

**ANALISIS PENGARUH LITERASI, PROMOSI, DAN
RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT MENABUNG
MASYARAKAT DI BANK SYARIAH
(Studi Kasus Pada Masyarakat Kecamatan Ngaliyan Semarang)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Dalam Strata S.1 (S1)
Jurusan Perbankan Syariah**



Disusun oleh:

DESELVA INDAH TRISMARYATI

NIM: 1705036058

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

2021

PERSETUJUAN PEMBIMBING



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

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

Lamp : 4 (Empat) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi

An. Saudara. Deselva Indah Trismaryati

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb

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

Nama : Deselva Indah Trismaryati

NIM : 1705036058

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Judul Skripsi : ANALISIS PENGARUH LITERASI, PROMOSI, DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT MENABUNG MASYARAKAT DI BANK SYARIAH (Studi Kasus Pada Masyarakat Kecamatan Ngaliyan Semarang)

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 4 Mei 2021

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. H. Imam Yahya, M.Ag.

Cita Sary Dja'akum, SHL., MEI

NIP.19700410 199503 1 001

NIP.19820422 201503 2 004

PENGESAHAN



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

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

PENGESAHAN

Skripsi Saudara : Deselva Indah Trismaryati
NIM : 1705036058
Judul : ANALISIS PENGARUH LITERASI, PROMOSI, DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT MENABUNG MASYARAKAT DI BANK SYARIAH (Studi Kasus Pada Masyarakat Kecamatan Ngaliyan Semarang)

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

14 Juni 2021

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

Semarang, 14 Juni 2021

Ketua Sidang

A. Turmudi, S.H., M.Ag.
NIP.19690708 200501 1 004

Sekretaris Sidang

Dr. H. Imam Yahya, M.Ag.
NIP.19700410 199503 1 001



Penguji I

Prof. Dr. Hj. Siti Mujiyatun, M.Ag.
NIP.19590413 198703 2 001

Penguji II

Dr. H. Wahab, M.M.
NIP.19690908 200003 1 001

Pembimbing I

Dr. H. Imam Yahya, M.Ag.
NIP.19700410 199503 1 001

Pembimbing II

Cita Sary Dja'akum, SHI., MEI
NIP. 19820422 201503 2 004

MOTTO

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ

“Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri.”

(Q.S Ar-Ra'd :11)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah saya mengucapkan rasa syukur atas kehadiran Allah SWT, akhirnya saya bisa menyelesaikan tugas skripsi saya walaupun saya pikir masih memiliki banyak kekurangan. Selain itu, saya persembahkan skripsi ini untuk orang-orang yang saya cintai dan banggakan, yaitu :

1. Kedua orang tua saya yaitu Bapak Sutrisno dan Ibu Maryati yang selalu mencurahkan kasih sayangnnya kepada saya, serta doa dan restu yang selalu saya harapkan didalam semua hal. Semoga Allah senantiasa mencurahkan rahmat serta hidayah-Nya kepada bapak dan ibu.
2. Teruntuk kakak-kakak ku tercinta (Mba Erna dan Mas Imam), dan untuk seluruh anggota keluarga besar sebagai pemberi kebahagiaan dalam hidup saya dan memberikan penyemangat untuk segera menyelesaikan tugas skripsi saya.
3. Teruntuk sahabat-sahabatku tersayang yaitu: Hasna, Novita, Nunik, Evana, Heydita, Tasya dan juga seluruh teman-teman lainnya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu. Kalian semua yang tak pernah henti-hentinya memberikan saya semangat dan motivasi. Selalu menghibur dikala down, selalu menemani saya dalam kondisi apapun, dan terimakasih masih bertahan dengan menerima segala kekurangan saya. Semoga Allah senantiasa melindungi kalian, sukses selalu untuk kalian semua.
4. Kepada teman-teman seangkatan program studi S1 Perbankan Syariah, terutama PBAS-B terimakasih atas kebersamaannya selama perkuliahan yang telah membuat banyak kenangan. Sukses selalu untuk kalian semua.
5. Kepada teman-teman Anggota KKN Dari Rumah Angkatan 75 Kelompok 126 Kebumen-Semarang, Terimakasih atas kerjasama yang singkat selama 45 hari serta atas pengalamannya selama saya di Kebumen. Semoga silaturahmi tetap terjalin dengan baik.

DEKLARASI

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

Semarang, 5 Mei 2021

Deklator,



Deselva Indah Trismaryati
NIM .1705036058

TRANSLITERASI

HURUF ARAB KE HURUF LATIN

Transliterasi adalah suatu hal penting untuk penulisan skripsi karena banyak sekali istilah arab, nama lembaga, nama orang, judul buku wajib disalin ke huruf latin. Guna menjaga eksistensi, maka perlu diterapkan satu transliterasi sebagai berikut :

A. Konsonan

ء = ,,	ز = z	ق = q
ب = b	س = s	ك = k
ت = t	ش = sy	ل = l
ث = ts	ص = sh	م = m
ج = j	ض = dl	ن = n
ح = h	ط = th	و = w
خ = kh	ظ = zh	ه = h
د = d	ع = ,,	ي = y
ذ = dz	غ = gh	
ر = r	ف = f	

B. Vokal

أ : A

إ : I

و : U

C. Diftong

أ ي : AY

أ و : AW

D. Syaddah ()

Tasydid atau Syaddah dilambangkan dengan konsonan ganda seperti ال طب Al-Thib.

E. Kata Sandang (...ال)

Huruf sandang (...ال) dalam huruf latin ditulis dengan al- ... seperti contoh الشماعة : *al-Shina'ah*. Al- jika diawal kalimat ditulis dengan huruf besar, dan jika tidak diawal kalimat maka ditulis dengan huruf kecil.

F. Ta' Marbutah (ة)

Kata ta' marbutah ditulis dengan huruf "h" seperti halnya المشعة الطمعة : Al-ma'isyah al- thabi'iyah.

ABSTRAK

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia sangat pesat, hal ini ditandai dengan banyaknya cabang bank syariah di berbagai daerah di Indonesia, dan munculnya berbagai macam produk perbankan syariah yang membuat masyarakat tertarik untuk menggunakan jasa atau produk perbankan syariah. Selain perbankan syariah di Indonesia juga terdapat bank konvensional. Keduanya saling berlomba-lomba untuk menarik perhatian masyarakat. Hingga saat ini, di Indonesia sendiri masih didominasi oleh bank konvensional, hal ini menandakan bahwa masyarakat lebih memilih menggunakan jasa atau produk bank konvensional. Literasi, promosi dan religiusitas merupakan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku masyarakat untuk mengambil keputusan. Secara tidak langsung menjadi faktor penentu ketertarikan minat masyarakat untuk menggunakan produk dan jasa perbankan syariah. Diantara semua faktor yang disebutkan, memiliki pandangan dan penilaian masing-masing yang cukup beragam. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi, promosi dan religiusitas terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah.

Penelitian dalam skripsi ini menggunakan metode survey dengan menggunakan pendekatan analisis data kuantitatif. Data primer pada penelitian ini diperoleh dengan cara menyebarkan angket kepada masyarakat Kecamatan Ngaliyan yang termasuk dalam sample, sedangkan sumber data sekunder yaitu buku-buku, jurnal, dan juga skripsi yang memiliki hubungan dengan penelitian ini. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh masyarakat kecamatan Ngaliyan dengan jumlah 162,622 jiwa. Teknik penentuan sample dalam penelitian ini adalah dengan cara teknik random sampling atau probability sampling atau sampling acak, sehingga mendapatkan hasil yaitu sebanyak 100 responden. Data dalam penelitian yang sudah didapatkan, selanjutnya akan dianalisis menggunakan alat statistik yaitu *SPSS versi.22* untuk mendukung penelitian. Metode yang digunakan adalah: Analisis statistik deskriptif, analisis uji instrumen (validitas dan reabilitas), uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas), uji regresi linear berganda, dan uji hipotesis (uji R², F, T).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) Literasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah, dibuktikan dari uji t-test memperlihatkan nilai signifikansi adalah sebesar $0,001 < 0,05$ dengan $t_{hitung} 3,353 > t_{tabel} 1,985$. (2) Promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah, dibuktikan dari uji t-test memperlihatkan nilai signifikansi adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dengan $t_{hitung} 4,303 > t_{tabel} 1,985$. (3) Religiusitas secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah, dibuktikan dari uji t-test memperlihatkan nilai signifikansi adalah sebesar $0,113 > 0,05$ dengan $t_{hitung} 1,600 < t_{tabel} 1,985$. (4) Literasi, Promosi, dan Religiusitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah, dibuktikan dari uji F (simultan), memperlihatkan hasil nilai signifikansi adalah $0,000 < 0,05$ dan $F_{hitung} 36,129 > 2,70$. Kemudian berdasarkan uji R² (determinasi) dapat diketahui bahwa R square (R²) menunjukkan angka 0,530 atau 53%, menunjukkan bahwa besarnya pengaruh dari variabel literasi (X1), promosi (X2), dan religiusitas (X3) terhadap variabel minat menabung (Y) sebesar 0,530 atau 53%.

Kata Kunci: Literasi, Promosi, Religiusitas, dan Minat Menabung.

ABSTRACT

The development of Islamic banking in Indonesia is very rapid, this is indicated by the many branches of Islamic banks in various regions in Indonesia, and the emergence of various kinds of Islamic banking products that attract people to use Islamic banking services or products. Apart from Islamic banking in Indonesia, there are also conventional banks. Both are competing with each other to attract people's attention. Until now, in Indonesia itself is still dominated by conventional banks, this indicates that people prefer to use conventional bank services or products. Literacy, promotion and religiosity are factors that can influence people's behavior to make decisions. Indirectly, it is a determining factor for people's interest in using Islamic banking products and services. Among all the factors mentioned, has quite a variety of views and assessments. This study aims to analyze the effect of literacy, promotion and religiosity on people's interest in saving in Islamic banks.

The research of study in this thesis uses a survey method using a quantitative data analysis approach. Primary data in this study were obtained by distributing questionnaires to the people of Ngaliyan District who were included in the sample, while secondary data sources were books, journals, and also theses that were related to this research. The population in this study were all people in Ngaliyan sub-district with a total of 162,622 people. The sampling technique used in this research is random sampling technique or probability sampling or random sampling, so that the results are as many as 100 respondents. The data in the research of study that has been obtained will then be analyzed using statistical tools, namely *SPSS version.22* to support the research. The methods used are: descriptive statistical analysis, instrument test analysis (validity and reliability), classical assumption test (normality, multicollinearity, and heteroscedasticity), multiple linear regression test, and hypothesis testing (R^2 , F, T test).

The research of study showed that: (1) Literacy partially has a significant effect on people's interest in saving in Islamic banks, proven by the result of the t-test that shows a significance value of $0.001 < 0.05$ with t-count $3.353 > t$ -table 1.985. (2) Promotion partially has a significant effect on people's interest in saving in Islamic banks, proven by the result of the t-test that shows a significance value of $0.000 < 0.05$ with t-count $4.303 > t$ -table 1.985. (3) Religiosity partially does not have a significant effect on people's interest in saving in Islamic banks, proven by the result of the t-test that shows a significance value of $0.113 > 0.05$ with t-count $1.600 < t$ -table 1.985. (4) Literacy, Promotion, and Religiosity simultaneously have a significant effect on people's interest in saving in Islamic banks, proven by the F-test (simultaneous) that shows the results of the significant value are $0.000 < 0.05$ and F count $36.129 > 2.70$. Then based on the R^2 test (determination), it can be seen that R square (R^2) shows the number 0.530 or 53%, indicating that the magnitude of the influence of the literacy variable (X1), promotion (X2), and religiosity (X3) on the variable interest in saving (Y) 0.530 or 53%.

Keywords: Literacy, Promotion, Religiosity, and Interest In Saving.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah saya sangat bersyukur atas segala kebaikan dan keberkahan yang telah Allah SWT berikan kepada saya. Selain itu, saya panjatkan shalawat dan juga salam kepada Nabi Muhammad SAW, sampai pada akhirnya saya bisa menyelesaikan tugas skripsi yang telah saya kerjakan dengan judul’ **ANALISIS PENGARUH LITERASI, PROMOSI, DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT MENABUNG MASYARAKAT DI BANK SYARIAH (Studi Kasus Pada Masyarakat Kecamatan Ngaliyan Semarang).**” Skripsi ini bertujuan untuk salah satu syarat dalam menyelesaikan program studi Strata 1 Jurusan S1 Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Dalam hal ini penulis sadar bahwa didalam penyusunan skripsi ini dapat selesai berkat bantuan dan dukungan dari beberapa pihak, pembimbing beserta dorongannya. Melalui kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasihnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H Imam Taufiq, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang beserta para Wakil Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Muhammad Saifullah, M. Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
3. Ibu Heny Yuningrum, S.E., M.Si selaku Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
4. Bapak Dr. H. Imam Yahya, M.Ag selaku Wali Dosen saya yang selalu memberikan nasehat dan masukan selama perkuliahan. Dan juga selaku Pembimbing I yang telah membimbing dengan sabar serta memberikan semangat serta saran didalam penulisan skripsi.
5. Ibu Cita Sary Dja,akum, SHI., MEI selaku Pembimbing II yang telah membimbing dengan sabar dan memberikan saran terkait materi dan tata penulisan skripsi.
6. Segenap Dosen serta Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam khususnya Program Studi S1 Perbankan Syariah.

7. Seluruh pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Semoga semua kebaikan yang telah dilakukan mendapatkan kebaikan dan keberkahan oleh Allah SWT. Penulis menyadari bahwa apa yang telah dilakukan dalam proses pembuatan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, tapi setidaknya hal ini bisa memberikan manfaat untuk dunia akademik dan bagi orang lain.

Semarang, 5 Mei 2021

Penulis,



Deselva Indah Trismaryati

NIM : 1705036058

DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN	iii
MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN	v
DEKLARASI	vi
TRANSLITERASI.....	vii
HURUF ARAB KE HURUF LATIN.....	vii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT.....	xi
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9
D. Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
A. Kerangka Teori	12
1. Literasi.....	12
2. Promosi	14
3. Religiusitas	17
4. Minat menabung.....	19
5. Perbankan Syariah	21
B. Hipotesis	23
C. Kerangka Pemikiran Teoritik.....	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	25
A. Jenis dan Sumber Data	25
1. Data primer	26
2. Data sekunder	26
B. Populasi dan Sample	26
1. Populasi.....	26

2.	Sampel.....	27
C.	Metode Pengumpulan Data	28
1.	Angket (kuesioner).....	28
2.	Dokumentasi	28
D.	Variabel Penelitian dan Pengukuran.....	28
1.	Variabel Penelitian.....	28
2.	Pengukuran Variabel Penelitian.....	29
E.	Teknik Analisis Data.....	32
1.	Analisis Statistik Deskriptif.....	32
2.	Analisis Uji Instrumen	32
3.	Uji Asumsi Klasik	33
4.	Uji Regresi Linear Berganda.....	34
5.	Uji Hipotesis.....	35
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN		36
A.	Gambaran Umum Kecamatan Ngaliyan.....	36
B.	Analisis Deskriptif.....	37
C.	Statistik Deskriptif.....	41
D.	Analisis Data	42
1.	Uji Instrumen Penelitian	42
2.	Uji Asumsi Klasik	45
3.	Regresi Linear Berganda	49
4.	Uji Hipotesis	51
E.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	54
1.	Literasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah.	54
2.	Promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah.	55
3.	Religiusitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah.	56
4.	Literasi, Promosi, dan Religiusitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah.....	58
BAB V PENUTUP.....		59
A.	Kesimpulan.....	60
B.	Saran	61
Daftar Pustaka		62

LAMPIRAN..... 65

Daftar Tabel

Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Usia	39
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Wilayah Kelurahan	40
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Telah Menjadi Nasabah Sekaligus Memiliki Rekening Di Bank Syariah Atau Tidak	41
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif	42
Tabel 4.6 Uji Validitas	43
Tabel 4.7 Uji Reabilitas	45
Tabel 4.8 Uji Normalitas	46
Tabel 4.9 Uji Multikolinearitas	47
Tabel 4.10 Uji Heteroskedastisitas	49
Tabel 4.11 Uji Regresi Linear Berganda	50
Tabel 4.12 Uji R ² (Determinasi)	52
Tabel 4.13 Uji F (Simultan)	52
Tabel 4.14 Uji t ⁻ -test (parsial)	53

Daftar Gambar

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritik	25
Gambar 4.1 Scatterplot.....	48

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada saat ini perkembangan perbankan syariah di Indonesia tumbuh pesat, hal ini dapat dilihat dari munculnya berbagai cabang bank syariah yang muncul di berbagai daerah di Indonesia, dan juga munculnya berbagai macam produksi perbankan syariah dapat menarik masyarakat untuk menggunakan jasa atau produk perbankan syariah. Selain perbankan syariah di Indonesia juga terdapat bank konvensional. Hal ini menimbulkan persaingan diantara bank syariah dan bank konvensional yang pada akhirnya membuat keduanya berlomba-lomba untuk menarik perhatian masyarakat. Berbagai cara dilakukan salah satunya yaitu dengan menawarkan berbagai macam produk kepada konsumen dengan tujuan dapat menarik perhatian dan dapat mempertahankan agar bank semakin berkembang.

