205	1	5	4	4	4	4	1	4	4	4	4
206	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
207	5	5	3	5	5	3	5	5	5	4	5
208	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
209	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4
210	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
211	5	5	3	3	5	3	5	5	5	5	5
212	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
213	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	3
214	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5
215	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
216	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5
217	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4
218	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2
219	4	5	2	4	4	2	4	4	5	5	4
220	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4
221	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
222	4	4	2	5	5	2	4	4	4	5	3
223	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3
224	3	3	4	4	4	2	4	4	4	3	3
225	1	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5
226	4	5	3	4	4	4	4	5	4	4	4
227	5	5	5	5	3	5	4	3	4	5	4
228	2	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3
229	3	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3
230	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	3
231	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4
232	4	5	5	5	3	3	2	3	3	2	2
233	1	1	1	5	5	5	4	4	4	4	4
234	3	5	3	5	5	3	3	3	4	4	4
235	3	5	2	5	5	3	3	3	4	3	4
236	1	1	1	3	2	1	1	3	3	2	2
237	1	2	1	1	2	2	1	4	4	4	4
238	1	1	1	1	2	2	2	3	3	3	3
239	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	3
240	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
241	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4
242	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3
243	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3	4
244	3	3	3	2	3	5	5	3	4	4	3
245	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
246	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5
247	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4
248	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
249	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4
250	3	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4
251	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5

252	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
253	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4
254	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4
255	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5
256	2	2	2	3	4	2	2	2	3	4	4
257	3	3	3	4	5	4	4	3	3	3	4
258	4	4	3	5	5	5	5	5	5	4	5
259	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3
260	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
261	3	3	3	4	5	5	4	4	4	4	4
262	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4
263	3	3	3	4	4	4	4	5	5	4	4
264	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4
265	4	4	3	5	5	4	4	5	4	5	4
266	3	4	3	5	5	4	4	4	4	5	4
267	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4
268	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4
269	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4
270	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4
271	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4
272	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4
273	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5
274	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4
275	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
276	5	5	3	5	5	5	4	4	5	4	4
277	5	5	3	5	5	4	4	4	4	4	4
278	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4
279	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4
280	4	4	3	5	5	5	4	4	4	4	5
281	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4
282	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4
283	5	5	3	5	5	4	4	4	4	5	4
284	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5
285	5	5	4	5	5	3	3	4	4	4	4
286	5	5	4	5	5	3	4	5	4	5	4
287	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
288	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4
289	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4
290	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
291	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3
292	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4
293	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
294	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
295	4	4	3	4	4	3	4	5	4	4	3
296	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4
297	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4
298	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
299	4	4	3	3	3	3	3	5	3	3	4
300	1	3	1	1	5	1	1	4	4	4	4
301	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
302	1	1	1	5	1	3	5	3	3	3	3

303	2	2	2	2	2	1	1	3	3	3	3
304	5	3	1	5	5	3	5	3	4	5	3
305	4	4	3	4	5	5	5	4	4	5	5
306	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	3
307	3	3	4	3	3	4	3	2	4	4	4
308	3	3	1	1	1	1	3	2	2	1	2
309	1	5	3	5	5	3	4	4	4	4	4
310	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
311	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5
312	3	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4
313	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4
314	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
315	4	4	4	2	3	2	3	2	3	3	3
316	2	2	2	3	4	3	3	2	3	3	3
317	3	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4
318	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4
319	1	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4
320	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
321	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
322	4	5	3	5	5	4	4	5	4	4	5
323	4	3	2	4	4	4	4	3	4	4	4
324	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4
325	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
326	2	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4
327	4	4	3	4	4	4	5	4	5	4	4
328	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4
329	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5
330	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
331	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5
332	2	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4
333	3	5	5	5	4	4	5	3	4	3	3
334	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
335	3	3	3	3	4	4	3	2	3	3	4
336	3	3	1	3	3	2	2	3	3	3	3
337	3	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4
338	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
339	3	3	2	3	4	4	3	4	3	4	4
340	2	3	1	4	4	3	4	4	4	5	4
341	3	3	3	5	5	5	4	5	4	4	4
342	3	3	3	5	5	5	5	4	4	4	4
343	1	1	1	3	3	3	3	4	4	4	4
344	3	3	2	5	4	4	4	3	4	4	3
345	3	4	3	4	4	5	5	5	4	5	5
346	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4
347	2	3	2	3	3	4	4	2	3	3	4
348	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
349	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4
350	5	4	2	4	5	4	4	5	4	4	4
351	4	4	2	4	4	4	4	4	4	5	4
352	3	3	2	4	4	4	4	3	4	3	3
353	5	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4

354	2	3	1	3	3	3	3	2	3	3	3
355	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4
356	2	3	1	2	3	2	2	2	2	3	2
357	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4
358	3	4	3	4	5	4	4	3	4	4	4
359	3	3	3	5	4	4	4	3	3	3	3
360	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
361	4	4	2	4	4	4	4	4	4	5	3
362	2	2	2	4	4	4	4	2	3	3	3
363	2	3	2	3	4	4	4	3	4	4	4
364	3	3	2	4	4	4	4	4	5	4	4
365	4	4	3	5	4	4	4	4	4	3	4
366	3	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4
367	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4
368	2	3	2	3	4	3	3	3	3	2	2
369	3	3	2	3	3	3	4	4	3	4	4
370	2	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3
371	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4
372	2	2	1	3	4	3	3	2	3	3	3
373	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4
374	3	3	2	3	4	4	4	2	3	2	3
375	5	5	4	5	4	3	3	5	4	4	4
376	4	3	3	4	4	3	4	2	4	4	4
377	5	3	3	4	5	4	4	4	4	3	4
378	4	4	4	3	3	3	3	2	3	3	4
379	2	3	4	3	4	4	4	3	1	4	3
380	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4
381	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3
382	4	4	3	3	5	5	4	4	4	5	4
383	2	4	3	4	4	4	4	2	3	4	4
384	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
385	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	3
386	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4
387	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
388	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4
389	3	3	2	3	4	3	3	4	4	5	4
390	3	3	2	4	4	4	4	3	4	4	4
391	3	3	2	2	2	3	3	2	2	3	3
392	3	3	2	4	4	4	5	4	4	4	5

No	Norma Subjektif					Kontrol Perilaku		
	NS1	NS2	NS3	NS4	NS5	PBC1	PBC2	PBC3
1	4	4	3	4	4	4	4	4
2	5	4	4	4	4	5	4	4
3	5	5	5	4	5	5	5	5
4	2	4	4	4	3	4	3	4
5	1	4	4	3	3	4	3	3
6	1	1	1	1	1	1	1	1
7	5	5	5	5	5	5	5	5
8	4	5	3	3	4	4	3	4
9	2	3	4	4	1	3	4	4
10	4	4	4	3	3	3	3	3
11	3	5	3	3	3	4	4	4
12	1	4	2	4	5	4	4	3
13	4	5	5	4	5	4	3	5
14	3	3	1	3	2	3	2	3
15	3	3	3	3	3	3	4	3
16	2	4	5	4	4	5	3	2
17	3	5	5	4	5	5	5	5
18	3	3	3	3	3	3	4	3
19	3	3	3	3	3	3	4	2
20	3	3	3	3	3	3	3	3
21	2	4	2	3	3	4	4	3
22	3	3	3	4	3	4	3	3
23	5	5	1	3	3	5	5	5
24	1	1	1	1	1	1	1	1
25	4	4	4	4	4	3	4	4
26	4	3	4	4	4	3	4	4
27	3	1	1	1	1	5	5	5
28	3	3	3	3	3	3	3	3
29	2	4	1	3	5	5	5	5
30	3	3	3	3	3	3	3	3
31	4	4	3	5	4	4	4	3
32	3	3	3	3	2	4	4	4
33	3	3	3	3	2	3	3	5
34	2	3	2	2	2	2	2	2
35	4	5	3	4	4	4	4	4
36	3	3	3	3	3	3	5	3
37	4	5	4	3	3	4	4	4
38	3	3	3	4	5	3	3	3
39	4	5	3	3	4	3	4	3
40	4	4	3	2	3	4	4	3
41	4	4	4	4	4	4	5	4
42	3	4	3	4	4	3	3	3
43	2	3	3	3	3	3	3	4
44	3	3	3	3	3	3	3	3
45	3	3	3	3	3	3	3	3
46	4	5	4	4	4	5	4	4
47	3	4	3	4	4	4	5	4
48	3	3	3	3	3	3	3	3
49	3	4	4	4	3	5	5	4

50	4	3	5	4	3	2	4	4
51	3	4	4	4	4	4	5	4
52	1	2	1	2	2	5	5	3
53	3	3	3	3	3	3	3	3
54	3	4	4	4	4	5	5	5
55	3	5	5	3	5	5	4	4
56	4	5	5	4	3	4	4	4
57	3	3	4	3	4	4	3	4
58	1	3	3	3	5	4	4	4
59	3	3	4	3	3	5	5	5
60	4	3	2	3	3	2	3	2
61	3	4	3	3	2	5	5	5
62	3	2	3	3	1	4	4	1
63	4	4	3	5	4	3	3	2
64	2	2	3	2	4	4	2	3
65	4	4	3	3	4	3	3	4
66	3	4	3	3	4	4	4	4
67	3	3	4	3	5	4	4	4
68	3	4	4	3	4	4	4	4
69	4	5	3	4	5	5	4	4
70	5	4	4	2	5	4	4	4
71	3	4	2	2	4	3	3	2
72	2	4	3	3	5	4	4	4
73	4	4	4	3	3	4	3	3
74	4	3	4	4	5	4	4	4
75	4	4	3	4	4	4	4	4
76	3	4	4	4	4	4	4	4
77	4	3	2	3	4	3	4	3
78	4	4	4	4	5	4	3	4
79	4	4	3	4	4	3	4	4
80	4	4	4	3	4	4	3	4
81	4	4	3	3	4	4	4	5
82	4	4	4	3	4	4	4	4
83	4	4	4	4	4	4	5	4
84	4	4	4	4	4	4	4	4
85	4	4	5	4	5	4	4	1
86	4	4	4	4	4	4	4	4
87	4	4	4	4	4	4	4	4
88	5	4	4	4	4	5	4	4
89	3	4	3	4	3	4	4	4
90	4	4	3	4	4	4	3	3
91	3	3	4	2	4	4	4	4
92	4	5	4	4	5	4	4	4
93	3	4	5	4	4	5	3	4
94	3	3	4	4	4	4	4	4
95	2	3	3	3	5	4	4	4
96	5	4	3	4	4	5	4	4
97	4	4	4	4	4	4	4	4
98	5	3	4	2	5	4	5	5
99	4	4	4	4	4	4	4	4
100	3	4	3	4	4	5	5	4

101	4	4	4	4	4	4	4	5
102	4	4	4	5	4	4	4	4
103	4	5	4	5	4	4	4	4
104	4	4	4	4	4	4	4	4
105	4	4	4	4	4	4	4	4
106	4	3	5	4	2	4	4	4
107	4	4	4	4	4	5	4	4
108	5	4	5	3	3	4	4	4
109	4	4	4	3	4	4	4	4
110	4	5	4	4	4	4	5	4
111	4	4	3	4	4	4	4	4
112	4	4	4	5	4	4	4	4
113	4	4	3	4	5	4	4	4
114	4	4	4	4	4	3	4	4
115	5	4	4	3	3	4	4	3
116	4	4	4	3	3	4	4	4
117	4	4	2	3	4	4	4	4
118	4	5	4	5	4	4	4	4
119	5	5	4	3	3	4	4	5
120	3	3	5	3	2	4	4	4
121	4	4	4	3	3	4	3	3
122	5	5	4	3	4	4	4	3
123	4	5	4	4	5	3	5	4
124	4	4	4	4	3	5	4	5
125	4	4	3	3	3	4	4	4
126	4	4	4	3	5	4	4	3
127	3	3	4	3	4	4	5	4
128	3	4	2	4	4	2	3	3
129	4	4	4	2	5	2	3	2
130	4	4	5	4	3	3	3	3
131	4	5	4	5	5	4	4	3
132	4	4	5	4	4	4	4	4
133	4	4	4	5	5	4	4	3
134	5	5	5	3	4	4	4	4
135	4	4	4	5	4	4	4	4
136	3	5	4	3	4	4	4	4
137	3	4	4	2	4	4	4	4
138	3	4	3	2	4	4	4	3
139	4	4	4	2	4	4	4	4
140	4	4	4	2	4	4	4	4
141	4	4	4	3	4	5	5	5
142	3	5	4	2	4	4	4	4
143	4	4	3	4	4	4	4	4
144	4	5	4	2	5	4	5	5
145	2	3	4	4	3	2	5	4
146	3	4	5	2	5	3	4	5
147	4	4	4	5	3	4	4	4
148	2	2	3	2	5	2	2	2
149	4	4	5	3	4	3	3	3
150	4	4	4	3	4	5	4	5
151	4	4	4	3	2	4	4	4

152	4	4	4	3	3	4	4	4
153	4	5	5	3	3	4	4	5
154	5	4	5	5	4	5	4	4
155	4	5	4	4	4	4	4	4
156	5	4	4	4	5	4	4	4
157	5	3	4	2	5	3	3	4
158	2	4	4	3	4	4	4	4
159	5	3	4	3	4	4	4	5
160	5	4	3	4	4	4	4	4
161	4	4	4	4	4	4	4	4
162	3	4	5	3	5	4	4	5
163	4	4	4	5	5	4	4	5
164	3	4	4	2	3	4	4	4
165	4	4	4	3	4	4	4	4
166	4	4	4	2	3	3	4	3
167	4	4	4	4	4	4	4	4
168	4	5	4	4	4	4	5	5
169	4	2	5	2	3	3	3	3
170	2	2	2	2	5	1	1	1
171	4	3	3	3	3	3	4	4
172	4	4	5	2	4	4	4	5
173	3	3	5	3	3	3	3	3
174	3	4	3	3	4	4	4	4
175	3	4	3	2	4	4	3	5
176	5	4	3	3	3	5	4	5
177	4	4	4	3	3	4	4	4
178	3	3	3	3	2	3	5	5
179	2	2	4	4	4	4	5	4
180	2	5	5	2	3	4	3	3
181	2	3	5	5	4	4	4	4
182	4	4	4	3	4	5	5	4
183	5	3	5	5	4	5	5	5
184	3	5	5	2	3	4	4	4
185	4	5	4	3	4	4	5	4
186	4	3	5	3	2	4	4	5
187	4	4	3	4	2	4	4	4
188	2	4	4	2	4	4	4	4
189	4	4	3	4	4	4	4	4
190	4	4	4	3	5	5	5	4
191	2	3	3	3	3	2	2	3
192	4	5	4	4	4	4	4	4
193	3	3	5	2	4	5	4	3
194	3	4	5	2	3	4	4	4
195	2	5	2	2	2	5	5	5
196	5	4	4	4	4	3	3	3
197	4	4	3	3	5	4	4	4
198	3	3	5	3	5	4	4	4
199	3	3	5	2	4	4	3	3
200	3	3	5	2	5	4	4	4
201	5	5	4	3	4	4	4	4
202	5	4	4	3	4	5	4	5