Hingga saat ini, di Indonesia sendiri masih didominasi oleh bank konvensional, hal ini menandakan masyarakat lebih memilih menggunakan jasa atau produk di bank konvensional. Pemahaman mengenai bank syariah itu sendiri menjadi suatu faktor yang dapat memicu masyarakat masih enggan untuk beralih menggunakan jasa dan produk di bank syariah. Padahal mayoritas dari masyarakat di Indonesia memeluk agama Islam.

Menurut survei yang telah dilakukan pihak OJK, dapat dilihat dari jumlah tingkat literasi keuangan syariah berdasarkan tahun 2021 dinilai sangat rendah, yaitu mencapai 8,93%, hal ini menunjukkan jauh tertinggal di bawah literasi keuangan secara nasional yang mencapai 38,03%. Sedangkan untuk indeks inklusi keuangan syariah 9,1% juga masih tertinggal jauh dibawah indeks nasional yaitu 38,03%.¹

Terdapat berbagai bentuk cara yang dapat dilakukan untuk dapat meningkatkan literasi keuangan syariah, dengan salah satunya yaitu melalui

¹ Syariah, "Simak! 6 Tantangan industri Keuangan Syariah RI Versi BOS OJK", www.cnbcindonesia.com diakses pada tanggal 16 Februari 2021.

program pembangunan literasi keuangan syariah. Tujuan diadakannya program tersebut yaitu untuk dapat meningkatkan dan memperluas pemahaman, peran, dan pengetahuan yang dimiliki masyarakat dalam menggunakan jasa dan produk keuangan syariah.² Banyak faktor yang menyebabkan masyarakat masih enggan untuk beralih menggunakan produk dan jasa perbankan syariah. Salah satunya yaitu karena masih terdapat kendala akses dari pihak penyedia jasa keuangan bank syariah serta kurangnya sosialisasi yang dilakukan oleh pihak bank syariah itu sendiri. Sosialisasi yang kurang menyebabkan kurangnya pemahaman masyarakat terhadap produk dan jasa perbankan syariah.

Sedangkan menurut Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) Nomer 76/POJK.07/2016 mengenai Peningkatan Literasi dan Inklusi Keuangan di Sektor Jasa Keuangan Bagi Konsumen dan/atau Masyarakat, mengartikan literasi keuangan yaitu suatu kepercayaan, keahlian, dan pengetahuan yang berpengaruh terhadap tingkah laku dan sikap agar dapat menaikkan kualitasnya ketika mengelola keuangan serta ketika mengambil keputusan dengan tujuan untuk mendapatkan kesejahteraan.³ Pemahaman dan pengetahuan mengenai keuangan pribadi sangat diperlukan oleh masyarakat, dengan tujuan supaya masyarakat dapat mengambil keputusan yang jauh lebih tepat ketika masyarakat tersebut mengatur keuangan yang dimilikinya. Kurangnya wawasan tentang literasi keuangan dapat menimbulkan sebuah tantangan yang besar dan menjadi masalah serius bagi masyarakat itu sendiri.

Literasi keuangan syariah selain dapat meningkatkan pengetahuan bagi masyarakat, diharapkan mampu mengubah perilaku dari masyarakat itu sendiri dalam mengelola keuangan agar menjadi jauh lebih baik lagi kedepannya, selain itu masyarakat cerdas dan mampu dalam memilih investasi yang halal dan menguntungkannya, serta dapat menghindari masyarakat agar tidak tertipu dan menggunakan investasi bodong. Agar

² Agustianto, "Membangun Literasi Keuangan Syariah (Bagian 2), www.Agustiantocenter.com diakses pada tanggal 16 Februari 2021.

³ Otoritas Jasa Keuangan, *Peraturan Otoritas jasa Keuangan (POJK) Nomer 76/POJK.07/2016 mengenai Peningkatan Literasi dan Inklusi Keuangan di Sektor Jasa Keuangan Bagi Konsumen dan/atau Masyarakat*, h. 3.

masyarakat mendapatkan pemahaman mengenai berbagai macam jasa dan produk keuangan syariah, serta lembaga keuangan syariah, yang didalamnya terdapat fitur, resiko, manfaat, kewajiban dan hak terkait dengan jasa dan produk di keuangan syariah, serta agar masyarakat memperoleh kemampuan dalam mempraktikan jasa dan produk di keuangan syariah, masyarakat dapat menggunakan kegiatan literasi keuangan syariah tersebut.⁴ Perbankan syariah harus dapat meningkatkan kerjasama dengan berbagai pihak terutama OJK untuk dapat memastikan bahwa masyarakat mengenal produk mereka, hal ini dilakukan untuk meningkatkan literasi terhadap produk perbankan syariah.⁵

Cara untuk dapat melihat sejauh mana masyarakat telah memahami produk dan jasa di dalam perbankan syariah, yaitu dengan melihat tingginya tingkat literasi. Semakin banyak masyarakat yang mempunyai pemahaman literasi berkaitan dengan perbankan syariah, diharapkan mampu menarik masyarakat agar menggunakan produk serta jasa yang berada di dalam perbankan syariah. Salah satunya caranya yaitu meningkatkan minat masyarakat agar menabung di bank syariah.

Riset skripsi telah dilaksanakan Riza Zuhriyah pada tahun 2020 dengan judul “Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah, Presepsi, Promosi, dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kecamatan Sambungmacan Di Bank Syariah” menunjukkan hasil yaitu tingkat literasi keuangan syariah mempunyai nilai signifikan sebesar $0,004 < 0,005$ berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah.⁶ Sementara itu menurut penelitian yang dilaksanakan oleh Risa Nur Fauzi pada tahun 2020 dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Pengetahuan Agama, dan Promosi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah” menunjukkan hasil bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah bank syariah dengan

⁴ Agustianto, “Membangun Literasi Keuangan Syariah (Bagian 2), [www. Agustiantocenter.com](http://www.Agustiantocenter.com) diakses pada tanggal 16 Februari 2021.

⁵ Hani Werdi Apriyanti, Model Inovasi Produk Perbankan Syariah di Indonesia, *Economica: Jurnal Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo*, Vol. 9, No 1, 2018, h. 102.

⁶ Riza Zuhriyah, *Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah, Presepsi, Promosi, dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kecamatan Sambungmacan Di Bank Syariah*, Skripsi IAIN Surakarta, 2020.

hasil nilai F_{hitung} sebesar 10,535 dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dengan nilai R^2 (determinasi) sebesar 0,290.⁷

Salah satu cara untuk meningkatkan literasi masyarakat mengenai perbankan syariah yaitu dengan cara melakukan promosi dengan baik dan benar oleh pihak bank kepada masyarakat. Promosi sangat diperlukan untuk menarik minat masyarakat agar beralih menggunakan produk dan jasa perbankan syariah. Promosi yang dilakukan tersebut menjadi sebuah bentuk dari suatu pemasaran yang diharapkan dapat menjamin berlangsungnya kelancaran didalam keadaan persaingan yang setiap harinya semakin ketat. Promosi yang dilakukan oleh bank diharapkan mampu membagikan informasi untuk masyarakat tentang manfaat yang dapat diambil saat menggunakan produk dan jasa perbankan syariah. Dalam memberikan informasi kepada masyarakat, pihak bank syariah dapat menggunakan beberapa alat promosi yang biasanya dikenal dengan sebutan bauran promosi (promotion mix) yang terdiri atas empat variabel diantaranya sales promotion, pengiklanan, public relation, dan juga personal selling.⁸

Arus informasi atau dapat disebut juga persuasi yang dilakukan satu arah dapat dilakukan dengan maksud mengarahkan organisasi atau seseorang untuk mengarahkan kepada tindakan yang dapat menimbulkan pertukaran dalam pemasaran.⁹ Jadi dapat di simpulkan bahwa promosi dapat menimbulkan pengaruh masyarakat dalam mengambil suatu keputusan dalam menggunakan produk dan jasa perbankan syariah. Promosi mempunyai hubungan yang sangat erat dengan pengambilan keputusan masyarakat dikarenakan penilaian dari pengambilan keputusan masyarakat agar menabung di bank syariah tergantung terhadap promosi yang dilaksanakan pihak bank syariah.

Riset skripsi yang telah dilaksanakan oleh Aris Safitri pada tahun 2019 dengan judul “Pengaruh Harga, Promosi, dan Religiusitas Terhadap

⁷ Risa Nur Fauzi, Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Pengetahuan Agama, dan Promosi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah, *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi*, Vol 9, No. 1, Universitas Negeri Yogyakarta, 2020.

⁸ Freddy Rangkuti, *Kreatif Effective Marketing Plan Teknik Membuat Rencana Pemasaran Berdasarkan Customer Values & Analisis Kasus*, Jakarta: Gramedia, 2002, h. 149

⁹ Gita Danupranata, *Buku Ajaran Manajemen Perbankan Syariah*, Jakarta Selatan: Salemba Empat, 2013, h. 44.

Keputusan Masyarakat Dalam Memilih Bank Syariah Dengan Minat Sebagai Variabel Intervering”. Menunjukkan hasil bahwa variabel promosi berpengaruh positif terhadap keputusan dan koefisien interaksi promosi dengan minat menunjukkan variabel minat memediasi hubungan promosi terhadap keputusan.¹⁰ Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan oleh Feri Dwi Safitri pada tahun 2018 dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di BRI Syariah KCP Demak Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervering”. Dari hasil uji T_{test} menunjukkan hasil bahwa variabel promosi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah dan Uji *path analisis* menunjukkan bahwa variabel promosi yang dipengaruhi kepercayaan tidak ada pengaruh mediasi terhadap keputusan nasabah menabung di Bank BRI Syariah KCP Demak.¹¹

Indonesia memiliki masyarakat yang menganut berbagai macam agama, yang mayoritas masyarakatnya sendiri beragama Islam. Islam memiliki aturan yang lugas dan dinamis dalam berbagai macam aspek di kehidupan sehari-hari seperti dalam sektor keuangan dan juga bisnis. Namun hal itu tidak menjamin masyarakat selalu patuh sesuai ajaran Islam. Dengan didominasi keberadaan bank konvensional, menandakan masyarakat masih banyak memakai produk dan jasa dari bank konvensional. Padahal sudah jelas bahwa dalam bank konvensional masih menggunakan bunga (riba) yang dilarang dalam Islam. Sesuai dengan dalil dalam Al-Quran Surat Al-Baqarah Ayat 278:

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

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman.

Riba yaitu suatu pengambilan tambahan didalam suatu akad transaksi

¹⁰ Aris Safitri, *Pengaruh Harga, Promosi, dan Religiusitas Terhadap Keputusan Masyarakat Dalam Memilih Bank Syariah Dengan Minat Sebagai Variabel Intervering*, Skripsi IAIN Salatiga, 2019.

¹¹ Feri Dwi Safitri, *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di BRI Syariah KCP Demak Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervering*, Skripsi IAIN Salatiga 2018.

tertentu, dimana didalam pengambilan tambahan tersebut tanpa adanya imbalan tertentu. Dapat diartikan, riba merupakan suatu pengambilan tambahan yang berasal dari harta pokok tanpa adanya transaksi pengganti yang meligitimasi adanya penambahan tersebut.¹²

Religiusitas merupakan sikap dan keyakinan seseorang tentang ajaran agama yang dia percaya beserta pengamalan ritual baik pada konteks interaksi secara vertikal yaitu dengan Allah dan interaksi secara horizontal yaitu dengan sesama makhluk, sebagai upaya untuk mencari makna kebahagiaan dan kehidupan.¹³ Religiusitas seseorang dapat diterapkan dalam berbagai aspek kehidupannya. Biasanya orang melihat kegiatan beragama seseorang hanya ketika seseorang itu melakukan ibadah. Tapi sebenarnya kegiatan beragama tidak hanya dapat dilihat dari aspek ibadah saja, namun juga disaat seseorang melakukan aktivitas lainnya yang mendapat dorongan dari kekuatan lain. Tidak hanya sesuatu yang berhubungan atas semua aktivitas yang terlihat saja serta hanya bisa dilihat menggunakan mata, namun semua aktivitas yang tidak terlihat yang berlangsung pada diri seseorang. Dengan kata lain semua sikap yang dilakukan oleh seseorang dalam menjalankan kegiatannya berdasarkan tuntunan agama, dan berdasarkan perintah Tuhannya bertujuan agar memperoleh keridhaan-Nya.¹⁴ Maka dari itu religiusitas yang merupakan suatu keyakinan terhadap agama dapat dijadikan motivator untuk mendorong seorang muslim menggunakan lembaga keuangan syariah, salah satunya yaitu perbankan syariah.

Hasil riset skripsi yang telah dilaksanakan oleh Mufti Arsyidiana pada tahun 2019 dengan judul “Pengaruh Persepsi Tingkat Religiusitas dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah (Studi pada masyarakat kecamatan Tulis)”. Menunjukkan hasil bahwa tingkat religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di

¹² Abdul Ghofur, Konsep Riba Dalam Al-Quran, *Economica: Jurnal Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo*, Vol. VII, Edisi 1, 2016, h. 6.

¹³ Bambang Suryadi, *Religiusitas Konsep, Pengukuran, dan Implementasi di Indonesia*, Jakarta Pusat: Bibliosmia Karya Indonesia, 2021, h. 13.

¹⁴ Yasir Zahri dan Hafasnuddin, Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Beli Produk/ Jasa Bank Syariah Dengan Sikap Konsumen Sebagai Variabel Mediasi Pada nasabah Bank Konvensional Di Kota Banda Aceh, *E- Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, vol. 1, No. 1, Universitas Syiah Kuala, 2016, h.4

bank syariah.¹⁵ Sedangkan menurut hasil riset skripsi yang telah dilaksanakan oleh Risa Nur Fauzi pada tahun 2020 dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Pengetahuan Agama, dan Promosi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah” menunjukkan hasil bahwa pengetahuan agama berpengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.¹⁶

Terdapat faktor-faktor bisa mempengaruhi perilaku masyarakat dalam mengambil sebuah keputusan yaitu faktor literasi, promosi dan religiusitas. Secara tidak langsung menjadi faktor penentu ketertarikan minat masyarakat untuk memakai produk dan jasa perbankan syariah. Minat dapat didefinisikan sebagai sebuah dorongan yang dapat menimbulkan ketertarikan perhatian individu terhadap suatu objek tertentu contohnya yaitu orang, benda, pelajaran, dan pekerjaan. Minat berkaitan dengan segala sesuatu yang dapat menimbulkan kepuasan bagi diri seseorang dan bersifat menguntungkan. Semakin seringnya minat diwujudkan dalam bentuk kegiatan maka akan menjadi lebih kuat minat tersebut, begitu juga sebaliknya minat akan menjadi pupus apabila tidak adanya peluang untuk mewujudkannya.¹⁷

Kegiatan menabung adalah tindakan yang dianjurkan bagi setiap agama, terutama agama Islam. Lantaran melalui cara menabung membuktikan seorang muslim telah merencanakan untuk masa depannya dan tidak menjalankan aktivitas yang bersifat pemborosan. Sesuai dengan ayat Al-Quran surat Al- Baqarah ayat 266 secara tidak langsung menganjurkan supaya setiap muslim agar merencanakan hari esok yang jauh lebih baik. Berikut Surat Al-Baqarah ayat 266:

أَيُّودٌ أَحَدُكُمْ أَنْ تَكُونَ لَهُ جَنَّةٌ مِنْ نَخِيلٍ وَأَعْنَابٍ تَجْرِي مِنْ تَحْتِهَا الْأَنْهَارُ لَهُ فِيهَا مِنْ كُلِّ الثَّمَرَاتِ وَأَصَابَهُ الْكِبَرُ وَلَهُ ذُرِّيَةٌ

¹⁵ Mufti Arsyidian, *Pengaruh Presepsi Tingkat Religiusitas dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah (Studi pada masyarakat kecamatan Tulis*, Skripsi UIN Walisongo 2019.