203	3	4	3	3	3	4	3	4
204	4	4	3	3	4	4	4	4
205	4	4	4	3	4	2	4	4
206	4	4	4	4	5	4	4	4
207	5	3	4	3	5	5	3	4
208	4	4	4	4	4	4	5	5
209	5	4	4	3	5	4	4	5
210	3	3	3	3	3	3	3	3
211	5	3	3	3	3	5	5	5
212	5	5	5	3	3	3	5	5
213	3	3	3	3	3	3	3	3
214	4	4	5	3	4	4	4	4
215	4	4	4	2	4	4	4	5
216	4	4	4	4	4	4	3	4
217	4	3	5	3	5	4	4	5
218	3	3	3	3	3	3	3	2
219	4	5	4	4	5	4	4	4
220	4	4	4	3	4	4	5	5
221	4	4	4	3	3	4	4	4
222	4	5	3	4	3	5	4	3
223	3	3	3	3	3	3	4	4
224	4	4	2	4	4	4	4	4
225	5	5	5	5	5	5	5	5
226	2	3	2	2	4	4	4	4
227	4	4	4	4	5	4	4	4
228	4	4	4	4	4	4	4	4
229	3	3	2	2	2	1	3	3
230	3	3	4	4	4	4	5	5
231	4	4	4	4	4	4	4	4
232	4	4	3	4	4	3	3	4
233	5	1	1	5	5	5	5	5
234	3	3	3	3	3	3	3	3
235	1	2	3	3	2	3	5	5
236	2	4	3	4	4	2	2	2
237	1	1	1	2	1	1	1	2
238	1	1	3	2	2	2	2	2
239	3	3	3	3	3	3	3	3
240	5	4	4	3	5	5	4	5
241	2	5	5	3	5	4	4	5
242	3	3	3	3	3	3	4	3
243	5	4	4	4	4	3	3	4
244	4	5	3	3	3	1	3	5
245	3	3	3	3	3	3	3	3
246	5	5	5	2	5	5	4	4
247	3	4	5	3	4	4	4	4
248	3	4	4	3	4	4	4	4
249	4	4	4	4	4	4	4	4
250	4	4	5	5	4	5	3	5
251	5	5	5	3	5	4	4	4
252	3	4	4	4	4	4	4	4
253	4	4	4	4	3	4	3	3

254	4	4	4	3	4	4	4	4
255	4	4	4	4	4	4	4	4
256	4	3	4	2	3	4	3	3
257	3	4	4	4	3	4	4	4
258	2	4	5	3	3	5	5	5
259	3	3	5	4	4	3	3	2
260	5	5	5	5	4	4	4	5
261	4	5	5	3	5	5	5	5
262	4	4	4	4	4	4	4	4
263	4	4	4	3	5	4	3	5
264	3	5	5	3	5	5	4	5
265	5	4	4	4	4	4	4	4
266	3	5	5	4	4	5	4	4
267	5	4	5	4	4	3	4	3
268	5	5	4	3	4	5	4	4
269	4	4	4	4	5	4	5	5
270	3	4	4	2	4	4	5	4
271	3	5	5	2	4	3	3	3
272	3	3	5	2	4	2	3	3
273	5	4	4	3	5	5	4	5
274	4	5	4	3	4	4	4	5
275	5	5	5	3	5	5	4	4
276	4	4	4	4	4	4	3	3
277	3	4	5	3	5	5	5	4
278	4	4	5	3	4	5	5	5
279	4	4	4	4	5	5	4	4
280	4	4	4	3	4	4	4	4
281	4	4	5	4	4	4	3	4
282	3	4	5	3	5	4	4	4
283	5	4	5	2	4	4	4	4
284	4	4	3	4	4	4	4	4
285	3	4	5	2	5	4	4	4
286	3	4	5	2	4	4	5	5
287	4	5	4	5	4	4	4	4
288	4	4	4	5	5	4	4	4
289	4	5	4	5	5	5	4	4
290	5	5	5	4	4	4	4	4
291	3	4	5	3	3	3	3	3
292	3	5	4	3	5	3	2	4
293	5	5	4	2	5	5	5	5
294	4	4	5	2	4	3	3	4
295	3	3	5	2	4	5	5	5
296	3	5	4	3	4	3	4	4
297	3	5	5	2	5	4	4	4
298	3	4	4	3	4	4	4	4
299	3	3	3	3	3	4	2	2
300	5	5	5	5	3	5	5	1
301	3	3	3	3	3	3	3	3
302	3	3	3	3	3	3	3	3
303	2	2	2	2	2	3	3	2
304	5	5	4	3	3	4	5	4

305	3	3	2	3	4	3	3	4
306	1	2	1	1	1	1	1	1
307	2	3	5	5	3	5	4	4
308	1	3	1	4	1	2	3	3
309	3	3	3	3	3	4	5	5
310	3	3	3	3	3	3	3	3
311	4	5	5	5	4	5	5	5
312	5	4	5	1	4	4	4	4
313	5	5	5	4	4	5	5	4
314	4	4	4	1	4	4	4	3
315	4	3	4	4	4	3	3	2
316	3	4	4	3	3	3	4	3
317	4	4	4	4	4	4	4	4
318	4	4	4	3	4	4	3	4
319	3	4	3	3	5	4	4	4
320	2	5	4	1	5	4	4	4
321	3	4	4	3	4	4	3	4
322	2	5	5	2	5	4	4	4
323	3	4	3	3	3	4	4	4
324	3	4	4	2	4	3	4	3
325	4	4	3	1	5	4	3	4
326	3	3	3	2	4	4	4	4
327	4	4	3	2	4	4	4	4
328	4	4	4	5	4	5	3	3
329	5	5	4	1	4	3	3	4
330	5	5	4	1	4	4	4	4
331	3	5	3	3	4	4	4	4
332	3	4	4	2	5	5	5	4
333	3	3	3	3	3	3	5	5
334	4	4	3	3	4	4	3	3
335	5	4	3	2	4	4	4	4
336	1	3	3	2	1	3	3	3
337	2	3	3	1	4	4	5	5
338	4	4	3	2	3	4	4	4
339	3	4	3	5	4	3	3	3
340	4	4	4	2	4	3	3	3
341	4	4	4	2	5	4	4	5
342	5	5	3	3	3	3	3	3
343	3	3	3	3	3	3	3	3
344	3	5	3	2	4	4	4	4
345	3	4	3	1	5	4	4	4
346	5	5	5	4	4	4	4	4
347	3	3	3	5	3	3	3	3
348	3	4	3	2	4	3	3	3
349	3	3	3	2	4	4	4	4
350	4	4	4	1	4	3	4	4
351	4	4	3	2	4	3	3	4
352	4	5	4	2	4	4	4	5
353	3	3	3	3	5	3	3	3
354	4	2	3	4	4	3	2	2
355	3	5	3	2	4	4	4	4

356	4	4	3	2	3	3	3	3
357	5	5	5	3	4	4	4	4
358	4	5	3	2	5	5	3	4
359	3	5	3	5	4	2	2	3
360	3	5	2	5	4	4	3	4
361	3	5	3	3	4	4	4	4
362	4	4	4	4	3	3	3	3
363	3	5	3	1	5	3	3	3
364	4	4	3	3	3	4	4	3
365	4	4	4	4	4	4	5	5
366	4	4	4	4	4	4	4	4
367	3	5	5	4	4	4	4	4
368	3	4	2	2	4	3	2	3
369	5	3	3	4	4	3	3	3
370	5	3	2	2	3	4	3	4
371	3	5	3	5	4	3	3	3
372	5	3	4	5	3	4	3	3
373	3	3	3	2	3	3	3	2
374	3	3	3	2	3	4	3	3
375	5	4	3	2	5	4	4	4
376	5	3	3	2	4	3	3	3
377	3	4	4	4	3	3	3	3
378	3	5	3	2	4	3	4	4
379	3	4	3	5	4	4	4	4
380	4	4	4	4	4	3	3	3
381	3	3	5	3	3	3	3	4
382	4	5	3	2	4	3	4	4
383	4	4	4	3	3	4	4	4
384	3	5	3	1	4	3	3	2
385	4	4	4	2	4	4	4	4
386	5	5	3	2	4	4	4	4
387	4	5	3	3	4	4	4	4
388	5	5	4	3	4	3	3	3
389	2	5	2	4	3	3	2	3
390	3	4	4	3	4	4	4	4
391	3	4	2	2	3	3	3	3
392	5	3	3	5	3	4	4	4

No	Religiositas							Pengetahuan	
	RG1	RG2	RG3	RG4	RG5	RG6	RG7	KN1	KN2
1	31.37	33.29	16.47	35.00	41.72	39.96	29.30	100	40
2	53.04	53.38	54.08	35.00	41.72	54.07	43.29	80	100
3	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	80	100
4	53.04	53.38	54.08	54.15	41.72	54.07	43.29	60	100
5	53.04	53.38	54.08	54.15	41.72	54.07	29.30	80	80
6	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	60	60
7	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	60	60
8	53.04	53.38	54.08	35.00	41.72	54.07	57.28	60	80
9	53.04	53.38	54.08	54.15	41.72	54.07	43.29	100	80
10	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	60	40
11	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	60	60
12	53.04	53.38	54.08	54.15	41.72	39.96	29.30	40	100
13	53.04	53.38	35.27	35.00	41.72	54.07	29.30	80	100
14	53.04	53.38	54.08	54.15	41.72	54.07	43.29	40	60
15	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	60	80
16	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	60	60
17	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	60	60
18	53.04	53.38	54.08	54.15	41.72	54.07	57.28	60	80
19	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	40	80
20	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	43.29	60	60
21	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	60	40
22	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	60	40
23	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	60	100
24	-33.63	-26.97	-21.14	-22.46	-3.136	-16.48	1.33	60	60
25	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	60	80
26	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	60	60
27	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	60	60
28	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	60	80
29	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	43.29	100	60
30	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	60	60
31	31.373	53.38	35.27	35.00	56.68	54.07	29.30	60	20
32	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	43.29	40	100
33	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	60	60

34	9.705	13.20	16.47	15.84	26.77	54.07	29.30	60	60
35	53.04	53.38	35.27	35.00	41.72	54.07	29.30	80	60
36	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	60	80
37	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	100	100
38	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	29.30	60	60
39	53.04	53.38	35.27	35.00	26.77	39.96	43.29	100	60
40	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	100	80
41	53.04	53.38	54.08	54.15	41.72	25.85	43.29	20	60
42	53.04	33.29	35.27	35.00	26.77	25.85	29.30	40	60
43	53.04	53.38	54.08	54.15	41.72	54.07	43.29	60	60
44	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	80	80
45	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	60	60
46	53.04	53.38	54.08	35.00	41.72	39.96	43.29	80	80
47	53.04	33.29	35.27	35.00	41.72	25.85	43.29	20	60
48	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	60	80
49	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	40	80
50	31.373	13.20	16.47	35.00	41.72	54.07	43.29	80	40
51	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	60	80
52	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	43.29	80	80
53	53.04	53.38	54.08	54.15	41.72	54.07	57.28	60	60
54	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	60	60
55	53.04	53.38	54.08	54.15	26.77	54.07	43.29	100	100
56	53.04	53.38	54.08	54.15	41.72	54.07	57.28	100	100
57	53.04	53.38	54.08	35.00	26.77	54.07	29.30	40	60
58	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	29.30	80	80
59	53.04	53.38	54.08	54.15	41.72	54.07	57.28	60	80
60	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	60	60
61	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	60	80
62	53.04	53.38	54.08	54.15	41.72	54.07	57.28	40	60
63	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	60	80
64	31.373	33.29	35.27	15.84	41.72	25.85	29.30	60	60
65	53.04	53.38	54.08	54.15	41.72	39.96	43.29	100	40
66	53.04	53.38	35.27	54.15	41.72	54.07	43.29	40	60
67	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	100	100
68	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	43.29	40	100
69	53.04	53.38	35.27	54.15	41.72	54.07	43.29	80	100

70	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	40	20
71	53.04	53.38	35.27	35.00	26.77	54.07	43.29	60	60
72	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	100	80
73	53.04	53.38	35.27	35.00	41.72	54.07	43.29	40	20
74	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	100	100
75	53.04	53.38	54.08	54.15	41.72	54.07	43.29	100	100
76	53.04	53.38	54.08	35.00	26.77	54.07	57.28	60	60
77	53.04	53.38	35.27	35.00	26.77	25.85	43.29	100	80
78	53.04	33.29	35.27	54.15	41.72	39.96	43.29	80	100
79	53.04	53.38	35.27	35.00	26.77	39.96	43.29	100	100
80	53.04	33.29	35.27	54.15	56.68	54.07	43.29	60	40
81	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	40	20
82	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	40	80
83	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	100	100
84	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	100	100
85	53.04	53.38	35.27	54.15	41.72	54.07	57.28	100	100
86	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	100	80
87	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	43.29	100	80
88	53.04	53.38	54.08	54.15	26.77	54.07	43.29	100	80
89	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	100	100
90	53.04	53.38	54.08	54.15	41.72	54.07	43.29	60	60
91	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	43.29	80	80
92	53.04	53.38	54.08	54.15	41.72	25.85	43.29	60	80
93	31.373	33.29	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	60	60
94	53.04	53.38	54.08	54.15	41.72	54.07	43.29	40	40
95	53.04	53.38	35.27	35.00	41.72	54.07	29.30	100	80
96	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	100	80
97	53.04	53.38	54.08	54.15	41.72	54.07	43.29	60	100
98	53.04	53.38	54.08	54.15	41.72	54.07	57.28	80	100
99	53.04	53.38	54.08	54.15	41.72	54.07	43.29	100	100
100	53.04	53.38	54.08	35.00	26.77	54.07	43.29	100	100
101	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	43.29	100	100
102	53.04	53.38	54.08	54.15	41.72	54.07	43.29	100	100
103	53.04	53.38	54.08	54.15	41.72	39.96	57.28	80	100
104	53.04	33.29	16.47	35.00	26.77	25.85	29.30	20	20
105	31.373	33.29	35.27	35.00	41.72	39.96	43.29	80	40

106	31.373	33.29	35.27	35.00	41.72	25.85	43.29	60	60
107	53.04	53.38	54.08	54.15	41.72	39.96	43.29	40	80
108	53.04	53.38	54.08	15.84	41.72	25.85	57.28	40	40
109	31.373	33.29	35.27	35.00	41.72	25.85	29.30	80	80
110	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	60	40
111	53.04	53.38	35.27	35.00	41.72	54.07	43.29	80	80
112	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	43.29	60	100
113	53.04	33.29	35.27	35.00	41.72	54.07	43.29	80	80
114	53.04	53.38	54.08	54.15	41.72	54.07	43.29	80	100
115	53.04	53.38	54.08	35.00	56.68	54.07	57.28	60	80
116	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	60	60
117	53.04	53.38	54.08	54.15	41.72	39.96	29.30	40	80
118	53.04	53.38	54.08	54.15	41.72	25.85	29.30	60	100
119	53.04	53.38	54.08	54.15	41.72	25.85	43.29	20	60
120	53.04	53.38	54.08	54.15	41.72	54.07	43.29	40	80
121	53.04	53.38	35.27	35.00	41.72	39.96	29.30	100	100
122	53.04	53.38	54.08	54.15	41.72	54.07	43.29	100	40
123	53.04	53.38	54.08	54.15	41.72	54.07	57.28	100	100
124	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	43.29	80	80
125	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	43.29	60	80
126	31.373	33.29	35.27	54.15	41.72	25.85	43.29	60	60
127	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	40	100
128	31.373	33.29	35.27	35.00	26.77	25.85	43.29	60	60
129	31.373	33.29	16.47	35.00	41.72	25.85	29.30	80	20
130	31.373	33.29	35.27	35.00	41.72	25.85	29.30	40	60
131	31.373	33.29	35.27	35.00	41.72	39.96	43.29	100	80
132	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	100	80
133	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	100	100
134	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	100	80
135	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	80	100
136	53.04	53.38	54.08	54.15	41.72	54.07	57.28	100	80
137	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	100	60
138	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	80	100
139	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	80	40
140	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	60	80
141	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	40	80