¹⁶ Risa Nur Fauzi, *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Pengetahuan Agama, dan Promosi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah*, *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi*, Vol 9, No. 1, Universitas Negeri Yogyakarta, 2020.

¹⁷ Yudhik Jahja, *Psikologi Perkembangan*, Jakarta : Kencana, 2011, h 63.

ضُعْفَاءُ فَأَصَابَهَا إِعْصَارٌ فِيهِ نَارٌ فَاحْتَرَقَتْ ۗ كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ الْآيَاتِ لَعَلَّكُمْ تَتَفَكَّرُونَ

Artinya: Apakah ada salah seorang di antaramu yang ingin mempunyai kebun kurma dan anggur yang mengalir di bawahnya sungai-sungai; dia mempunyai dalam kebun itu segala macam buah-buahan, kemudian datanglah masa tua pada orang itu sedang dia mempunyai keturunan yang masih kecil-kecil. Maka kebun itu ditiup angin keras yang mengandung api, lalu terbakarlah. Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayat-Nya kepada kamu supaya kamu memikirkannya.

Berdasarkan uraian-uraian diatas tersebut, maka dari itu peneliti bermaksud mengangkat faktor literasi, promosi, dan religiusitas menjadi variabel penelitian yang hendak dilakukan oleh peneliti. Diantara semua faktor yang disebutkan, memiliki pandangan serta penilaian dari masing-masing yang lumayan beragam.

Peneliti memutuskan untuk mengangkat objek penelitian yaitu di Kecamatan Ngaliyan Kota Semarang dikarenakan sesuai dengan berbagai faktor variabel yang terpilih. Diantaranya masyarakat yang mayoritas muslim yang menandakan masyarakatnya memiliki beberapa pengetahuan mengenai hal-hal yang dilarang didalam agama Islam seperti riba. Selain itu di Kecamatan Ngaliyan terdapat kampus yang didalamnya memiliki jurusan tentang perbankan syariah, serta di lingkungan Kecamatan Ngaliyan terdapat masyarakat yang ahli atau pakar tentang bank syariah. Hal itu menunjukkan bahwa faktor literasi masyarakat di Kecamatan Ngaliyan dapat dijadikan penelitian apakah adanya faktor literasi dapat menimbulkan pengaruh bagi masyarakat untuk memiliki minat menabung di perbankan syariah. Selain itu munculnya beberapa kantor cabang perbankan syariah di wilayah Kecamatan Ngaliyan Kota Semarang dan beberapa spanduk papan reklame yang menandakan kegiatan promosi sedang dijalankan. Juga dapat menandakan kondisi promosi yang dilakukan kepada masyarakat di Kecamatan Ngaliyan dapat dijadikan penelitian apakah adanya faktor promosi dapat menimbulkan pengaruh bagi masyarakat untuk memiliki minat menabung di perbankan

syariah. Dan mayoritas masyarakatnya memeluk agama Islam juga dapat dijadikan penelitian apakah adanya faktor agama atau religiusitas dapat mempengaruhi masyarakatnya untuk memiliki minat menabung di perbankan syariah.

Selain itu peneliti yang berdomisili di Kecamatan Ngaliyan Kota Semarang memiliki rasa keingintahuan terkait masyarakat di lingkungan sekitar tempat tinggal peneliti terhadap seberapa pengaruhnya faktor literasi, promosi, dan juga religiusitas terhadap minat masyarakat untuk menabung di bank syariah. Berdasarkan hal tersebut peneliti tertarik untuk mengambil judul penelitian **“Analisis Pengaruh Literasi, Promosi, dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah (Studi Kasus pada Masyarakat Kecamatan Ngaliyan Semarang)”**

B. Rumusan Masalah

1. Apakah Literasi berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung masyarakat Kecamatan Ngaliyan di bank syariah?
2. Apakah Promosi berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung masyarakat Kecamatan Ngaliyan di bank syariah?
3. Apakah Religiusitas berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung masyarakat Kecamatan Ngaliyan di bank syariah?
4. Apakah Literasi, Promosi, dan Religiusitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat Kecamatan Ngaliyan di bank syariah?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian
 - a. Untuk dapat mengetahui pengaruh dari tingkat literasi terhadap minat menabung masyarakat Kecamatan Ngaliyan di bank syariah.
 - b. Untuk dapat mengetahui pengaruh dari tingkat promosi terhadap minat menabung masyarakat Kecamatan Ngaliyan di bank syariah.
 - c. Untuk dapat mengetahui pengaruh dari tingkat religiusitas terhadap minat menabung masyarakat Kecamatan Ngaliyan di bank syariah.

2. Manfaat Penelitian

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pemahaman serta wawasan peneliti tentang perbankan syariah.

b. Bagi Mahasiswa

Dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat juga menambah wawasan untuk seluruh mahasiswa serta penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi bagi penelitian selanjutnya.

c. Bagi Akademik

Dari penelitian ini diharapkan nantinya mampu dipergunakan kembali sebagai kajian ilmu serta pengetahuan juga dapat dijadikan sebagai saran atau rujukan di penelitian selanjutnya.

d. Bagi Bank Syariah

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan pertimbangan dan masukan dan dapat dijadikan sebuah informasi untuk perbankan syariah.

D. Sistematika Penulisan

Bab I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan serta kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan. Di bagian bab ini dijelaskan mengenai latar belakang pemilihan judul serta adanya gap berasal penelitian sebelumnya.

Bab II : LANDASAN TEORI

Bab ini tersusun atas landasan teori dan kerangka teori. Teori tersebut yaitu Literasi, Promosi, Religiusitas, dan Minat. Dan di bab ini berisi Hipotesis.

Bab III : METODE PENELITIAN

Bab ini tersusun atas metode penelitian berisikan tentang jenis serta sumber data, populasi dan juga sampel, metode pengumpulan data, variabel penelitian dan pengukuran, serta teknik analisis data.

Bab IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan menguraikan hasil penelitian yang sudah dianalisis menggunakan metode penelitian yang sudah diputuskan sebelumnya pada bab

III. Dan hasil dari penelitian ini nantinya dibahas lebih dalam.

Bab V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian serta saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kerangka Teori

1. Literasi

Teori Literasi menurut Hadi Ismanto (2019) yaitu literasi keuangan berhubungan dengan keterampilan dan kemampuan seseorang dalam mengatur keuangan pribadi atau usahanya.¹⁸ Sedangkan menurut Peraturan Otoritas jasa Keuangan (POJK) Nomer 76/POJK.07/2016 mengenai Peningkatan Literasi dan Inklusi Keuangan di Sektor Jasa Keuangan Bagi Konsumen dan/atau Masyarakat, mengartikan literasi keuangan yaitu suatu kepercayaan, keahlian, dan pengetahuan yang berpengaruh terhadap tingkah laku dan sikap agar dapat menaikan kualitasnya ketika mengelola keuangan serta ketika mengambil keputusan dengan tujuan untuk mendapatkan kesejahteraan.

Didalam peraturan tersebut dijelaskan bahwa Pelaku Usaha Jasa Keuangan (PUJK) diwajibkan untuk melakukan kegiatan yang nantinya dapat meningkatkan literasi keuangan. Namun didalam pelaksanaannya tidak boleh melanggar pedoman yang dimiliki masing-masing dari PUJK. Tujuan adanya literasi keuangan yaitu:

- a. Agar dapat meningkatkan kualitas dalam sebuah pengambilan keputusan keuangan individu,
- b. Dapat merubah perilaku dan sikap individu didalam mengelola keuangannya agar dapat menjadi lebih baik lagi kedepannya, sehingga individu tersebut mampu memanfaatkan dan menentukan produk, lembaga-lembaga, serta pelayanan jasa keuangan yang cocok oleh keahlian serta keinginan masyarakat dan konsumen dengan tujuan untuk mendapatkan kesejahteraan.

Ruang lingkup didalam kegiatannya, dalam rangka untuk menaikan jumlah literasi keuangan yaitu pelaksanaan dan juga perencanaan terkait

¹⁸ Hadi Ismanto, dkk. *Perbankan dan Literasi Keuangan*, Yogyakarta: Deepublish, 2019, h. 95

dengan pembelajaran keuangan dan pengembangan dari infrastruktur yang dapat mendukung literasi keuangan masyarakat dan konsumen. Dalam pelaksanaan kegiatan tersebut, PUJK wajib menerapkan prinsip diantaranya yaitu: terukur dan terencana, berorientasi pada suatu pencapaian, kolaborasi, dan berkelanjutan.¹⁹

Berdasarkan Strategi Nasional Literasi Keuangan (SNLKI) seseorang dapat disebut sebagai *well literate* jika seseorang tersebut mempunyai keyakinan dan pengetahuan mengenai produk, lembaga-lembaga serta layanan jasa keuangan, dan memiliki keahlian dalam mengetahui risiko, manfaat, fitur, kewajiban dan hak dari layanan dan juga produk-produk yang terdapat pada jasa keuangan tersebut.²⁰

Literasi keuangan dapat memperlihatkan keahlian yang dimiliki oleh seseorang untuk dapat mengerti konsep keuangan, produk dan jasa keuangan, dan untuk mengendalikan sumber daya keuangan pribadi secara mandiri. Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan hanya berfokus pada kemampuan, pengetahuan, dan sikap keuangan terhadap finansial individu agar nantinya dapat dikelola dengan baik dan mandiri.²¹

Terdapat tiga dimensi dalam literasi keuangan diantaranya yang pertama yaitu keterampilan dalam menghitung, yang kedua pemahaman mengenai keuangan dasar, dan yang ketiga yaitu sikap terhadap pengambilan keputusan keuangan. Seseorang yang memiliki pengetahuan tersebut, nantinya akan berkembang menjadi sebuah keahlian keuangan, dimana didalam keahlian keuangan tersebut diartikan sebagai suatu kemampuan seseorang dalam mempergunakan pengetahuan yang dimiliki oleh seseorang tersebut terkait keuangan dalam kehidupannya sehari-hari. Keahlian keuangan dapat memungkinkan seseorang mendapatkan sebuah keputusan secara efektif dan rasional mengenai

¹⁹ Otoritas Jasa Keuangan, *Peraturan Otoritas jasa Keuangan (POJK) Nomer 76/POJK.07/2016 mengenai Peningkatan Literasi dan Inklusi Keuangan di Sektor Jasa Keuangan Bagi Konsumen dan/atau Masyarakat*, h. 3-5.

²⁰ Otoritas Jasa Keuangan, *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) revisit 2017*, h. 16.

²¹ Hadi Ismanto, dkk. *Perbankan ...*, h. 97.

sumber ekonomi dan keuangannya.²² Dalam Islam kita di anjurkan untuk menuntut ilmu. Sesuai dengan hadits HR. Ibnu Majah no. 224 :

طَلَبُ الْعِلْمِ فَرِيضَةٌ عَلَى كُلِّ مُسْلِمٍ

Artinya: Menuntut ilmu itu wajib atas setiap Muslim.

Berdasarkan hadits tersebut seorang muslim dianjurkan untuk mempelajari dan menuntut ilmu. Apabila seseorang memperbaiki literasi keuangan yang dimilikinya, membuktikan bahwa seseorang tersebut menjalankan sesuai dengan ajaran Islam yaitu menuntut ilmu.

Pada intinya literasi keuangan sangat penting karena dapat meningkatkan kemampuan pengelolaan keuangan secara individu. Secara umum, literasi keuangan penting untuk dimiliki individu karena:

- a. Literasi keuangan merupakan pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki individu dalam mengatur keuangannya.
- b. Semakin kompleks produk dan layanan yang dimiliki bank mengharuskan setiap individu agar lebih bijak dalam menggunakan produk dan layanan tersebut sehingga dapat terhindar dari kerugian yang besar atau dapat juga terjebak kedalam hutang yang tinggi.
- c. Mempunyai tingkat kualitas literasi keuangan yang tinggi (*well literate*), dapat menunjukkan keterampilan dalam mengelola keuangan sangat baik melalui perencanaan keuangan jangka panjang, pengambilan keputusan yang tepat, serta lebih peka terhadap kejadian dan kondisi ekonomi.²³

2. Promosi

Promosi merupakan salah satu variabel sangat penting yang terdapat pada bauran pemasaran yang dapat dilakukan oleh suatu bank untuk menawarkan produk dan jasa yang dimilikinya. Sese kali sebutan tersebut digunakan oleh pihak bank sebagai sinonim dengan sebutan penjualan, walaupun yang dimaksud sinonim tersebut ialah promosi. Sebutan penjualan hanya menyangkup aktivitas penggunaan penjualan atau pemindahan produk dan jasa perbankan saja dan tidak ada kaitanya

²²Otoritas Jasa Keruangan, *Strategi...*, h. 16 .

²³Hadi Ismanto, dkk. *Perbankan ...*, h. 97-98

dengan aktivitas periklanan atau aktivitas yang lain yang ditunjukkan untuk mendorong suatu permintaan. Dapat dikatakan penjualan adalah bagian dari suatu aktivitas promosi. Sebutan promosi tersebut dapat diartikan dengan persuasi atau arus informasi yang dilakukan satu arah dapat dilakukan dengan maksud untuk mengarahkan organisasi atau seseorang untuk memandu kepada suatu tindakan yang dapat menimbulkan pertukaran dalam pemasaran. Teori promosi menurut Kotler (2000), promosi merupakan kegiatan mengkomunikasikan dan memperkenalkan produk yang dilakukan oleh suatu perusahaan pada target pemasarannya.²⁴

Bauran promosi (*promotion mix*) yaitu gabungan berbagai macam strategi yang baik dari suatu variabel didalam penjualan pribadi (personal selling), periklanan, dan media promosi yang lainnya dimana seluruhnya dirancang agar mendapatkan tujuan dari program penjualan. Terdapat empat variabel bauran promosi diantaranya yaitu :

- a. Periklanan, yaitu wujud penyampaian dari promosi non pribadi mengenai ide-ide jasa perbankan yang dibayar pihak sponsor²⁵. Periklanan merupakan media promosi yang dimanfaatkan bank dengan maksud supaya membentuk kesadaran masyarakat (*awareness*) agar dapat membedakan bank satu dengan bank lainnya, keberadaan produk dan jasa yang dipasarkan pihak bank, serta menambah wawasan masyarakat mengenai produk dan jasa yang sudah dipasarkan, juga agar dapat membedakan bank satu beserta bank lainnya. Sarana periklanan biasanya dimanfaatkan contohnya penempatan billboard di tempat-tempat dan jalan-jalan yang strategis, pemasangan spanduk dan sebagainya.²⁶
- b. Penjualan pribadi, yaitu penyampaian secara lisan melalui suatu perbincangan dengan satu calon nasabah atau lebih dengan maksud

²⁴ Daniel Ortega dan Anas Alhifni, Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah, *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 5, No. 1, Universitas Juanda Bogor, 2017, h. 89.

²⁵ Gita Danupranata, *Buku Ajaran Manajemen Perbankan Syariah*, Jakarta Selatan: Salemba Empat, 2013, h. 44-45.

²⁶ Daniel Ortega dan Anas Alhifni, Pengaruh ..., h. 89.

agar calon nasabah menggunakan produk dan jasa bank.

- c. Publisitas, merupakan pendorong permohonan secara non pribadi bagi salah satu produk dan jasa perbankan atau ide melalui cara memakai berita komersial menggunakan sponsor dan media massa yang tidak dibebatkan oleh beberapa tagihan bayaran secara langsung.
- d. Promosi penjualan, merupakan suatu aktivitas pemasaran selain periklanan, publitasi, dan penjualan pribadi yang dapat mendorong efektivitas peritel dan pembeli nasabah. Kegiatan tersebut antara lain yaitu pameran dan pertunjukan, peragaan, presentasi, dan sebagainya.²⁷

Kegiatan Promosi juga diatur di dalam Islam, sesuai dengan ayat Al-Quran surat Al-An'am ayat 152:

وَلَا تَقْرَبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ
يَبْلُغَ أَشُدَّهُ ۗ وَأَوْفُوا بِالْكَيْلِ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ ۗ
لَا نُكَلِّفُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا ۗ وَإِذَا قُلْتُمْ فَاعْدُوا
وَلَوْ كَانَ ذَا قُرْبَىٰ ۗ وَبِعَهْدِ اللَّهِ أَوْفُوا ۗ ذَٰلِكُمْ
وَصَدَّائِكُمْ بِهِ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

Artinya: Dan janganlah kamu dekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih bermanfaat, hingga sampai ia dewasa. Dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami tidak memikulkan beban kepada seseorang melainkan sekedar kesanggupannya. Dan apabila kamu berkata, maka hendaklah kamu berlaku adil, kendatipun ia adalah kerabat(mu), dan penuhilah janji Allah. Yang demikian itu diperintahkan Allah kepadamu agar kamu ingat.