142	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	80	80
143	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	80	100
144	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	80	100
145	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	40	60
146	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	80	80
147	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	29.30	100	100
148	31.373	33.29	35.27	35.00	26.77	11.74	29.30	20	40
149	31.373	33.29	35.27	35.00	41.72	25.85	43.29	60	40
150	53.04	53.38	35.27	35.00	41.72	25.85	43.29	60	80
151	31.373	33.29	35.27	35.00	41.72	25.85	43.29	80	80
152	31.373	33.29	35.27	35.00	41.72	39.96	43.29	40	40
153	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	100	100
154	53.04	53.38	54.08	54.15	41.72	54.07	43.29	80	80
155	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	100	100
156	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	80	100
157	31.373	33.29	35.27	35.00	41.72	39.96	43.29	40	80
158	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	100	100
159	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	80	80
160	53.04	53.38	54.08	54.15	41.72	54.07	57.28	80	100
161	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	40	80
162	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	60	100
163	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	80	100
164	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	100	100
165	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	80	80
166	53.04	53.38	54.08	54.15	41.72	54.07	57.28	100	100
167	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	43.29	100	100
168	31.373	33.29	35.27	35.00	41.72	11.74	43.29	100	100
169	31.373	33.29	35.27	35.00	41.72	11.74	15.32	40	80
170	53.04	33.29	54.08	54.15	56.68	54.07	1.33	60	60
171	53.04	53.38	54.08	54.15	41.72	54.07	43.29	60	60
172	53.04	53.38	54.08	54.15	41.72	54.07	43.29	100	60
173	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	100	80
174	53.04	53.38	54.08	54.15	41.72	54.07	29.30	100	100
175	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	43.29	80	100
176	31.373	33.29	35.27	35.00	41.72	11.74	43.29	60	80
177	53.04	53.38	54.08	54.15	41.72	54.07	43.29	80	80

178	53.04	53.38	54.08	35.00	56.68	54.07	57.28	60	80
179	53.04	53.38	54.08	54.15	41.72	54.07	57.28	80	100
180	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	60	80
181	53.04	53.38	35.27	54.15	41.72	54.07	43.29	100	60
182	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	29.30	100	80
183	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	39.96	43.29	80	80
184	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	80	80
185	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	39.96	29.30	100	100
186	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	43.29	80	60
187	53.04	53.38	54.08	54.15	41.72	54.07	43.29	60	60
188	53.04	53.38	54.08	54.15	41.72	54.07	57.28	80	60
189	53.04	53.38	54.08	54.15	41.72	54.07	43.29	60	80
190	31.373	33.29	35.27	35.00	41.72	25.85	43.29	60	80
191	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	60	80
192	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	100	100
193	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	43.29	100	60
194	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	43.29	80	100
195	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	29.30	80	40
196	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	100	100
197	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	43.29	80	80
198	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	39.96	29.30	60	80
199	53.04	53.38	35.27	54.15	41.72	39.96	29.30	60	80
200	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	43.29	80	80
201	53.04	53.38	54.08	54.15	41.72	54.07	43.29	60	80
202	53.04	53.38	54.08	54.15	41.72	54.07	57.28	60	40
203	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	40	80
204	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	43.29	60	80
205	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	60	40
206	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	60	100
207	53.04	53.38	54.08	54.15	41.72	54.07	57.28	60	60
208	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	43.29	80	100
209	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	100	80
210	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	40	80
211	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	40	80
212	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	60	80
213	9.705	13.20	16.47	15.84	26.77	54.07	29.30	60	60

214	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	80	100
215	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	60	80
216	31.373	33.29	35.27	35.00	56.68	54.07	57.28	60	60
217	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	100	100
218	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	43.29	60	60
219	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	60	80
220	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	100	100
221	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	100	60
222	53.04	53.38	54.08	54.15	41.72	54.07	57.28	60	60
223	53.04	53.38	54.08	54.15	41.72	54.07	43.29	60	60
224	31.373	13.20	35.27	35.00	41.72	54.07	43.29	20	40
225	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	60	60
226	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	43.29	60	80
227	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	60	60
228	53.04	53.38	54.08	54.15	41.72	54.07	43.29	60	100
229	53.04	53.38	54.08	54.15	41.72	54.07	43.29	60	60
230	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	60	80
231	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	60	60
232	31.373	13.20	35.27	35.00	26.77	54.07	43.29	60	60
233	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	60	60
234	9.705	13.20	16.47	15.84	26.77	54.07	57.28	60	60
235	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	40	80
236	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	29.30	60	60
237	-33.63	-26.97	-21.14	-22.46	-3.136	54.07	57.28	60	60
238	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	40	60
239	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	80	100
240	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	80	80
241	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	100	100
242	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	20	60
243	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	60	20
244	53.04	53.38	54.08	54.15	41.72	54.07	57.28	80	80
245	9.705	13.20	16.47	15.84	26.77	54.07	43.29	40	60
246	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	100	100
247	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	60	60
248	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	43.29	80	80
249	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	80	100

250	53.04	33.29	54.08	54.15	41.72	39.96	43.29	60	20
251	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	80	100
252	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	80	100
253	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	80	100
254	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	43.29	100	100
255	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	43.29	60	100
256	53.04	53.38	35.27	35.00	26.77	25.85	29.30	60	60
257	31.373	33.29	35.27	35.00	41.72	25.85	29.30	80	40
258	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	100	100
259	31.373	33.29	35.27	35.00	41.72	25.85	43.29	20	60
260	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	60	60
261	53.04	33.29	54.08	35.00	56.68	54.07	57.28	100	100
262	53.04	53.38	54.08	35.00	56.68	54.07	57.28	80	100
263	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	43.29	100	60
264	53.04	53.38	54.08	54.15	41.72	54.07	57.28	100	100
265	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	43.29	60	60
266	53.04	53.38	54.08	54.15	41.72	39.96	43.29	100	60
267	31.373	33.29	35.27	35.00	41.72	25.85	43.29	100	100
268	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	100	100
269	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	100	100
270	53.04	53.38	54.08	54.15	41.72	54.07	57.28	100	80
271	31.373	33.29	35.27	35.00	41.72	25.85	43.29	80	40
272	53.04	53.38	54.08	54.15	41.72	54.07	57.28	80	100
273	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	100	100
274	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	100	40
275	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	100	60
276	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	100	80
277	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	100	80
278	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	100	80
279	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	100	100
280	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	43.29	80	100
281	53.04	53.38	35.27	35.00	41.72	39.96	43.29	60	80
282	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	43.29	100	100
283	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	100	100
284	53.04	53.38	54.08	54.15	41.72	54.07	43.29	100	60
285	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	100	100

286	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	80	80
287	53.04	53.38	54.08	54.15	41.72	39.96	43.29	100	100
288	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	100	100
289	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	80	100
290	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	80	100
291	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	43.29	80	80
292	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	60	80
293	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	60	80
294	53.04	53.38	54.08	54.15	41.72	54.07	57.28	60	60
295	53.04	53.38	54.08	54.15	41.72	54.07	43.29	80	80
296	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	43.29	100	80
297	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	80	80
298	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	100	100
299	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	60	80
300	53.04	53.38	54.08	54.15	-3.136	54.07	57.28	80	100
301	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	43.29	60	80
302	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	60	60
303	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	60	60
304	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	80	100
305	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	60	60
306	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	60	60
307	31.373	33.29	35.27	35.00	41.72	25.85	43.29	80	80
308	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	29.30	60	60
309	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	40	60
310	9.705	13.20	16.47	15.84	26.77	54.07	29.30	40	60
311	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	80	80
312	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	80	100
313	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	43.29	80	80
314	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	100	80
315	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	60	60
316	53.04	53.38	54.08	35.00	41.72	39.96	43.29	80	80
317	53.04	53.38	54.08	54.15	41.72	54.07	43.29	60	60
318	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	60	60
319	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	100	80
320	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	100	100
321	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	100	80

322	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	100	100
323	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	80	100
324	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	100	60
325	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	100	100
326	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	100	100
327	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	100	80
328	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	100	100
329	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	100	100
330	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	100	100
331	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	100	100
332	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	100	100
333	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	25.85	57.28	20	20
334	53.04	53.38	54.08	54.15	41.72	54.07	43.29	80	100
335	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	80	60
336	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	20	80
337	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	80	60
338	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	80	80
339	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	60	80
340	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	80	80
341	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	100	80
342	53.04	53.38	54.08	54.15	41.72	54.07	57.28	60	60
343	9.705	13.20	16.47	15.84	26.77	54.07	57.28	60	60
344	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	100	80
345	53.04	53.38	54.08	54.15	41.72	54.07	57.28	100	100
346	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	100	100
347	31.373	33.29	35.27	35.00	41.72	25.85	43.29	60	60
348	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	80	80
349	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	80	80
350	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	43.29	100	100
351	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	100	80
352	53.04	53.38	35.27	54.15	41.72	54.07	43.29	80	80
353	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	80	100
354	31.373	33.29	35.27	35.00	41.72	25.85	29.30	60	60
355	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	100	100
356	31.373	33.29	35.27	35.00	41.72	11.74	29.30	60	60
357	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	100	100

358	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	100	100
359	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	60	100
360	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	100	100
361	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	80	60
362	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	60	60
363	31.373	33.29	35.27	35.00	41.72	25.85	43.29	80	60
364	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	100	100
365	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	100	80
366	53.04	53.38	54.08	54.15	41.72	54.07	57.28	100	100
367	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	60	60
368	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	43.29	60	100
369	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	25.85	43.29	80	100
370	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	60	100
371	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	100	80
372	31.373	33.29	35.27	35.00	41.72	25.85	43.29	100	100
373	53.04	53.38	54.08	35.00	41.72	54.07	43.29	60	60
374	53.04	53.38	54.08	54.15	41.72	39.96	43.29	80	80
375	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	100	80
376	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	100	80
377	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	100	80
378	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	60	80
379	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	80	80
380	53.04	53.38	35.27	54.15	41.72	39.96	43.29	100	80
381	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	80	80
382	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	39.96	57.28	100	100
383	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	80	80
384	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	25.85	57.28	80	60
385	53.04	53.38	35.27	54.15	41.72	54.07	57.28	80	100
386	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	100	80
387	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	100	80
388	53.04	53.38	54.08	54.15	41.72	54.07	43.29	100	80
389	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	80	60
390	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	80	80
391	53.04	53.38	54.08	54.15	41.72	54.07	57.28	80	60
392	53.04	53.38	54.08	54.15	56.68	54.07	57.28	100	80

Lampiran 5 HASIL ANALISIS DESKRIPTIF

1. Analisis Deskriptif Variabel *Saving behaviour dan Saving intention*
 - a. Analisis Deskriptif Tiap Indikator Variabel *Saving behaviour dan Saving intention*

NO	Saving behaviour				Saving intention				
	PM1	PM2	PM3	Total	NM1	NM2	NM3	NM4	Total
384	2	3	2	7.0	3	3	3	3	12
385	3	3	2	8.0	4	4	4	4	16
386	3	4	3	10.0	4	4	4	4	16
387	4	4	4	12.0	4	4	4	4	16
388	4	5	4	13.0	4	5	5	4	18
389	3	3	2	8.0	3	4	3	3	13
390	3	3	2	8.0	4	4	4	4	16
391	3	3	2	8.0	2	2	3	3	10
392	3	3	2	8.0	4	4	4	5	17
	3.60	3.78	3.41	3.60	3.88	4.02	3.73	3.83	3.86

- b. Analisis Deskriptif Skor

Variabel Saving behaviour

Rata-rata	10.79					
Standar Deviasi	2.73					
Min	3.0					
Max	15.0					
Interval	Kategori	Aplikasi Rumus	Mean	10.79	Jumlah	Persentase
			SD	2.73		
$X < M-1SD$	Rendah	$X < 8.07$	M-1SD	8.07	71	18.11
$M-1SD \leq X < M+1SD$	Sedang	$8.07 \leq X < 13.52$	M+1SD	13.52	270	68.88
$M+1SD \leq X$	Tinggi	$X \geq 13.52$	M+1SD	13.52	51	13.01
					392	100.00

Variabel Saving inetention

Rata-rata	15.5					
Standar Deviasi	3.1					
Min	4.0					
Max	20.0					
Interval	Kategori	Aplikasi Rumus	Mean	15.46	Jumlah	Persentase
			SD	3.08		
$X < M-1SD$	Rendah	$X < 12.38$	M-1SD	12.38	63	16.07
$M-1SD \leq X < M+1SD$	Sedang	$12.38 \leq X < 18.53$	M+1SD	18.53	283	72.19
$M+1SD \leq X$	Tinggi	$X \geq 18.53$	M+1SD	18.53	46	11.73
					392	100.00

2. Analisis Deskriptif Variabel Sikap dan Norma Subjektif

a. Analisis Deskriptif Tiap Indikator Variabel Sikap dan Norma Subjektif

No	Sikap					Norma Subjektif					
	SK1	SK2	SK3	SK4	Total	NS1	NS2	NS3	NS4	NS5	Total
384	3	3	3	3	12	3	5	3	1	4	16
385	4	4	4	3	15	4	4	4	2	4	18
386	4	4	3	4	15	5	5	3	2	4	19
387	5	4	4	4	17	4	5	3	3	4	19
388	5	4	4	4	17	5	5	4	3	4	21
389	4	4	5	4	17	2	5	2	4	3	16
390	3	4	4	4	15	3	4	4	3	4	18
391	2	2	3	3	10	3	4	2	2	3	14
392	4	4	4	5	17	5	3	3	5	3	19
	3.76	3.97	3.92	3.83	3.87	3.58	3.89	3.69	3.19	3.79	3.62

b. Analisis Deskriptif Skor Variabel Sikap

Rata-rata	15.48					
Standar Deviasi	2.50					
Min	4.00					
Max	20.00					
Interval	Kategori	Aplikasi Rumus	Mean	15.48	Jumlah	Persentase
			SD	2.50		
$X < M-1SD$	Rendah	$X < 12.98$	M-1SD	12.98	59	15.05
$M-1SD \leq X < M+1SD$	Sedang	$12.98 \leq X < 17.99$	M+1SD	17.99	268	68.37
$M+1SD \leq X$	Tinggi	$X \geq 17.99$	M+1SD	17.99	65	16.58
					392	100.00

Variabel Norma Subjektif

Rata-rata	18.1					
Standar Deviasi	3.0					
Min	5.0					
Max	25.0					
Interval	Kategori	Aplikasi Rumus	Mean	18.12	Jumlah	Persentase
			SD	2.99		
$X < M-1SD$	Rendah	$X < 15.13$	M-1SD	15.13	68	17.35
$M-1SD \leq X < M+1SD$	Sedang	$15.13 \leq X < 21.11$	M+1SD	21.11	290	73.98
$M+1SD \leq X$	Tinggi	$X \geq 21.11$	M+1SD	21.11	34	8.67
					392	100.00

3. Analisis Deskriptif Variabel Kontrol Perilaku dan Religiositas
 a. Analisis Deskriptif Tiap Indikator Variabel Kontrol Perilaku dan Religiositas

No	Kontrol Perilaku				Religiositas								Total
	PBC1	PBC2	PBC2	Total	RG1	RG2	RG2	RG3	RG4	RG5	RG6	Total	
384	4	4	4	12	5	5	4	5	4	5	5	33.00	
385	4	4	4	12	5	5	5	5	5	5	5	35.00	
386	4	4	4	12	5	5	5	5	5	5	5	35.00	
387	3	3	3	9	5	5	5	5	4	5	4	33.00	
388	3	2	3	8	5	5	5	5	5	5	5	35.00	
389	4	4	4	12	5	5	5	5	5	5	5	35.00	
390	3	3	3	9	5	5	5	5	4	5	5	34.00	
391	4	4	4	12	5	5	5	5	5	5	5	35.00	
	3.79	3.78	3.79	3.78	4.86	4.83	4.78	4.78	4.55	4.71	4.48	4.71	

b. Analisis Deskriptif Skor Variabel Kontrol Perilaku

Rata-rata	11.3					
Standar Deviasi	2.1					
Min	3.0					
Max	15.0					
Interval	Kategori	Aplikasi Rumus	Mean	11.35	Jumlah	Persentase
			SD	2.09		
$X < M-1SD$	Rendah	$X < 9.26$	M-1SD	9.26	79	20.15
$M-1SD \leq X < M+1SD$	Sedang	$9.26 \leq X < 13.44$	M+1SD	13.44	267	68.11
$M+1SD \leq X$	Tinggi	$X \geq 13.44$	M+1SD	13.44	46	11.73
					392	100.00