Berdasarkan ayat tersebut, Islam mengatur kegiatan promosi yaitu harus jujur dan adil dan setiap prosesnya. Tidak boleh ada kecurangan baik itu untuk orang asing ataupun kerabat dekat seseorang tersebut.

²⁷ Gita Danupranata, *Buku ...*, h. 45.

3. Religiusitas

Kata religiusitas merupakan kata yang bersumber dari bahasa Inggris yang mempunyai arti *religion* dan berubah menjadi *religiosity*. Dalam bahasa Indonesia sendiri memiliki arti yaitu keberagamaan dan religiusitas. Secara etimologi kuno, religi bersumber dari bahasa latin berupa “religio” yang memiliki akar kata “re” dan “ligare” artinya mengikat kembali. Hal ini menunjukkan bahwa didalam agama terdapat berbagai peraturan dan juga tanggung jawab yang wajib terpenuhi dan memiliki manfaat untuk mengikat diri seseorang dalam interaksinya dengan Allah, sesama manusia, dan alam lingkungan.²⁸ Religiusitas yaitu internalisasi nilai-nilai agama yang telah hadir dalam diri seseorang. Maksud internalisasi disini yaitu berhubungan tentang keyakinan yang dimiliki seseorang berkaitan dengan ajaran-ajaran agama baik yang terucap maupun didalam hati. Yang kemudian kepercayaan tersebut diterapkan kedalam tingkah laku dan perbuatan di kehidupan sehari-hari.²⁹ Teori religiusitas menurut Fajar Mujaddid dan Pandu Tezar Adi Nugroho (2019), mengemukakan religiusitas merupakan suatu keyakinan, kesalehan, dan kepercayaan seseorang didalam menjalankan syariat agama.³⁰

Ditemukan beberapa kata kunci utama yakni adalah keyakinan, praktik ritual, ajaran, ketaatan, hubungan vertikal, hubungan horizontal, serta pencairan makna yang terkandung didalam kehidupan dan kebahagiaan. Dari kunci ini dapat didefinisikan religiusitas yaitu tingkat kepercayaan dan sikap seseorang kepada ajaran agama yang telah dimilikinya serta pengamalan ritual baik didalam konteks interaksi secara vertikal yaitu dengan Allah dan interaksi secara horizontal terhadap

²⁸ Bambang Suryadi, *Religiusitas Konsep, Pengukuran, dan Implementasi di Indonesia*, Jakarta Pusat: Bibliosmia Karya Indonesia, 2021, h. 7.

²⁹ Evi Aviyah dan Muhammad Farid, Religiusitas Kontrol Diri dan Kenakalan Remaja, *Jurnal Psikologi Indonesia*, Vol. 3, No. 02, 2014, h. 127.

³⁰ Fajar Mujaddid dan Pandu Tezar Adi Nugroho, Pengaruh Pengetahuan, Reputasi, Lingkungan, dan Religiusitas Terhadap Minat Pelajar Sekolah Menengah Kejuruan Prodi Perbankan Syariah Dalam menabung Di Bank Syariah, *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol 10, No 1 Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka., 2019, h. 23.

sesama makhluk-Nya sebagai cara untuk mencari makna kebahagiaan dan kehidupan.³¹

Agama yang berada di kehidupan seseorang bermanfaat sebagai sebuah bentuk nilai yang didalamnya mengandung norma-norma tertentu. Garis besarnya, seluruh norma itu sebagai sebuah konteks referensi saat bertingkah laku dan bersikap agar sesuai dengan kepercayaan agama yang telah dimilikinya. Sistem nilai agama yang dimiliki seseorang, mempunyai arti yang khusus untuk kehidupan seseorang dan juga dapat dipertahankan sebagai sebuah ciri khas.³²

Berdasarkan surat Al-Hasyr Ayat 18

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَانظُرُوا نَفْسَ مَا قَدَّمْتُمْ لِغَدٍ ۖ
وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.

Berdasarkan ayat tersebut, Islam mengajarkan agar kita selalu bertakwa kepada Allah, dengan memperhatikan setiap perbuatan. Allah telah menerangkan hal-hal yang dilarang dan yang harus dipatuhi. Sebagai manusia sudah seharusnya mematuhi perintah-Nya.

Terdapat faktor-faktor bisa mempengaruhi religiusitas seseorang adalah:

- a. Faktor pengaruh pengajaran atau pendidikan berasal berbagai tekanan sosial.

Faktor tersebut meliputi seluruh pengaruh sosial didalam perkembangan keagamaan tersebut. Diantaranya termasuk pendidikan yang berasal dari orang tua tradisi-tradisi sosial, tuntutan dari lingkungan sosial supaya dapat beradaptasi dengan berbagai macam sikap serta pendapat yang

³¹ Bambang Suryadi, *Religiusitas ...*, h. 13.

³² Jalaluddin, *Psikologi Agama*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010, h. 33.

sebelumnya telah disetujui dari lingkungan sekitar.

b. Faktor pengalaman.

Berhubungan dengan macam-macam jenis pengalaman yang dimiliki seseorang yang akan menciptakan sikap kegamaan. Terutama terkait pengalaman terkait pengalaman keindahan, konflik moral, serta pengalaman emosional kegamaan .

c. Faktor intelektual

Dari macam-macam proses pemikiran intelektual atau verbal. Manusia mempunyai beragam kemampuan, salah satunya yaitu kemampuan buat beragama. Kemampuan beragama tersebut bisa terbentuk tergantung dengan seperti apa pendidikan yang didapat oleh seorang anak. Munculnya berbagai bentuk pemikiran-pemikiran verbal dapat terjadi seiring dengan bertambahnya usia anak tersebut. Salah satu bentuk pemikiran verbal tersebut yaitu pemikiran tentang agama.³³

4. Minat menabung

Teori Minat menurut Imam Yahya (2016), minat adalah suatu motivasi yang mendorong seseorang untuk dapat berbuat sesuai dengan apa yang mereka inginkan apabila mereka bebas menentukan, jika mereka memandang bahwa sesuatu akan menguntungkan, maka mereka akan merasa berminat.³⁴ Minat dapat berupa sebuah dorongan dapat mengakibatkan terikatnya perhatian individu terhadap suatu objek tertentu semacam pekerjaan, pelajaran, orang, serta benda. Minat ada hubungannya terhadap bagian afektif, kognitif serta motorik, juga dapat menjadi sumber motivasi seseorang supaya melaksanakan apa pun yang diinginkannya. Minat memiliki hubungan atas sesuatu yang sifatnya menguntungkan serta akan mendatangkan kepuasan pada diri seseorang. Kesenangan adalah minat yang bersifat sementara. Selain itu terdapat

³³ Thoules H. Robert, *Pengantar Psikologi Agama*, Jakarta: PT Raja Grafindo Indonesia, 1995, h. 78.

³⁴ Imam Yahya dan Retnandi Meita Putri, Pengaruh Perubahan Biaya Transaksi Kartu ATM (Anjungan Tunai Mandiri) pada tabungan Faedah Terhadap Minat Bertransaksi Nasabah di BRI Syariah KC Semarang, *Economica: Jurnal Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo*, Vol. VII, Edisi 1, 2016, h. 59.

minat yang sifatnya tetap serta memiliki unsur mencukupi kebutuhan serta dapat membagikan kepuasan. Semakin seringnya minat diungkapkan dalam berbagai macam aktivitas akan semakin kuat juga minat tersebut, sebaliknya minat akan menjadi sirna apabila tidak terdapat kesempatan untuk mengungkapkan minat tersebut. Minat mempunyai beberapa karakter dan sifat khusus diantaranya:

- a. Minat mempunyai sifat pribadi (individual), terdapat perbedaan diantara minat setiap orangnya.
- b. Minat dapat mengakibatkan dampak deskriminatif.
- c. Erat kaitanya dengan dipengaruhi, mempengaruhi, dan motivasi.
- d. Minat adalah sesuatu yang dapat dipelajari, bukan berasal dari lahir dan akan berubah tergantung pengalaman, kebutuhan, dan mode.

Faktor-faktor yang meliputi minat yaitu yang pertama kebutuhan egoistis, fisik, dan sosial,. Yang kedua yaitu pengalaman.³⁵ Terdapat unsur perilaku konsumen didalam perilaku mengkonsumsi terhadap kecondongan responden disaat konsumen beraksi sebelum memberikan keputusannya untuk membeli yaitu minat beli. Minat beli juga memiliki kecenderungan konsumen untuk mengambil tindakan yang erat hubungannya dengan pembelian yang dapat diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian atau untuk membeli suatu merek. Dengan kata lain minat beli adalah suatu perintah dalam diri konsumen agar melangsungkan pembelian terhadap suatu produk, melaksanakan perencanaan, menentukan sebuah aksi yang relavan semacam merekomendasikan dan menyarankan, memilih, dan pada akhirnya memilih suatu keputusan untuk melakukan pembelian.³⁶ Sedangkan minat menabung adalah keinginan yang berasal pada diri sendiri dengan maksud akan menyimpan harta dalam wujud benda atau

³⁵ Yudhik Jahja, *Psikologi Perkembangan*, Jakarta : Kencana, 2011, h 63.

³⁶ Fajar Mujaddid dan Pandu Tezar Adi Nugroho, Pengaruh Pengetahuan, Reputasi, Lingkungan dan Religiusitas Terhadap Minat Pelajar Sekolah Menengah Kejurusan Prodi Perbankan Syariah Dalam Menabung di Bank Syariah, *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 10, No. 1, Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka, 2019, h. 23-24.

uang berharga lainnya pada bank dengan maksud tertentu.³⁷

Kegiatan menabung adalah tindakan yang dianjurkan bagi setiap agama, terutama agama Islam. Lantaran melalui cara menabung membuktikan seorang muslim telah merencanakan untuk masa depannya dan tidak menjalankan aktivitas yang bersifat pemborosan. Sesuai dengan ayat Al-Quran surat Al- Baqarah ayat 266 secara tidak langsung menganjurkan supaya setiap muslim agar merencanakan hari esok yang jauh lebih baik. Berikut Surat Al-Baqarah ayat 266:

أَيُّودٌ أَحَدُكُمْ أَنْ تَكُونَ لَهُ جَنَّةٌ مِّنْ نَّخِيلٍ وَأَعْنَابٍ تَجْرِي مِنْ تَحْتِهَا الْأَنْهَارُ لَهُ فِيهَا مِنْ كُلِّ الثَّمَرَاتِ وَأَصَابَهُ الْكِبَرُ وَلَهُ ذُرِّيَةٌ ضِعْفَاءُ فَاصَابَهَا إِعْصَارٌ فِيهِ نَارٌ فَاحْتَرَقَتْ ۗ كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ الْآيَاتِ لَعَلَّكُمْ تَتَفَكَّرُونَ

Artinya: Apakah ada salah seorang di antaramu yang ingin mempunyai kebun kurma dan anggur yang mengalir di bawahnya sungai-sungai; dia mempunyai dalam kebun itu segala macam buah-buahan, kemudian datanglah masa tua pada orang itu sedang dia mempunyai keturunan yang masih kecil-kecil. Maka kebun itu ditiup angin keras yang mengandung api, lalu terbakarlah. Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayat-Nya kepada kamu supaya kamu memikirkannya.

5. Perbankan Syariah

Perbankan merupakan suatu lembaga yang didalamnya melakukan tiga fungsi utama diantaranya meminjamkan uang, jasa pengiriman uang, serta menerima simpanan uang. Dalam praktiknya, perbankan konvensional melakukan beberapa kegiatan yang tidak sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.³⁸ Kegiatan seperti membiayai kegiatan produksi perdagangan barang-barang yang dilarang dalam Islam, dan menerima

³⁷ Daniel Ortega dan Anas Alhifni, Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah, *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 5, No. 1, Universitas Juanda Bogor, 2017, h. 90.

³⁸ PKES Publishing, *Perbankan Syariah*, Jakarta: PKES Publishing, 2007, h.8.

dan membayar bunga atau riba dan sebagainya.³⁹ Berdasarkan teori bank syariah Fajar Mujaddid dan Pandu Tezar Adi Nugroho (2019), bank syariah adalah bank yang menjalankan prakteknya sesuai dengan prinsip syariah.⁴⁰ Sedangkan perbankan syariah itu sendiri yaitu suatu sistem perbankan yang dalam menjalankan berdasarkan kaidah dan syariat Islam. Dalam operasionalnya terdapat perbedaan diantara bank syariah dengan bank konvensional, perbedaan tersebut menyangkut aspek legal, lingkungan kerja, usaha yang dibiayai, dan struktur organisasi. Dimana dalam perbankan syariah semua transaksi keuangan harus berdasarkan prinsip syariah.⁴¹ Prinsip syariah salah satunya yaitu dengan menjauhi riba. Sesuai dengan dalil dalam Al-Quran Surat Al-Baqarah Ayat 278:

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

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman.

Oleh karena itu, diperlukan upaya pengenalan terkait praktek perbankan yang sesuai dengan prinsip syariah. Didirikannya bank syariah dengan maksud untuk mempromosikan serta dapat mengembangkan implementasi prinsip-prinsip syariah, Islam, juga tradisinya kedalam suatu transaksi keuangan dan perbankan serta bisnis-bisnis yang berhubungan. Terdapat beberapa prinsip utama yang dapat dijalankan bank islam yaitu diantaranya:

- a. Larangan adanya riba didalam segala bentuk transaksi.
- b. Menjalankan berbagai macam aktivitas perdagangan serta usaha yang berlandaskan pendapatan keuntungan yang sah.

³⁹ Daniel Ortega dan Anas Alhifni, Pengaruh..., h. 90.

⁴⁰ Fajar Mujaddid dan Pandu Tezar Adi Nugroho, Pengaruh Pengetahuan, Reputasi, Lingkungan, dan Religiusitas Terhadap Minat Pelajar Sekolah Menengah Kejuruan Prodi Perbankan Syariah Dalam menabung Di Bank Syariah, *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol 10, No 1, Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka, 2019, h. 20.

⁴¹ Ari Kristin P, Analisis Pengaruh Faktor Ekonomi dan Religiusitas Terhadap Persepsi Supervisor dan Manajer Mengenai Independensi Dewan Pengawa Syari'ah (Studi Kasus pada Bank Syari'ah di Indonesia), *Economica: Jurnal Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo*, Vol. II, Edisi 2, 2012, h. 132.

c. Menyerahkan zakat.⁴²

Terdapat lima transaksi yang biasa di praktekkan oleh perbankan syariah, diantaranya:

- a. Transaksi yang didalamnya tidak mengandung unsur riba.
- b. Transaksi yang diadakan dengan maksud untuk memiliki barang dengan cara jualbeli atau disebut murabahah.
- c. Transaksi yang diadakan dengan maksud untuk mendapatkan jasa melalui cara sewa atau disebut ijarah.
- d. Transaksi yang diadakan dengan maksud untuk mendapatkan modal kerja melalui cara bagi hasil atau disebut mudharabah.
- e. Transaksi tabungan, deposito, giro yang mendapat imbalan dari bagi hasil (murabahah) dan pada transaksi titipan (wadi'ah).⁴³

Perbankan syariah berbeda dengan perbankan konvensional. Didalam perbankan konvensional menggunakan prinsip *time value of money* sehingga mengaplikasikan bunga atas pembiayaan yang diberikan dan simpanan yang diterima. Sedangkan dalam perbankan syariah menerapkan konsep yang berbeda, yaitu jual beli dan bagi hasil.⁴⁴ Didalam struktur organisasi perbankan syariah terdapat adanya Dewan Pengawas Syariah (DPS). Tugas dari DPS yaitu mengawasi jalannya seluruh kegiatan usaha didalam bank agar tidak menyimpang dari prinsip syariah dan ketentuan yang telah difatwakan.⁴⁵

B. Hipotesis

H1: Literasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah.

H2: Promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah.

⁴² Zainul Arifin, *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*, Jakarta: Azkia Publisher, 2009, h. 3.

⁴³ PKES Publishing, *Perbankan Syariah*, Jakarta: PKES Publishing, 2007, h.12.

⁴⁴ Saekhu, Dampak Indikator Makroekonomi terhadap Dana Pihak Ketiga Perbankan Syariah, *Economica: Jurnal Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo*, Vol. 8, No 1, 2017, h. 105.

⁴⁵ Maltuf Fitri, Prinsip Kesyariahan Dalam Pembiayaan Syariah, *Economica: Jurnal Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo*, Vol. VI, Edisi 1, 2015, h. 67.

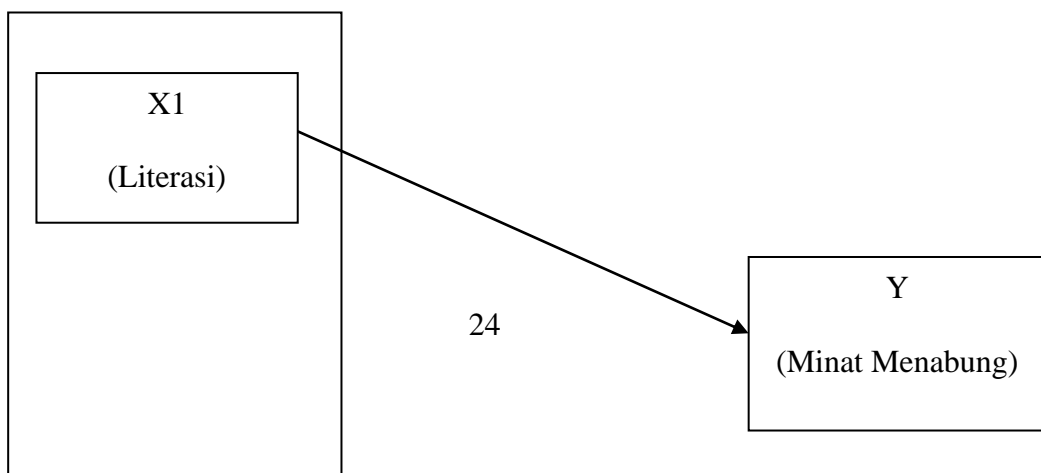
H3: Religiusitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah.

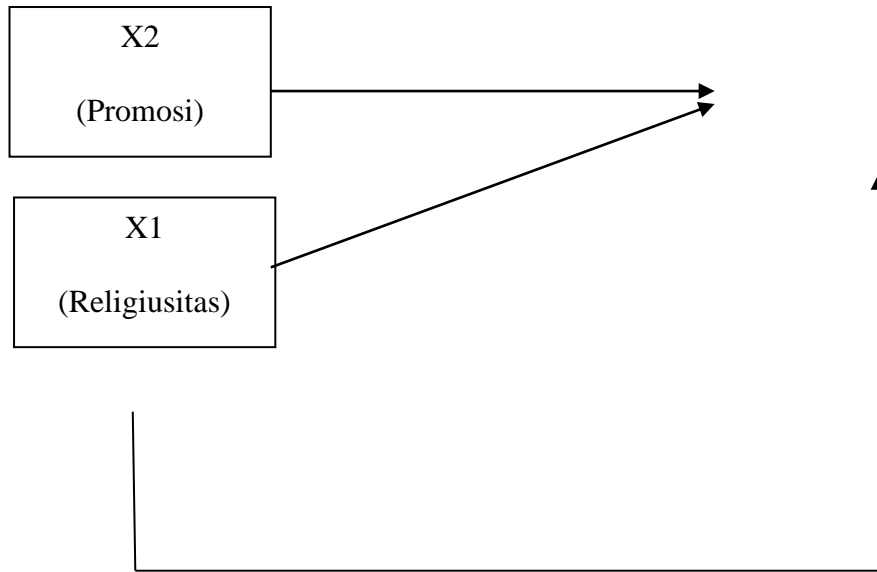
H4: Literasi, Promosi, dan Religiusitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah.

C. Kerangka Pemikiran Teoritik

Penelitian ini mencoba mengungkapkan pengaruh antara variabel Literasi, Promosi, dan Religiusitas terhadap variabel minat menabung di Bank Syariah. Garis besarnya, kerangka pemikiran tersebut dapat digambarkan seperti dibawah ini:

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran Teoritik





BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sumber Data

Pada penelitian skripsi ini memakai metode survey dengan menggunakan pendekatan analisis data kuantitatif, adalah menggambarkan melalui menganalisis pengaruh literasi, promosi, dan religiusitas atas minat menabung masyarakat di bank syariah bagi masyarakat Kecamatan Ngaliyan Semarang.

Jenis penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian kuantitatif atau penelitian survey adalah penelitian yang memakai kuesioner sebagai instrumen dalam penelitian.⁴⁶ Penelitian ini hendak akan meneliti terkait data kajian yang sifatnya *numeric* (angka) yang pada akhirnya menghasilkan interpretasi data. Penelitian kuantitatif yaitu jenis keputusan yang didalamnya memakai angka. Angka memiliki kontribusi penting dalam proses penciptaan, pemakaian, serta juga penyelesaian jenis kuantitatif.⁴⁷ Sumber data pada penelitian ini yaitu:

1. Data primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan atau diperoleh oleh peneliti secara langsung didapat dari asal mula datanya.⁴⁸ Data primer pada penelitian ini diambil melalui cara membagikan angket terhadap masyarakat kecamatan Ngaliyan yang tergolong dalam sample.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan atau didapatkan peneliti dari beragam macam sumber data yang sudah ada sebelumnya atau dapat dikatakan peneliti sebagai sumber tangan kedua.⁴⁹ Dalam penelitian ini peneliti mengambil dari beberapa sumber data sekunder yaitu buku-buku, jurnal, serta skripsi yang mempunyai hubungan dengan penelitian ini.

B. Populasi dan Sample

1. Populasi

Populasi yaitu merupakan suatu daerah generalisasi yang terbentuk dari subyek atau objek yang mempunyai karakteristik juga kuantitas tertentu yang telah diputuskan oleh peneliti yang nantinya perlu dipelajari serta

⁴⁶ Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Model Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*, Jakarta: Pt Grafindo Persada, 2006, h. 49.

⁴⁷ Muhammad Muchlich, *Metode Pengambilan Keputusan Kuantitatif*, Jakarta timur: Aksara, 2009, h. 2.

⁴⁸ Sandu Siyoto dan Muhammad Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015, h. 67-68.

⁴⁹ Ibid.

selanjutnya diambil kesimpulan.⁵⁰ Menentukan populasi adalah langkah pertama yang perlu diperhatikan pada saat menjalankan sebuah penelitian. Populasi pada penelitian ini ialah seluruh masyarakat kecamatan Ngaliyan dengan jumlah 162,622 jiwa.⁵¹

2. Sampel

Sampel yaitu sebagian dari jumlah dan karakteristik yang telah dimiliki oleh populasi yang telah ditentukan sebelumnya, maupun penggalan kecil dari anggota populasi yang telah diterimal melalui metode tertentu sehingga dapat mewakili sebuah populasi. Teknik penentuan sample dalam penelitian ini yaitu dengan cara teknik *random sampling* atau *probability sampling* atau sampling acak, merupakan proses pengambilan sample anggota populasi yang diambil melalui acak, tanpa menghiraukan strata yang terdapat didalam populasi tersebut.⁵² Untuk memutuskan ukuran sample atas populasi, ditentukan dengan memakai rumus slovin:

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

Dimana :

n = Sampel

N = Populasi

e^2 = erorr atau tingkat kesalahan yang diyakini

Kelonggaran ketidak telitian yang dikarenakan kesalahan saat penentuan jumlah sampel yang dapat ditolerir adalah 10%

Sehingga dapat ditemukan sample sebagai berikut:

$$n = \frac{162,622}{1+162,622 \times 0,1^2} = 99,9385 \text{ dibulatkan menjadi } 100 \text{ responden}$$

Dari hasil perhitungan tersebut, penelitian ini membutuhkan sample sebanyak 99,9385 masyarakat agar dapat mewakili populasi sebanyak 162,622 masyarakat Kecamatan Ngaliyan. Namun peneliti membulatkan menjadi 100 responden dan dengan kriteria yaitu masyarakat beragama Islam.

⁵⁰ Ibid, h. 63.

⁵¹ Kecamatan Ngaliyan Dalam Angka 2019, Badan Pusat Statistik Kota Semarang, h. 16.

⁵² Ibid, h. 64-65.

C. Metode Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan beberapa metode untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian ini diantaranya:

1. Angket (kuesioner)

Dalam mengumpulkan data, sebagian besar peneliti pada umumnya menggunakan angket atau kuesioner sebagai metode yang dipilih dalam proses mengumpulkan data.⁵³ Kuesioner atau angket memiliki banyak kebaikan. Metode ini dimanfaatkan untuk melihat respons masyarakat yang berada di Kecamatan Ngaliyan terkait literasi, promosi, dan religiusitas terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah. Metode ini adalah metode pertama didalam proses mencari serta menyatukan data yang berhubungan dengan literasi, promosi, dan religiusitas terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah.

2. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode yang mencari data terkait hal-hal atau variabel yang berupa catatan, buku, transkrip, majalah, surat kabar, dan sebagainya.⁵⁴ Dalam metode ini, peneliti mengambil dari beberapa sumber diantaranya berupa buku, website, skripsi, dan jurnal.

D. Variabel Penelitian dan Pengukuran

1. Variabel Penelitian

Variabel merupakan sesuatu yang menjadi objek pengamatan dalam suatu penelitian, dan sering disebut juga sebagai faktor yang dalam penelitian (gejala yang akan diteliti). Variabel merupakan segala hal dapat berbentuk apa pun yang telah diputuskan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga nantinya dapat didapatkan hasil informasi terkait hal tersebut, dan selanjutnya ditarik kesimpulannya.

a. Variabel bebas atau Independen (X)

Variabel bebas sering disebut independen, variabel stimulus, antecedent, prediktor. Variabel bebas yaitu variabel yang dapat mempengaruhi atau sebagai alasan adanya perubahan atau munculnya

⁵³ Ibid, h. 76.

⁵⁴ Ibid, h. 77.

variabel terikat.⁵⁵ Pada penelitian ini variabel independen yaitu : (X1) Literasi, (X2) Promosi, (X3) Religiusitas.

b. Variabel terikat atau Dependen (Y)

Variabel terikat sering disebut variabel dependen, variabel output, kriteria, konsekuen. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau sebagai alasan, dikarenakan terdapat variabel bebas.⁵⁶ Pada penelitian ini variabel dependennya yaitu Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah.

2. Pengukuran Variabel Penelitian.

Pengukuran dalam peneliti ini bertujuan memutuskan data yang bagaimana hendak diambil melalui indikator variabel yang sudah diputuskan. Berikut merupakan tabel dari variabel penelitian:

Variabel	Definisi	Sumber Referensi	Indikator
Literasi	Literasi keuangan yaitu suatu kepercayaan, keahlian, dan pengetahuan yang berpengaruh terhadap tingkah laku dan sikap agar dapat menaikkan kualitasnya ketika mengelola keuangan serta ketika mengambil keputusan dengan tujuan untuk mendapatkan	Otoritas Jasa Keuangan, <i>Peraturan Otoritas jasa Keuangan (POJK) Nomer 76/POJK.07/2016 mengenai Peningkatan Literasi dan Inklusi Keuangan di Sektor Jasa Keuangan Bagi Konsumen dan/atau Masyarakat</i> ,h. 3	1. Pengetahuan umum keuangan 2. Pemahaman akan lembaga keuangan syariah.

⁵⁵ Ibid, h. 52.

⁵⁶ Ibid.

	kesejahteraan		
Promosi	Arus informasi atau dapat disebut juga persuasi yang dilakukan satu arah dapat dilakukan dengan maksud mengarahkan organisasi atau seseorang untuk mengarahkan kepada tindakan yang dapat menimbulkan pertukaran dalam pemasaran	Gita Danupranata, <i>Buku Ajaran Manajemen Perbankan Syariah</i> , Jakarta Selatan: Salemba Empat, 2013, h. 44.	Bauran promosi (<i>promotion mix</i>): <ol style="list-style-type: none"> 1. Periklanan 2. Penjualan Pribadi 3. Publisitas 4. Promosi Penjualan
Religiusitas	Religiusitas yaitu tingkat kepercayaan dan sikap seseorang kepada ajaran agama yang dimilikinya serta pengamalan ritual baik dalam konteks interaksi secara vertikal yaitu dengan Allah dan interaksi secara horizontal	Bambang Suryadi, <i>Religiusitas Konsep, Pengukuran, dan Implementasi di Indonesia</i> , Jakarta Pusat: Bibliosmia Karya Indonesia, 2021, h. 13.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keyakinan 2. Praktik Agama 3. Pengetahuan agama

	terhadap sesama makhluk-Nya sebagai cara untuk mencari makna kebahagiaan dan kehidupan.		
Minat	Minat dapat berupa sebuah dorongan dapat mengakibatkan terikatnya perhatian individu terhadap suatu objek tertentu semacam pekerjaan, pelajaran, orang, serta benda. Minat ada hubungannya terhadap bagian afektif, kognitif serta motorik, juga dapat menjadi sumber motivasi seseorang supaya melaksanakan apa pun yang diinginkannya.	Yudhik Jahja, <i>Psikologi Perkembangan,</i> Jakarta : Kencana, 2011, h 63.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dorongan dari dalam diri 2. Faktor emosional

E. Teknik Analisis Data

Data dalam penelitian yang telah didapatkan, selanjutnya akan dianalisis memanfaatkan alat statistik yaitu *SPSS versi.22* untuk mendukung penelitian. Metode yang digunakan adalah:

1. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif yaitu merupakan suatu metode yang memiliki fungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran pada objek yang diteliti menggunakan data populasi ataupun sampel sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis serta membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum.

Dalam penelitian ini metode deskriptif kuantitatif dimanfaatkan dengan tujuan mengkaji serta mengukur nilai rata-rata dari variabel literasi, promosi, religiusitas dan minat menabung masyarakat di bank syariah pada masyarakat Kecamatan Ngaliyan Semarang. Untuk mengukurnya menggunakan cara menyebarkan angket dan memberikan skor dengan memakai skala *Likert*, melalui jawaban yang telah diisi oleh masyarakat Kecamatan Ngaliyan Semarang yang masuk kedalam sampel. Dengan ketentuan sebagai berikut:

- | | |
|------------------------------|-----------------|
| a. Sangat Setuju (SS) | bobot nilai : 5 |
| b. Setuju (S) | bobot nilai : 4 |
| c. Netral/ ragu-ragu (RR) | bobot nilai : 3 |
| d. Tidak Setuju (TS) | bobot nilai : 2 |
| e. Sangat Tidak Setuju (STS) | bobot nilai : 1 |

2. Analisis Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji Validitas diperlukan dengan tujuan untuk mengukur apakah instrumen tersebut dapat dijadikan sebagai alat ukur atau tidak. Uji validitas mempunyai syarat korelasi yang signifikan terhadap skor total. Pengambilan keputusan dalam uji validitas dapat dilihat dari korelasinya (r_{hitung}). Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ (dengan taraf

signifikansi sebesar 0,05), maka item tersebut dapat dinyatakan valid.⁵⁷

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan suatu nilai yang dapat menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur yang semestinya memiliki kemampuan memberikan hasil pengukuran konsisten. Pengukuran reliabilitas dengan menggunakan metode Alpa Cronbach, jika $(\alpha) > 0,06$ maka reabilitas dalam pernyataan tersebut dapat diterima.⁵⁸

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk dapat menentukan data yang sudah terkumpulkan berdistribusi normal atau dapat diambil dari populasi normal. Terdapat beberapa cara untuk dapat mengetahui normalitas data, salah satu cara tersebut yaitu secara visual melalui norma P-P Polt, dengan ketentuan adalah apabila titik-titik masih berada di sekitar garis diagonal, maka dapat dikatakan bahwa residual menyebar normal. Akan tetapi, pengujian menggunakan cara tersebut cenderung kurang valid karena penilaian setiap orang relatif berbeda-beda, sehingga cara yang tepat yaitu menggunakan Uji Kolomgrov Smirnov. Residual dapat dikatakan menyebar normal jika memiliki nilai sig lebih besar dari 0,05 (5%).

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan dengan tujuan untuk dapat mengetahui apakah ada atau tidaknya hubungan linear diantara variabel X dalam model regresi ganda. Apabila hubungan tersebut berkorelasi dengan sempurna, maka variabel-variabel tersebut

⁵⁷ Agus Tri Basuki dan Nano Prawoto, *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016, h. 87.