Variabel Religiositas

Rata-rata	33.0						
Standar Deviasi	3.3						
Min	6.0						
Max	35.0						
					Kategori	Jlh	%
Min	6.0	Min + 1 interval	13.25	$x \leq 13.25$	Rendah	1	0.26
Max	35	Min + 2 interval	20.50	$13.25 < x \leq 20.50$	Sedang	36	9.18
jarak nilai max dan min	29	Min + 3 interval	27.75	$20.50 < x \leq 27.75$	Tinggi	355	90.56
banyaknya kategori	4					392	100
jarak antar kelas interval	7.3						

4. Analisis Deskriptif Variabel Pengetahuan
 a. Analisis Deskriptif Tiap Indikator Variabel Pengetahuan (Akad)

Jawaban	KN1 (%)	KN2 (%)	KN3 (%)	KN4 (%)	KN5 (%)
Benar	57.4	86.2	46.4	92.6	90.8
Salah	42.6	13.8	53.6	7.4	9.2
Rata-rata	74.69				

Pengetahuan (Operasional)

Jawaban	KN6 (%)	KN7 (%)	KN8 (%)	KN9 (%)	KN10 (%)
Benar	88.0	91.8	50.8	66.1	89.5
Salah	12.0	8.2	49.2	33.9	10.5
Rata-rata	77.24				

b. Analisis Deskriptif Skor Pengetahuan Pengetahuan Akad

Rata-rata	74.7					
Standar Deviasi	21.5					
Min	20.0					
Max	100.0					
Interval	Kategori	Aplikasi Rumus	Mean	74.69	Jlh	%
			SD	21.51		
$X < M-1SD$	Rendah	$X < 53.18$	M-1SD	53.18	45	11.48
$M-1SD \leq X < M+1SD$	Sedang	$53.18 \leq X < 96.21$	M+1SD	96.21	224	57.14
$M+1SD \leq X$	Tinggi	$X \geq 96.21$	M+1SD	96.21	123	31.38
					392	100.00

Pengetahuan Operasional

Rata-rata	77.24					
Standar Deviasi	20.04					
Min	20.00					
Max	100.00					
Interval	Kategori	Aplikasi Rumus	Mean	77.24	Jlh	%
			SD	20.04		
$X < M-1SD$	Rendah	$X < 57.21$	M-1SD	57.21	32	8.16
$M-1SD \leq X < M+1SD$	Sedang	$57.21 \leq X < 97.28$	M+1SD	97.28	237	60.46
$M+1SD \leq X$	Tinggi	$X \geq 97.28$	M+1SD	97.28	123	31.38
					392	100.00

Lampiran 6 ANALISIS OUTER MODEL

Sebelum Penghapusan

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Kontrol Perilaku	0.823	0.894	0.738
Saving Intention	0.865	0.908	0.711
Norma Subjektif	0.671	0.789	0.439
Pengetahuan	0.649	0.850	0.740
Saving behaviour	0.848	0.908	0.766
Religiositas	0.914	0.932	0.666
Sikap	0.836	0.891	0.671

Outer Loadings

	Kontrol Perilaku	Saving Intention	Norma Subjektif	Pengetahuan	Saving behaviour	Religiositas	Sikap
KN1				0.878			
KN2				0.841			
NM1		0.847					
NM2		0.833					
NM3		0.848					
NM4		0.845					
NS1			0.676				
NS2			0.779				
NS3			0.695				
NS4			0.385				
NS5			0.706				
PBC1	0.845						
PBC2	0.873						
PBC3	0.859						
PM1					0.889		
PM2					0.885		
PM3					0.851		
RG1						0.874	
RG2						0.885	
RG3						0.912	
RG4						0.887	
RG5						0.753	
RG6						0.688	
RG7						0.677	
SK1							0.812
SK2							0.807
SK3							0.845
SK4							0.812

Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)

	Kontrol Perilaku	Saving intention	Norma Subjektif	Pengetahuan	Saving behaviour	Religiositas	Sikap
Kontrol Perilaku							
Saving intention	0.725						
Norma Subjektif	0.680	0.796					
Pengetahuan	0.366	0.411	0.502				
Saving behaviour	0.639	0.803	0.616	0.352			
Religiositas	0.394	0.341	0.275	0.396	0.291		
Sikap	0.672	0.772	0.736	0.461	0.686	0.289	

Setelah Penghapusan

Construct Reliability and Validity

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Kontrol Perilaku	0.823	0.894	0.738
Saving intention	0.865	0.908	0.711
Norma Subjektif	0.697	0.814	0.524
Pengetahuan	0.649	0.850	0.740
Saving behaviour	0.848	0.908	0.766
Religiositas	0.914	0.932	0.666
Sikap	0.836	0.891	0.671

Outer Loadings

	Kontrol Perilaku	Saving intention	Norma Subjektif	Pengetahuan	Saving behaviour	Religiositas	Sikap
KN1				0.878			
KN2				0.841			
NM1		0.847					
NM2		0.833					
NM3		0.848					
NM4		0.845					
NS1			0.673				
NS2			0.792				
NS3			0.702				
NS5			0.722				
PBC1	0.845						
PBC2	0.873						
PBC3	0.859						
PM1					0.889		
PM2					0.885		
PM3					0.851		

RG1						0.874	
RG2						0.885	
RG3						0.912	
RG4						0.887	
RG5						0.753	
RG6						0.688	
RG7						0.677	
SK1							0.812
SK2							0.807
SK3							0.845
SK4							0.812

Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)

	Kontrol Perilaku	Saving intention	Norma Subjektif	Pengetahuan	Saving Behaviour	Religiositas	Sikap
Kontrol Perilaku							
Saving intention	0.725						
Norma Subjektif	0.670	0.790					
Pengetahuan	0.366	0.411	0.534				
Saving behaviour	0.639	0.803	0.614	0.352			
Religiositas	0.394	0.341	0.289	0.396	0.291		
Sikap	0.672	0.772	0.760	0.461	0.686	0.289	

Lampiran 7 Uji HIPOTESIS

Fit Summary

	Saturated Model
SRMR	0.086
d_ ULS	1.232
d_G	0.619
Chi-Square	1338.958
NFI	0.928

Hipotesis	Original Sample (O)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Saving intention -> Saving behaviour	0.690	17.624	0.000
Norma Subjektif -> Saving intention	0.272	5.421	0.000
PBC -> Saving intention	0.267	4.781	0.000
Pengetahuan -> Saving intention	0.009	0.235	0.814
Pengetahuan -> Sikap	0.291	6.297	0.000
Religiositas -> Saving intention	0.064	1.500	0.134
Religiositas -> Sikap	0.168	3.340	0.001
Sikap -> Saving intention	0.330	5.468	0.000

R Square

	R Square	R Square Adjusted
Saving intention	0.571	0.566
Saving behaviour	0.476	0.475
Sikap	0.142	0.140

f Square

	Saving intentiong	Saving behaviour	Sikap
Kontrol Perilaku	0.100		
Saving intention		0.908	
Norma Subjektif	0.101		
Pengetahuan	0.000		0.090
Saving behaviour			
Religiositas	0.008		0.030
Sikap	0.141		

Q Square

	Q² (=1-SSE/SSO)
Kontrol Perilaku	
Saving intention	0.394
Norma Subjektif	
Pengetahuan	
Saving behaviour	0.357
Religiositas	
Sikap	0.092

Lampiran 8 UJI KRUSKAL-WALLIS TEST

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		392
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.72566870
Most Extreme Differences	Absolute	.151
	Positive	.078
	Negative	-.151
Kolmogorov-Smirnov Z		2.980
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Ranks			
	Pendapatan	N	Mean Rank
Saving behaviour	Kurang dari Rp. 2.000.000	63	166.88
	Rp 2.000.001 sd Rp. 4.000.000	171	197.08
	Rp 4.000.001 sd Rp. 6.000.000	100	226.92
	Rp 6.000.001 sd Rp. 8.000.000	35	182.04
	Rp 8.000.001 sd Rp. 10.000.000	13	192.77
	Lebih dari Rp 10.000.000	10	124.40
	Total	392	