⁵⁸ Anton Bawono, *Multivariate Analysis dengan SPSS*, Salatiga: STAIN Salatiga Press, 2006, h.115.

berkolinearitas ganda sempurna. Untuk dapat mendekteksi adanya multikolinieritas atau tidak dengan cara melihat dari nilai *Varians Inflation Factors* (VIF). Kriteria pengujiannya adalah jika nilai $VIF < 10$ maka tidak terdapat multikolinieritas di antara variabel independennya, dan sebaliknya.⁵⁹ Selain itu juga dapat dilihat dari nilai tolerancinya. Nilai tolerance yaitu besarnya tingkat kesalahan yang dibenarkan secara statistik α (alpha) sedangkan VIF yaitu faktor inflansi penyimpangan baku kuadrat. Variabel bebas dapat dikatakan tidak mengalami multikolinieritas apabila $\alpha_{hitung} > \alpha$.⁶⁰

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan tujuan untuk dapat mengetahui apakah ada penyimpangan dari syarat-syarat uji asumsi klasik pada model regresi dimana dalam model tersebut harus terpenuhi syarat tidak adanya heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas adalah adanya ketidaksamaan varian dari termasuk untuk semua pengamatan regresi. Pengujian heteroskedastisitas dengan cara Uji Scatter Plot dan Uji Glejser. Dasar pengambilan keputusan dapat dilihat dari pola gambar scatterplot, dasar pengambilan keputusan berdasarkan uji scatterplot jika regresi tidak menunjukkan terjadinya heteroskedastisitas yaitu apabila titik-titik data menyebar diatas dan di bawah atau disekitar angka 0. Titik-titik pada data juga tidak boleh membentuk suatu pola, jadi penyebaran titik-titik pada data tersebut tidak berpola. Selain menggunakan cara ini juga dapat melihat dari nilai Sig. Pada uji heteroskedastisitas glejser yaitu jika nilai sig $> 0,05$ atau 5%. Jika demikian dapat dikatakan non-heteroskedastisitas.⁶¹

4. Uji Regresi Linear Berganda.

Uji regresi linear berganda digunakan dengan tujuan untuk dapat

⁵⁹ Agus Tri Basuki dan Nano Prawoto, *Analisis Regresi Dalam..*, h. 57.

⁶⁰ Danang Sunyoto, *Metedologi Penelitian Akuntansi*, Bandung: Refika Aditama, 2013, h. 86.

⁶¹ Agus Tri Basuki dan Nano Prawoto, *Analisis Regresi Dalam..*, h. 65.

mengetahui arah hubungan antara variabel bebas (independen) dengan variabel terikat (dependend). Yang nantinya dilihat apakah hasilnya positif atau negatif, dan untuk memprediksi nilai dari variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Rumus regresi linear berganda yaitu:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e.$$

Y= variabel dependen

α = konstanta

b= koefisien regresi

X= variabel independen

e= residual/ eror

5. Uji Hipotesis.

a. Uji R^2 (Determinasi)

Uji R^2 (determinasi) yaitu uji analisis koefisien untuk mengetahui seberapa besarnya sumbangan atau kontribusi dari variabel independen terhadap variabel dependen, dengan kata lain nilai tersebut dapat mengukur seberapa dekat garis regresi yang dapat diperkirakan dengan data sungguhan. Suatu persamaan regresi dapat dikatakan baik apabila R^2 memiliki nilai antara nol dan satu.⁶²

b. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan dengan tujuan untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebasnya (independen) secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (dependen). Kriteria dalam pengambilan keputusan pada uji F (simultan) yaitu jika nilai signifikan $< 0,05$ atau $F_{hitung} > F_{tabel}$

⁶² Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan program SPSS*, Semarang : Badan penerbit-Unip, 2005, h.109

(pada drajat kesalahan 5% dalam arti $\alpha = 0,05$), maka dapat dikatakan variabel bebasnya (independen) secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (dependen).

c. Uji t-test (Uji Parsial)

Dilakukannya uji t-test tersebut dengan maksud untuk dapat mengetahui apakah ada pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, apakah bermakna atau tidak. pengujian ini dilakukan dengan cara membandingkan t_{tabel} dengan derajat kesalahan 5% dalam arti ($\alpha=0,05$). Jika nilai jika nilai signifikan $< 0,05$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka secara parsial terdapat pengaruh diantara variabel bebas terhadap variabel terikat.⁶³

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Kecamatan Ngaliyan

Kecamatan Ngaliyan mempunyai luas daerah 3.181.96 Ha dan terpecah menjadi 10 wilayah kelurahan, 122 RW, 868 RT. 10 kelurahan yang termasuk kedalam wilayah kecamatan Ngaliyan diantaranya Kelurahan Gondoriyo, Kelurahan Podorejo, Kelurahan Beringin, Kelurahan Purwoyoso, Kelurahan Tambakaji, Kelurahan Kalipancur, Kelurahan Bambankerep, Kelurahan

⁶³ Agus Tri Basuki dan Nano Prawoto, *Analisis Regresi Dalam* , h. 87

Ngaliyan, Kelurahan Wonosari, dan Kelurahan Wates. Pusat pemerintahan Kecamatan Ngaliyan Ngaliyan terdapat di Daerah Kelurahan Ngaliyan. Kantor kecamatan Ngaliyan terletak di pinggir jalan raya Ngaliyan-Boja, jaraknya sekitar 3 km dari jerakah.

Kecamatan Ngaliyan adalah salah satu kecamatan dari 16 (enam belas) kecamatan yang berada di Kota Semarang, yang terdapat di wilayah pinggiran sebelah barat Kota Semarang dengan batas-batas daerah sebagai berikut:

1. Sebelah Utara : Kecamatan Tugu Kota Semarang
2. Sebelah Barat : Kabupaten Kendal
3. Sebelah Selatan : Kecamatan Mijen Kota Semarang
4. Sebelah Timur : Kecamatan Semarang Barat Kota Semarang

Penduduk Kecamatan Ngaliyan Kota Semarang per tahun 2018 adalah 162,622 jiwa yang terdiri dari penduduk laki-laki sebanyak 80,279 dan penduduk perempuan sebanyak 82,343 jiwa. Kelurahan Tambakaji merupakan kelurahan yang memiliki penduduk terpadat yaitu 24,234 jiwa sedangkan kelurahan wates merupakan kelurahan yang memiliki penduduk paling sedikit yaitu 5,987 jiwa.⁶⁴

B. Analisis Deskriptif

Populasi pada penelitian ini yaitu masyarakat Kecamatan Ngaliyan. Di karenakan jumlah populasi terlalu banyak yaitu 162,622 dari 10 kelurahan yang ada di Kecamatan Ngaliyan. Maka dari itu penulis akan melakukan penelitian dengan cara menggunakan teknik yaitu *Random Sampling* dengan kriteria masyarakat beragama Islam. Data dalam penelitian yang sudah didapatkan, selanjutnya akan dianalisis menggunakan alat statistik yaitu *SPSS versi.22* untuk mendukung penelitian.

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Ngaliyan Kota Semarang. Dengan objek dari penelitian ini yaitu masyarakat yang berdomisili atau bertempat

⁶⁴ <https://kecngaliyan.semarangkota.go.id>

tinggal di Kecamatan Ngaliyan. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan angket kuesioner secara acak kepada responden yaitu masyarakat Kecamatan Ngaliyan. Peneliti menyebarkan angket kuesioner dimulai tanggal 31 Maret 2021 sampai 8 April 2021.

Berikut ini karakteristik dari 100 responden masyarakat Kecamatan Ngaliyan mengenai jenis kelamin, usia, wilayah kelurahan dan kategori telah menjadi nasabah sekaligus memiliki rekening di bank syariah atau tidak sebagai berikut.

1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1

Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-Laki	33	33,0	33,0	33,0
Perempuan	67	67,0	67,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Data Primer Diolah

Berdasarkan Keterangan pada tabel 4.1 dapat diketahui jenis kelamin masyarakat Kecamatan Ngaliyan yang diambil sebagai responden, yaitu sebanyak 33 responden laki-laki atau 33% dan 67 responden perempuan atau 67%. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat yang menjadi responden mayoritas didominasi oleh perempuan.

2. Karakteristik Berdasarkan Usia

Tabel 4.2

Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ≤20Tahun	7	7,0	7,0	7,0
21-25 Tahun	72	72,0	72,0	79,0
26-30 Tahun	4	4,0	4,0	83,0
31-35 Tahun	1	1,0	1,0	84,0

36-40 Tahun	2	2,0	2,0	86,0
41-45 Tahun	1	1,0	1,0	87,0
46-50 Tahun	2	2,0	2,0	89,0
51-55 Tahun	5	5,0	5,0	94,0
56-60 Tahun	5	5,0	5,0	99,0
>60 Tahun	1	1,0	1,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Data Primer Diolah

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa usia masyarakat yang menjadi responden dalam penelitian ini yaitu pada usia ≤ 20 Tahun berjumlah 7 responden atau 7 %, 21-25 Tahun berjumlah 72 responden atau 72%, 26-30 Tahun berjumlah 4 responden atau 4 %, 31-35 Tahun berjumlah 1 responden atau 1 %, 36-40 Tahun berjumlah 2 responden atau 2 %, 41-45 Tahun berjumlah 1 responden atau 1 %, 46-50 Tahun berjumlah 2 responden atau 2 %, 51-55 Tahun berjumlah 5 responden atau 5 %, 56-60 Tahun berjumlah 5 responden atau 5 %, dan >60 Tahun berjumlah 1 responden atau 1 %. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat yang menjadi responden mayoritas didominasi oleh usia 21-25 tahun.

3. Karakteristik Berdasarkan Wilayah Kelurahan

Tabel 4.3

Kelurahan

	Freque- ncy	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Podorejo	3	3,0	3,0	3,0
Wates	6	6,0	6,0	9,0

Beringin	19	19,0	19,0	28,0
Ngaliyan	31	31,0	31,0	59,0
Bambankerep	3	3,0	3,0	62,0
Kalipancur	6	6,0	6,0	68,0
Purwoyoso	5	5,0	5,0	73,0
Tambakaji	4	4,0	4,0	77,0
Gondoriyo	6	6,0	6,0	83,0
Wonosari	17	17,0	17,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Data Primer Diolah

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui bahwa wilayah kelurahan masyarakat yang menjadi responden dalam penelitian ini yaitu pada Kelurahan Podorejo berjumlah 3 (3%) responden, pada Kelurahan Wates berjumlah 6 (6%) responden, Kelurahan Beringin berjumlah 19 (19%) responden, Kelurahan Ngaliyan berjumlah 31 (31%) responden, Kelurahan Bambankerep berjumlah 3 (3%) responden, Kelurahan Kalipancur berjumlah 6 (6%) responden, Kelurahan Purwoyoso berjumlah 5 (5%) responden, Kelurahan Tambakaji berjumlah 4 (4%) responden, Kelurahan Gondoriyo berjumlah 6 (6%) responden, dan Kelurahan Wonosari berjumlah 17 (17 %) responden. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat yang menjadi responden mayoritas bertempat tinggal di wilayah Kelurahan Ngaliyan.

4. Karakteristik Berdasarkan Telah Menjadi Nasabah Sekaligus Memiliki Rekening Di Bank Syariah Atau Tidak

Tabel 4.4

Apakah anda menjadi nasabah di bank syariah dan memiliki rekening di bank syariah?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

Valid	Ya	34	34,0	34,0	34,0
	Tidak	66	66,0	66,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Data Primer Diolah

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui bahwa masyarakat yang menjadi responden dalam penelitian ini berdasarkan kategori telah menjadi nasabah sekaligus memiliki rekening di bank syariah atau tidak yaitu yang memilih “Ya” berjumlah 34 responden atau dapat dikatakan 34% dari jumlah responden, sedangkan yang memilih “Tidak” berjumlah 66 responden atau dapat dikatakan 66% dari jumlah responden. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat yang menjadi responden mayoritas belum menjadi nasabah di bank syariah dan belum memiliki rekening di bank syariah.

C. Statistik Deskriptif

Pada penelitian ini menunjukkan hasil statistik deskriptif berdasarkan nilai *Range* (R), Nilai Minimal, Nilai Maximum, *Mean* (Me), dan *Standar Deviasi* (SD). Dalam penelitian ini data yang ditunjukkan mengenai Literasi, Promosi, Religiusitas, dan Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah. Hasil dari penelitian ini, berdasarkan statistik deskriptif menunjukkan seperti tabel berikut:

Tabel 4.5
Descriptive Statistics

	N	Range	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
Literasi (X1)	100	20	25	45	3428	34,28	4,566
Promosi (X2)	100	13	12	25	1849	18,49	2,88
Religiusitas (X3)	100	18	22	40	3295	32,95	3,737

Minat menabung (Y)	100	24	16	40	3001	30,01	4,781
Valid N (listwise)	100						

Sumber : Data Primer Diolah

Dari tabel 4.5 diatas variabel literasi, promosi, religiusitas dan minat menunjukkan bahwa jumlah (N) ada 100. Dari 100 responden ini skor terkecil (Minimum) pada variabel literasi sebesar 25, variabel promosi sebesar 12, variabel religiusitas sebesar 22, dan pada variabel minat menabung sebesar 16. Skor terbesar (Maximum) pada variabel literasi sebesar 45, variabel promosi sebesar 25, sedangkan variabel religiusitas dan minat menabung memiliki skor yang sama sebesar 40. Range merupakan selisih skor maximum dan minimum yakni pada variabel literasi sebesar 20, variabel promosi sebesar 13, variabel religiusitas sebesar 18, dan pada variabel minat menabung sebesar 24. Nilai Sum merupakan total penjumlahan skor dari setiap pertanyaan pada masing-masing variabel diantaranya yaitu literasi sebesar 3428, variabel promosi sebesar 1849, variabel religiusitas sebesar 3295, dan pada variabel minat menabung sebesar 3001. Rata-rata skor dari 100 responden atau Mean pada variabel literasi sebesar 34,28 dengan Standar Deviasi sebesar 4,566, variabel promosi sebesar 18,49 dengan Standar Deviasi sebesar 2,88, variabel religiusitas sebesar 32,95 dengan Standar Deviasi sebesar 3,737, dan pada variabel minat menabung sebesar 30,01 dengan Standar Deviasi sebesar 4,781.

D. Analisis Data

1. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan dengan tujuan untuk mengukur apakah instrumen tersebut dapat dijadikan sebagai alat ukur atau tidak. Pengambilan keputusan dalam uji validitas dapat dilihat dari

korelasinya (r_{hitung}). Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ (dengan taraf signifikansi sebesar 0,05), maka item tersebut dapat dinyatakan valid.

Tabel 4.6
Uji Validitas

Variabel	Item	R hitung	R tabel	Keterangan
Literasi (X1)	X1.P1	0,647	0,197	Valid
	X1.P2	0,534	0,197	Valid
	X1.P3	0,588	0,197	Valid
	X1.P4	0,639	0,197	Valid
	X1.P5	0,650	0,197	Valid
	X1.P6	0,674	0,197	Valid
	X1.P7	0,671	0,197	Valid
	X1.P8	0,585	0,197	Valid
	X1.P9	0,623	0,197	Valid
Promosi (X2)	X2.P1	0,767	0,197	Valid
	X2.P2	0,825	0,197	Valid
	X2.P3	0,810	0,197	Valid
	X2.P4	0,845	0,197	Valid
	X2.P5	0,789	0,197	Valid
Religiusitas (X3)	X3.P1	0,347	0,197	Valid
	X3.P2	0,692	0,197	Valid
	X3.P3	0,466	0,197	Valid
	X3.P4	0,768	0,197	Valid
	X3.P5	0,751	0,197	Valid
	X3.P6	0,627	0,197	Valid
	X3.P7	0,692	0,197	Valid
	X3.P8	0,677	0,197	Valid
Minat Menabung (Y)	Y.P1	0,647	0,197	Valid
	Y.P2	0,534	0,197	Valid
	Y.P3	0,588	0,197	Valid
	Y.P4	0,639	0,197	Valid
	Y.P5	0,650	0,197	Valid
	Y.P6	0,674	0,197	Valid
	Y.P7	0,671	0,197	Valid

	Y.P8	0,585	0,197	Valid
	Y.P9	0,623	0,197	Valid

Sumber: Data Primer Diolah

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel 4.6, bahwa dapat diketahui r_{tabel} dengan df (Alpa, n-2) atau (100-2=98) dan tingkat signifikansi 0,05 dengan uji dua arah adalah 0,197. Maka dapat dikatakan masing-masing item dalam soal kuesioner yang dibagikan kepada masyarakat Kecamatan Ngaliyan dinyatakan valid, karena semua soal menunjukkan hasil uji validitas $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$.

b. Uji Reabilitas

Digunakannya uji reliabilitas dengan tujuan untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel (handal) apabila jawaban seseorang terhadap pertanyaan yang diajukan kepadanya konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Kriteria dalam penelitian ini, apabila hasil yang ditunjukkan yaitu *Cronbach's Alpha* $> 0,6$, maka dapat dikatakan reliabel atau baik.