Test Statistics^{a,b}	
	Saving behaviour
Chi-Square	1.421
df	5
Asymp. Sig.	.006
a. Kruskal Wallis Test	
b. Grouping Variable: Pendapatan	

Lampiran 9 UJI KORELASI

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
	Unstandardized Residual	
N	392	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.29558432
Most Extreme Differences	Absolute	.081
	Positive	.048
	Negative	-.081
Kolmogorov-Smirnov Z	1.611	
Asymp. Sig. (2-tailed)	.011	
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Correlations						
		Pengetahuan tentang operasional	Pengetahuan tentang akad	Saving intention	Sikap	
Spearman's rho	Pengetahuan tentang operasional	Correlation Coefficient	1.000	.494**	.240**	.305**
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.000
		N	392	392	392	392
	Pengetahuan tentang akad	Correlation Coefficient	.494**	1.000	.315**	.335**
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.000
		N	392	392	392	392
	Saving intention	Correlation Coefficient	.240**	.315**	1.000	.633**
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.000
		N	392	392	392	392
	Sikap	Correlation Coefficient	.305**	.335**	.633**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.
		N	392	392	392	392

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

Lampiran 10 UJI MANN-WHITNEY TEST

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4133.47699327
Most Extreme Differences	Absolute	.239
	Positive	.239
	Negative	-.214
Kolmogorov-Smirnov Z		1.851
Asymp. Sig. (2-tailed)		.002
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Test of Homogeneity of Variance					
		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
DPK	Based on Mean	118.442	1	58	.000
	Based on Median	28.929	1	58	.000
	Based on Median and with adjusted df	28.929	1	39.347	.000
	Based on trimmed mean	102.429	1	58	.000

Ranks				
	Alasan	N	Mean Rank	Sum of Ranks
DPK	Sesuai prinsip syariah	36	23.36	841.00
	Selain prinsip syariah	24	41.21	989.00
	Total	60		

Test Statistics^a	
	DPK
Mann-Whitney U	175.000
Wilcoxon W	841.000
Z	-3.878
Asymp. Sig. (2-tailed)	.000

a. Grouping Variable: Alasan

Lampiran 11 DOKUMENTASI KEGIATAN PENELITIAN

Kegiatan Pengumpulan Data di Kota Semarang



Kegiatan Pengumpulan Data di Kota Surakarta



Kegiatan Pengumpulan Data di Kota Pekalongan



Kegiatan Pengumpulan Data di Kab Banyumas



Kegiatan Pengumpulan Data di Kab Kudus



Lampiran 12 KETERANGAN PENELITIAN



SURAT KETERANGAN
NOMOR SKT-10/KR.0301/2022

Dengan ini, Kantor Otoritas Jasa Keuangan Regional 3 Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta menerangkan bahwa:

Nama : Purwanto
Fakultas/Jurusan/Prodi : Program Doktor Studi Islam
Universitas : Universitas Islam Negeri Walisongo Pascasarjana

Sedang melaksanakan penelitian dengan judul "Religiusitas dan Pengetahuan dalam Perilaku menabung pada Bank Syariah di Jawa Tengah (Pengembangan *Theory of Planned Behaviour*) di Kantor Otoritas Jasa Keuangan Regional 3 Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 30 Desember 2022
Kepala Bagian Administrasi
Kantor Regional 3 Jawa Tengah
dan Daerah Istimewa Yogyakarta

Eka Budikurniawan

Kp. : D.03/KR.030144

Lampiran 1 RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Purwanto
2. Tempat & Tgl. Lahir : Aceh Barat, 28 Februari 1989
3. Alamat Rumah : Perum Graha Cantika Blok D-3, Kec Tempuran, Kab Magelang
4. HP : 085212222068
5. E-mail : purwanto@staia-sw.or.id

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
 - a. SD : 2002, SDN 3 Silabuhan
 - b. SMP : 2004, SMPN 1 Gunung Meriah
 - c. SMA : 2008, SMAN 1 Gunung Meriah
 - d. Sarjana : 2011, STEI Yogyakarta
 - e. Magister : 2014, UII Yogyakarta
 - f. Doktor : 2024, UIN Walisongo Semarang
2. Pendidikan Non-Formal
 - a. Workshop Academic Writing Jurnal Internasional Bereputasi "**One Day One Paragraph**"
 - b. How to Strengthen Your Thesis Statement in Ph.D/Master Research
 - c. Kuliah Halal I Smester yang diselenggarakan oleh ITB Halal Center
 - d. "Workshop Kualitatif Research N-Vivo 12 Plus" yang diselenggarakan oleh E-Bizmark Solutions.
 - e. "WORKSHOP SMART PLS" Yang diselenggarakan oleh E-Bizmark Solutions.

C. Prestasi Akademik

1. Penerima hibah dari kementerian agama dalam penelitian
2. Dosen dengan publikasi terbanyak

D. Karya Ilmiah

No	Judul Penelitian	Publikasi	Tahun
1	Islamophobia In The Netherlands: The Adaptation Strategy Of Indonesian Moslem Diaspora In The Netherlands In Responding To The Anti-Islam Issues	QIJIS (Qudus International Journal of Islamic Studies)	2024
2	Religious confusion and emptiness: Evaluating the impact of online Islamic learning among Indonesian Muslim adolescents	HTS Teologiese Studies / Theological Studies,	2024
3	Attitude and Behaviour Intention of Muslim Z Generation to Save in Islamic Banks: The Role of Knowledge and Religiosity	Economica: Jurnal Ekonomi Islam	2023
4	Edukasi Pencatatan Laporan Keuangan Sederhana Bagi Pelaku Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM)	As-Sidanah: Jurnal Pengabdian Masyarakat	2023
5	Pengetahuan dan Religiusitas Terhadap Niat Nasabah Menggunakan Produk Pembiayaan Pada Bank Wakaf Mikro	ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting	2023
6	Analisis Kepuasan Pelanggan Homestay Syariah Desa Bahasa Borobudur: dengan Pendekatan Teori Tradisional Dimension	ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting	2023
7	Adoption of Islamic microfinance in Indonesia an empirical investigation: an extension of the theory of planned behaviour	Cogent Business & Management	2022
8	Joint Liability Based Financing To Prevent Non-Performing Financing In Bank Wakaf Mikro	International Journal of Islamic Business and Economics (IJIBEC)	2022

9	Intention to Use Financing Products of Muamalat Banks in Polewali Mandar	NUantara Islamic Economic Journal	2022
10	Behavior Intention to Use Online Zakat: Application of Technology Acceptance Model with Development	ZISWAF: Jurnal Zakat dan Wakaf	2021
11	Financing of The Medium, Small and Micro Enterprises Sector By Sharia Banking: Positive Effects on Economic Growth and Negative Effects on Income Inequality	Ikonomika : Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam	2021
12	Society Attitudes and Intentions to Use Products in Sharia Bank of Aceh: The Role of Religiosity and Social Influence	ABAC Journal	2021
13	Electronic money adoption in Indonesia	Technology Reports of Kansai University	2020
14	Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan dalam Niat Pembelian Kosmetik Halal: Studi Pada Mahasiswa di Kabupaten Magelang	Ecoplan	2020
15	Risiko Pembiayaan Pada Bank Syariah di Indonesia: Tinjauan Atas Pembiayaan Berbasis Bagi Hasil	Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah	2020
16	Meningkatkan Profitabilitas Perbankan Syariah Melalui Pembiayaan Sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah	Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)	2019
17	Funding Agriculture Contribution of Sharia Bank Sector to Farmer Welfare in Sumatera Island Period 2016-2017	Share Journal of Islamic Economics and Finance	2018
18	Fungsi Intermediary Bank Aceh Setelah Melakukan Konversi Menjadi Bank Umum Syariah	Ihtifaz: Journal of Islamic Economics,	2018