Tabel 4.7

Uji Reabilitas

Variabel	<i>Reability Coefficient</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Literasi (X1)	9	0,803	Reliabel
Promosi (X2)	5	0,864	Reliabel
Religiusitas	8	0,794	Reliabel

(X3)			
Minat Menabung (Y)	9	0,879	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah

Berdasarkan tabel 4.7 dapat disimpulkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pada tiap variabel yang ada yaitu variabel literasi (X1), Promosi(X2), Religiusitas (X3), dan Minat Menabung(Y) semuanya menunjukkan hasil *Cronbach's Alpha* > 0,6. Sesuai dengan hasil tersebut, maka kuesioner dapat digunakan untuk penelitian.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan dengan tujuan untuk mengetahui apakah data dapat berdistribusi normal atau tidak. Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas Kolmogorov-Smirnov Test yaitu dapat dikatakan residual berdistribusi dengan normal apabila memiliki nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* > 0,05.

Tabel 4.8

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
N	100

Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,27665866
Most Extreme Differences	Absolute	,060
	Positive	,037
	Negative	-,060
Test Statistic		,060
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data Primer Diolah

Berdasarkan tabel 4.9 dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi dengan normal, dibuktikan dengan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 > 0,05.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan dengan tujuan untuk dapat mengetahui adanya hubungan linear diantara variabel bebas dalam model regresi ganda. Dasar pengambilan keputusan dalam uji multikolinearitas yaitu jika memiliki nilai VIF < 10 dan Tolerance > 0,1.

Tabel 4.9

Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	0,755	3,272		0,231	0,818		
Literasi (X1)	0,334	0,1	0,319	3,353	0,001	0,54	1,851
Promosi (X2)	0,673	0,156	0,405	4,303	0	0,551	1,814
Religiusitas (X3)	0,163	0,102	0,127	1,6	0,113	0,775	1,29

a. Dependent Variable: Minat Menabung (Y)

Sumber: Data Primer Diolah

Berdasarkan tabel 4.10 bahwa variabel Literasi (X1) memiliki nilai VIF 1,851, Promosi (X2) memiliki nilai VIF 1,814, dan Religiusitas (X3) memiliki nilai VIF 1,29, ketiga variabel tersebut menunjukkan nilai VIF <10. Sedangkan untuk nilai Tolerance variabel Literasi (X1) memiliki nilai Tolerance sebesar 0,54, Promosi (X2) memiliki nilai Tolerance sebesar 0,551, dan Religiusitas (X3) memiliki nilai Tolerance sebesar 0,775, ketiga variabel tersebut menunjukkan nilai Tolerance > 0,1. Sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian ini terbebas dari adanya multikoleniaritas.

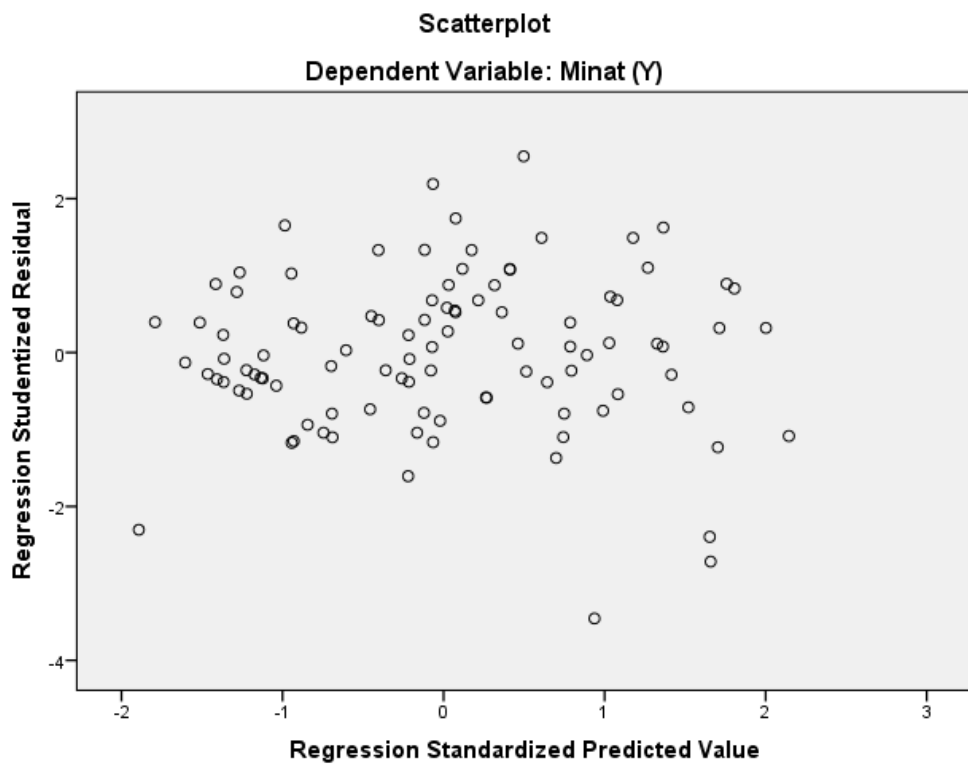
c. Uji Heteroskedatisitas

Uji heteroskedatisitas digunakan dengan tujuan untuk dapat mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan heteroskedatisitas, yaitu adanya ketidaksamaan varian residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Dasar pengambilan keputusan dapat dilihat dari pola gambar scatterplot, dasar pengambilan keputusan berdasarkan uji scatterplot jika regresi tidak menunjukkan terjadinya heteroskedatisitas yaitu apabila titik-titik data menyebar diatas dan di bawah atau disekitar angka 0. Titik-titik pada data juga tidak boleh membentuk suatu pola, jadi penyebaran titik-titik pada data tersebut tidak berpola. Selain menggunakan cara ini juga dapat melihat dari nilai

Sig. Pada uji heteroskedatisitas glejser yaitu jika nilai sig > 0,05 atau 5%. Jika demikian dapat dikatakan non-heteroskedatisitas.

Gambar 4.1

Uji Heteroskedatisitas



Sumber: Data Primer Diolah

Dari gambar 4.1 menunjukkan bahwa tidak ada pola tertentu karena titik menyebar tidak beraturan keatas dan kebawah. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedatisitas.

Tabel 4.10

Uji Heteroskedatisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1,693	2,039		-,830	,408
	Literasi (X1)	,025	,062	,055	,404	,687
	Promosi (X2)	,067	,097	,093	,689	,492
	Religiusitas (X3)	,064	,063	,114	1,008	,316

a. Dependent Variable: RES2

Sumber: Data Primer Diolah

Dari tabel 4.12 menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari ketiga variabel independen lebih dari 0,05. Pada literasi (X1) sebesar 0,687, promosi (X2) sebesar 0,492, dan religiusitas (X3) sebesar 0,316. Dapat disimpulkan bahwa dari data tersebut tidak terjadi masalah pada heteroskedatisitas diantara variabel independen.

3. Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda digunakan dengan tujuan untuk dapat mengetahui arah hubungan antara variabel bebas (independen) dengan variabel terikat (dependend). Yang nantinya dilihat apakah hasilnya positif atau negatif, dan untuk memprediksi nilai dari variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.

Tabel 4.11
Uji Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,755	3,272		,231	,818
Literasi (X1)	,334	,100	,319	3,353	,001
Promosi (X2)	,673	,156	,405	4,303	,000
Religiusitas (X3)	,163	,102	,127	1,600	,113

a. Dependent Variable: Minat menabung (Y)

Sumber: Data primer diolah.

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e.$$

Y= variabel dependen

α = konstanta

b= koefisien regresi

X= variabel independen

e= residual/ eror

Hasil analisis data primer yang sudah dioleh, maka dapat disimpulkan bahwa:

- Dari persamaan regresi dari tabel 4.16 dapat diketahui bahwa nilai α (konstanta) dari variabel minat menabung sebesar 0,755. Artinya bahwa jika variabel literasi, promosi, dan religiusitas bernilai konstan atau nol, maka nilai dari variabel Y atau minat menabung adalah 0,755.
- Dari persamaan regresi dari tabel 4.16 dapat diketahui bahwa nilai koefisien regresi dari variabel literasi sebesar 0,344. Artinya bahwa setiap penambahan 1 digit literasi dengan asumsi variabel independen lainnya tetap, maka dapat menaikkan nilai minat menabung sebesar 0,344.
- Dari persamaan regresi dari tabel 4.16 dapat diketahui bahwa nilai koefisien regresi dari variabel promosi sebesar 0,673. Artinya bahwa setiap penambahan 1 digit promosi dengan asumsi variabel independen lainnya tetap, maka dapat menaikkan nilai minat menabung sebesar 0,673.
- Dari persamaan regresi dari tabel 4.16 dapat diketahui bahwa nilai koefisien regresi dari variabel religiusitas sebesar 0,163. Artinya bahwa

setiap penambahan 1 digit religiusitas dengan asumsi variabel independen lainnya tetap, maka dapat menaikkan nilai minat menabung sebesar 0,163.

4. Uji Hipotesis

a. Uji R²(Determinasi)

Analisis uji koefisien R²(determinasi) adalah analisis yang bertujuan untuk dapat mengetahui seberapa besar sumbangan atau kontribusi dari variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen).

Tabel4.12

Uji Koefisien R² (Determinasi)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,728 ^a	,530	,516	3,327

Predictors: (Constant), Religiusitas (X3), Promosi (X2), Literasi (X1)

Sumber: Data primer diolah.

Berdasarkan tabel 4.15 hasil uji koefisien R²(determinasi) dapat diketahui bahwa R squer (R²) menunjukkan angka 0,530 atau 53%, menunjukkan bahwa besarnya pengaruh dari variabel literasi (X1), promosi (X2), dan religiusitas (X3) terhadap variabel minat menabung (Y) sebesar 0,530 atau 53% . Sedangkan untuk sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

b. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan dengan tujuan untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebasnya (independen) secara bersama-sama

(simultan) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (dependen). Kriteria dalam pengambilan keputusan pada uji F (simultan) yaitu jika nilai signifikan $< 0,05$ atau $F_{hitung} > F_{tabel}$ (pada derajat kesalahan 5% dalam arti $\alpha = 0,05$), maka dapat dikatakan variabel bebasnya (independen) secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (dependen).

Tabel 4.13

Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1200,077	3	400,026	36,129	,000 ^b
	Residual	1062,913	96	11,072		
	Total	2262,990	99			

a. Dependent Variable: Minat (Y)

b. Predictors: (Constant), Religiusitas (X3), Promosi (X2), Literasi (X1)

Sumber: Data primer diolah.

$$\begin{aligned}
 F_{tabel} &= F(k;n-k) \\
 &= F(3; 100-3) \\
 &= 2,70
 \end{aligned}$$

n= jumlah sampel

k= jumlah variabel X

Berdasarkan tabel 4.14 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi untuk literasi (X1), promosi (X2), dan religiusitas (X3) secara simultan terhadap minat menabung (Y) adalah $0,000 < 0,05$ dan $F_{hitung} 36,129$ sebesar $> F_{tabel}$ sebesar 2,70. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan literasi (X1), promosi (X2), dan religiusitas (X3) secara simultan terhadap minat menabung (Y). Sehingga H4 yang menyatakan Literasi, Promosi, dan Religiusitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah **diterima**.

c. Uji t -test (Parsial)

Uji t-test digunakan dengan tujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh secara parsial dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Kriteria pengambilan keputusan pada uji t-test adalah jika nilai signifikan $< 0,05$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka secara parsial terdapat pengaruh diantara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 4.14

**Uji t-test (parsial)
Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,755	3,272		,231	,818
	Literasi (X1)	,334	,100	,319	3,353	,001
	Promosi (X2)	,673	,156	,405	4,303	,000
	Religiusitas (X3)	,163	,102	,127	1,600	,113

a. Dependent Variable: Minat Menabung (Y)

Sumber: Data primer diolah.

$$T \text{ tabel} = t (\alpha/2; n-k-1)$$

$$= t (0,025; 96)$$

$$= 1,985$$

α = tingkat kepercayaan

n = jumlah sampel

k = jumlah variabel X

- Berdasarkan tabel 4.13 uji t-test tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk pengaruh literasi (X1) terhadap minat menabung (Y) adalah sebesar $0,001 < 0,05$ dengan $t_{hitung} 3,353 > t_{tabel} 1,985$. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara literasi terhadap minat menabung masyarakat di Bank Syariah sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 yang menyatakan diduga literasi secara parsial

berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah **diterima**.

- Berdasarkan tabel 4.13 uji t-test tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk pengaruh promosi (X2) terhadap minat menabung (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dengan $t_{hitung} 4,303 > t_{tabel} 1,985$. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara promosi terhadap minat menabung masyarakat di Bank Syariah sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 yang menyatakan diduga promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah **diterima**.
- Berdasarkan tabel 4.13 uji t-test tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk pengaruh religiusitas (X3) terhadap minat menabung (Y) adalah sebesar $0,113 > 0,05$ dengan $t_{hitung} 1,600 < t_{tabel} 1,985$. Hal ini menunjukkan bahwa tidak memiliki pengaruh yang signifikan antara religiusitas terhadap minat menabung masyarakat di Bank Syariah sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 yang menyatakan diduga religiusitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah **ditolak**.

E. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Literasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah.

Menurut Peraturan Otoritas jasa Keuangan (POJK) Nomer 76/POJK.07/2016 mengenai Peningkatan Literasi dan Inklusi Keuangan di Sektor Jasa Keuangan Bagi Konsumen dan/atau Masyarakat, mengartikan literasi keuangan yaitu suatu kepercayaan, keahlian, dan pengetahuan yang berpengaruh terhadap tingkah laku dan sikap agar dapat menaikkan kualitasnya ketika mengelola keuangan serta ketika mengambil keputusan dengan tujuan untuk mendapatkan kesejahteraan. Pemahaman dan pengetahuan mengenai keuangan pribadi sangat diperlukan oleh masyarakat, dengan tujuan supaya masyarakat dapat mengambil keputusan yang jauh lebih tepat ketika masyarakat tersebut

mengatur keuangan yang dimilikinya. Kurangnya wawasan tentang literasi keuangan dapat menimbulkan sebuah tantangan yang besar dan menjadi masalah serius bagi masyarakat itu sendiri.

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa dari hasil uji t-test menunjukkan nilai signifikansi untuk pengaruh literasi (X1) terhadap minat menabung (Y) adalah sebesar $0,001 < 0,05$ dengan $t_{hitung} 3,353 > t_{tabel} 1,985$. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara literasi terhadap minat menabung masyarakat di Bank Syariah sehingga dapat disimpulkan hipotesis ini yang menyatakan diduga literasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah diterima. Sedangkan berdasarkan uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi dari variabel literasi sebesar 0,344. Artinya bahwa setiap penambahan 1 digit literasi dengan asumsi variabel independen lainnya tetap, maka dapat menaikkan nilai minat menabung sebesar 0,344.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian skripsi yang dilakukan oleh Riza Zuhriyah pada tahun 2020 dengan judul “Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah, Presepsi, Promosi, dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kecamatan Sambungmacan Di Bank Syariah” menunjukkan hasil bahwa tingkat literasi keuangan syariah mempunyai nilai signifikan sebesar $0,0004 < 0,005$ berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah.

2. Promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah.

Promosi sangat diperlukan untuk menarik minat masyarakat agar beralih menggunakan produk dan jasa perbankan syariah. Promosi yang dilakukan tersebut menjadi sebuah bentuk dari suatu pemasaran yang diharapkan dapat menjamin berlangsungnya kelancaran didalam keadaan persaingan yang setiap harinya semakin ketat. Promosi yang dilakukan oleh bank diharapkan mampu membagikan informasi untuk masyarakat tentang manfaat yang dapat diambil saat menggunakan produk dan jasa

perbankan syariah. Dalam memberikan informasi kepada masyarakat, pihak bank syariah dapat menggunakan beberapa alat promosi yang biasanya dikenal dengan sebutan bauran promosi (promotion mix) yang terdiri atas empat variabel diantaranya sales promotion, pengiklanan, public relation, dan juga personal selling.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari uji t-test memperlihatkan nilai signifikansi untuk pengaruh promosi (X2) terhadap minat menabung (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dengan $t_{hitung} 4,303 > t_{tabel} 1,985$. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara promosi terhadap minat menabung masyarakat di Bank Syariah sehingga dapat disimpulkan hipotesis ini yang menyatakan diduga promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah diterima. Sedangkan berdasarkan uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi dari variabel promosi sebesar 0,673. Artinya bahwa setiap penambahan 1 digit promosi dengan asumsi variabel independen lainnya tetap, maka dapat menaikkan nilai minat menabung sebesar 0,673.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aris Safitri pada tahun 2019 dengan judul “Pengaruh Harga, Promosi, dan Religiusitas Terhadap Keputusan Masyarakat Dalam Memilih Bank Syariah Dengan Minat Sebagai Variabel Intervening”. Menunjukkan hasil bahwa variabel promosi berpengaruh positif terhadap keputusan dan koefisien interaksi promosi dengan minat menunjukkan variabel minat memediasi hubungan promosi terhadap keputusan.

3. Religiusitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah.

Religiusitas merupakan sikap dan keyakinan seseorang tentang ajaran agama yang dia percaya beserta pengamalan ritual baik pada konteks interaksi secara vertikal yaitu dengan Allah dan interaksi secara horizontal yaitu dengan sesama makhluk, sebagai upaya untuk mencari makna kebahagiaan dan kehidupan. Religiusitas seseorang dapat

diterapkan dalam berbagai aspek kehidupannya. Biasanya orang melihat kegiatan beragama seseorang hanya ketika seseorang itu melakukan ibadah. Tapi sebenarnya kegiatan beragama tidak hanya dapat dilihat dari aspek ibadah saja, namun juga disaat seseorang melakukan aktivitas lainnya yang mendapat dorongan dari kekuatan lain. Tidak hanya sesuatu yang berhubungan atas semua aktivitas yang terlihat saja serta hanya bisa dilihat menggunakan mata, namun semua aktivitas yang tidak terlihat yang berlangsung pada diri seseorang. Dengan kata lain semua sikap yang dilakukan oleh seseorang dalam menjalankan kegiatannya berdasarkan tuntunan agama, dan berdasarkan perintah Tuhannya bertujuan agar memperoleh keridhaan-Nya. Maka dari itu religiusitas yang merupakan suatu keyakinan terhadap agama dapat dijadikan motivator untuk mendorong seorang muslim menggunakan lembaga keuangan syariah, salah satunya yaitu perbankan syariah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari uji t-test memperlihatkan nilai signifikansi untuk pengaruh religiusitas (X3) terhadap minat menabung (Y) adalah sebesar $0,113 > 0,05$ dengan $t_{hitung} 1,600 < t_{tabel} 1,985$. Hal ini menunjukkan bahwa tidak memiliki pengaruh yang signifikan antara religiusitas terhadap minat menabung masyarakat di Bank Syariah sehingga dapat disimpulkan hipotesis ini yang menyatakan diduga religiusitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah ditolak. Sedangkan berdasarkan uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi dari variabel religiusitas sebesar 0,163. Artinya bahwa setiap penambahan 1 digit religiusitas dengan asumsi variabel independen lainnya tetap, maka dapat menaikkan nilai minat menabung sebesar 0,163.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Mufti Arsyidian pada tahun 2019 dengan judul “Pengaruh Presepsi Tingkat Religiusitas dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah (Studi pada masyarakat Kecamatan Tulis)”. Menunjukkan hasil bahwa tingkat religiusitas berpengaruh positif

dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Karena pada masyarakat Kecamatan Tulis memiliki keyakinan bahwa riba itu dilarang didalam Islam dan mempercayai bahwa bank syariah tidak mengandung unsur riba. Hal ini berbanding terbalik dengan masyarakat di Kecamatan Ngaliyan yang masih menganggap bahwa bank syariah sama saja dengan bank konvensional. Yang jelas-jelas didalam bank konvensional terdapat unsur riba yang telah dilarang di dalam Al-Quran. Sehingga religiusitas tidak memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap minat menabung masyarakat Kecamatan Ngaliyan.

4. Literasi, Promosi, dan Religiusitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah.

Penelitian ini menunjukkan berdasarkan uji F (simultan), memperlihatkan hasil nilai signifikansi untuk literasi (X1), promosi (X2), dan religiusitas (X3) secara simultan terhadap minat menabung (Y) adalah $0,000 < 0,05$ dan $F_{hitung} 36,129 > F_{tabel} 2,70$. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan literasi (X1), promosi (X2), dan religiusitas (X3) secara simultan terhadap minat menabung (Y). Sehingga hipotesis ini yang menyatakan Literasi, Promosi, dan Religiusitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah diterima.

Kemudian berdasarkan uji R^2 (determinasi) dapat diketahui bahwa R square (R^2) menunjukkan angka 0,530 atau 53%, menunjukkan bahwa besarnya pengaruh dari variabel literasi (X1), promosi (X2), dan religiusitas (X3) terhadap variabel minat menabung (Y) sebesar 0,530 atau 53%. Sedangkan untuk sisanya dipengaruhi oleh variabel lain. Sedangkan berdasarkan uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi dari variabel literasi sebesar 0,344, variabel promosi sebesar 0,673, dan variabel religiusitas sebesar 0,163. Untuk itu keterpengaruhannya dari literasi, promosi dan religiusitas didominasi oleh variabel promosi, dibuktikan dengan nilai koefisien regresi promosi yang

lebih besar dari nilai koefisien regresi literasi dan religiusitas.

BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian diatas dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Literasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah, dibuktikan dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa dari uji t-test memperlihatkan nilai signifikansi untuk pengaruh literasi (X1) terhadap minat menabung (Y) adalah sebesar $0,001 < 0,05$ dengan $t_{hitung} 3,353 > t_{tabel} 1,985$. Sedangkan berdasarkan uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi dari variabel literasi sebesar 0,344. Artinya bahwa setiap penambahan 1 digit literasi dengan asumsi variabel independen lainnya tetap, maka dapat menaikkan nilai minat menabung sebesar 0,344.
2. Promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah, dibuktikan dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa dari uji t-test memperlihatkan nilai signifikansi untuk pengaruh promosi (X2) terhadap minat menabung (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dengan $t_{hitung} 4,303 > t_{tabel} 1,985$. Sedangkan berdasarkan uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi dari variabel promosi sebesar 0,673. Artinya bahwa setiap penambahan 1 digit promosi dengan asumsi variabel independen lainnya tetap, maka dapat menaikkan nilai minat menabung sebesar 0,673.
3. Religiusitas secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah, dibuktikan dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa dari uji t-test memperlihatkan nilai signifikansi untuk pengaruh religiusitas (X3) terhadap minat menabung (Y) adalah sebesar $0,113 > 0,05$ dengan $t_{hitung} 1,600 < t_{tabel} 1,985$. Sedangkan berdasarkan uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi dari variabel religiusitas sebesar 0,163. Artinya bahwa setiap penambahan 1 digit religiusitas dengan asumsi variabel independen lainnya tetap, maka dapat menaikkan nilai minat menabung sebesar 0,163.

4. Literasi, Promosi, dan Religiusitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah, dibuktikan dengan hasil penelitian menunjukkan berdasarkan uji F (simultan), memperlihatkan hasil nilai signifikansi untuk literasi (X1), promosi (X2), dan religiusitas (X3) secara simultan terhadap minat menabung (Y) adalah $0,000 < 0,05$ dan $F_{hitung} 36,129$ sebesar $> F_{tabel}$ sebesar 2,70. Kemudian berdasarkan uji R^2 (determinasi) dapat diketahui bahwa R^2 menunjukkan angka 0,530 atau 53%, menunjukkan bahwa terdapat pengaruh dari variabel literasi (X1), promosi (X2), dan religiusitas (X3) terhadap variabel minat menabung (Y). Sedangkan untuk sisanya dipengaruhi oleh variabel lain. Sedangkan berdasarkan uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi dari variabel literasi sebesar 0,344, variabel promosi sebesar 0,673, dan variabel religiusitas sebesar 0,163. Untuk itu keterpengaruhannya didominasi oleh variabel promosi, dibuktikan dengan nilai koefisien regresi promosi yang lebih besar dari nilai koefisien regresi literasi dan religiusitas.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, maka supaya meningkatkan minat masyarakat menabung di bank syariah, penulis menyampaikan saran yang mungkin akan berguna, yaitu:

1. Bagi pihak bank syariah

Bagi pihak bank syariah agar lebih mensosialisasikan dan mempromosikan lebih baik lagi kepada masyarakat di Kecamatan Ngaliyan. Serta lebih meyakinkan kepada masyarakat bahwa riba dilarang dalam Islam. Dan bank syariah tidak mengandung unsur riba. Dengan harapan agar religiusitas masyarakat berpengaruh positif terhadap minat menabung di bank syariah dan masyarakat dapat lebih mengerti sistem di bank syariah seperti apa supaya nantinya masyarakat jadi lebih tertarik untuk menabung di bank syariah dan yakin bahwa bank jauh dari unsur riba karena masyarakat memiliki religiusitas yang kuat akan hal itu.

Selain itu sebaiknya bank juga menyediakan fasilitas yang lebih nyaman serta lebih memperbaiki sistem, SDM, dan pengelolaan bank yang lebih baik lagi agar masyarakat lebih tertarik menggunakan bank syariah. Dikarenakan sistem, SDM, dan pengelolaan bank syariah masih tertinggal dari bank konvensional

2. Bagi masyarakat Kecamatan Ngaliyan

Bagi masyarakat Kecamatan Ngaliyan supaya lebih terbuka pemikirannya dan mau belajar mengenal lebih dalam lagi perbankan syariah seperti mengenal dan meyakini bahwa bank syariah tidak mengandung unsur riba yang jauh berbeda dari bank konvensional. Dan siapa tau dengan seperti itu masyarakat nantinya tertarik untuk menabung di bank syariah.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang menginginkan untuk meneliti dengan objek yang sejenis, hendaknya dapat memperluas penelitian dengan menambah atau mengganti variabel lainnya yang ada hubungannya dengan minat menabung masyarakat di bank syariah.

Daftar Pustaka

- Agustianto, “Membangun Literasi Keuangan Syariah (Bagian 2), [www. Agustiantocenter.com](http://www.agustiantocenter.com) diakses pada tanggal 16 Februari 2021.
- Apriyanti, Hani Werdi. 2018. Model Inovasi Produk Perbankan Syariah di Indonesia. *Economica: Jurnal Ekonomi Islam. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo*. Vol. 9. No 1.
- Arifin, Zainul. 2009. *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*, Jakarta: Azkia Publisher.
- Arsyidian, Mufti. 2019. *Pengaruh Presepsi Tingkat Religiusitas dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah (Studi pada masyarakat kecamatan Tulis*. Skripsi UIN Walisongo.
- Aviyah, Evi dan Muhammad Farid. 2014. Religiusitas Kontrol Diri dan Kenakalan Remaj. *Jurnal Psikologi Indonesia*. Vol. 3. No. 02.
- Basuki, Agus Tri dan Nano Prawoto. 2016. *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Bawono, Anton. 2006. *Multivariate Analysis dengan SPSS*. Salatiga:STAIN Salatiga Press.
- Danupranata, Gita. 2013. *Buku Ajaran Manajemen Perbankan Syariah*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Fauzi, Risa Nur. 2020. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Pengetahuan Agama, dan Promosi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi*. Vol. 9. No. 1. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Fitri, Maltuf. 2015. Prinsip Kesyariahan Dalam Pembiayaan Syariah. *Economica: Jurnal Ekonomi Islam. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo*. Vol. VI. Edisi 1.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan program SPSS*. Semarang : Badan penerbit-Unip.
- Ghofur, Abdul. 2016. Konsep Riba Dalam Al-Quran. *Economica: Jurnal Ekonomi Islam. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo*. Vol. VII. Edisi 1.
- <https://kecngalihan.semarangkota.go.id>
- Ismanto, Hadi, dkk. 2019. *Perbankan dan Literasi Keuangan*. Yogyakarta:

Deepublish.

- Jahja, Yudhik. 2011. *Psikologi Perkembangan*. Jakarta : Kencana.
- Jalaluddin. 2010. *Psikologi Agama*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kecamatan Ngaliyan Dalam Angka 2019, Badan Pusat Statistik Kota Semarang.
- Muchlich, Muhammad. 2009. *Metode Pengambilan Keputusan Kuantitatif*. Jakarta timur: Aksara.
- Mujaddid, Fajar dan Pandu Tezar Adi Nugroho. 2019. Pengaruh Pengetahuan, Reputasi, Lingkungan dan Religiusitas Terhadap Minat Pelajar Sekolah Menengah Kejurusan Prodi Perbankan Syariah Dalam Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Islam*. Vol. 10. No. 1. Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka.
- Ortega, Daniel dan Anas Alhifni. 2017. Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*. Vol. 5. No. 1. Universitas Juanda Bogor.
- Otoritas Jasa Keuangan, *Peraturan Otoritas jasa Keuangan (POJK) Nomer 76/POJK.07/2016 mengenai Peningkatan Literasi dan Inklusi Keuangan di Sektor Jasa Keuangan Bagi Konsumen dan/atau Masyarakat*.
- Otoritas Jasa Keuangan, *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) revisit 2017*.
- P, Ari Kristin. 2012. Analisis Pengaruh Faktor Ekonomi dan Religiusitas Terhadap Persepsi Supervisor dan Manajer Mengenai Independensi Dewan Pengawa Syari'ah (Studi Kasus pada Bank Syari'ah di Indonesia). *Economica: Jurnal Ekonomi Islam. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo*. Vol. II. Edisi 2.
- Prasetyo, Bambang dan Lina Miftahul Jannah. 2006. *Model Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Pt Grafindo Persada.
- Publishing, PKES.2017. *Perbankan Syariah*. Jakarta: PKES Publishing.
- Rangkuti, Freddy. 2002. *Kreatif Effective Marketing Plan Teknik Membuat Rencana Pemasaran Berdasarkan Customer Values & Analisis Kasu*. Jakarta: Gramedia.
- Robert ,Thoules . 1995. *Pengantar Psikologi Agama*. Jakarta: PT Raja Grafindo Indonesia.

- Saekhu. 2017. Dampak Indikator Makroekonomi terhadap Dana Pihak Ketiga Perbankan Syariah. *Economica: Jurnal Ekonomi Islam. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo*. Vol. 8. No 1.
- Safitri, Aris. 2019. *Pengaruh Harga, Promosi, dan Religiusitas Terhadap Keputusan Masyarakat Dalam Memilih Bank Syariah Dengan Minat Sebagai Variabel Intervering*. Skripsi IAIN Salatiga.
- Safitri, Feri Dwi. 2018. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di BRI Syariah KCP Demak Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervering*. Skripsi IAIN Salatiga.
- Siyoto, Sandu dan Muhammad Ali Sodik. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sunyoto, Danang. 2013. *Metedologi Penelitian Akuntansi*, Bandung: Refika Aditama.
- Suryadi, Bambang. 2021. *Religiusitas Konsep, Pengukuran, dan Implementasi di Indonesia*. Jakarta Pusat: Bibliosmia Karya Indonesia.
- Syariah, “Simak! 6 Tantangan industri Keuangan Syariah RI Versi BOS OJK”, www.cnbcindonesia.com diakses pada tanggal 16 Februari 2021.
- Yahya, Imam dan Retnandi Meita Putri. 2016. Pengaruh Perubahan Biaya Transaksi Kartu ATM (Anjungan Tunai Mandiri) pada tabungan Faedah Terhadap Minat Bertransaksi Nasabah di BRI Syariah KC Semarang. *Economica: Jurnal Ekonomi Islam. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo*. Vol. VII. Edisi 1.
- Zahri, Yasir dan Hafasnuddin. 2016. Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Beli Produk/ Jasa Bank Syariah Dengan Sikap Konsumen Sebagai Variabel Mediasi Pada nasabah Bank Konvensional Di Kota Banda Ace.. *E- Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*. vol. 1. No. 1. Universitas Syiah Kuala.
- Zuhriyah, Riza. 2020. *Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah, Presepsi, Promosi, dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kecamatan Sambungmacan Di Bank Syariah*. Skripsi IAIN Surakarta.

LAMPIRAN

Lampiran 1

Kuesioner Penelitian

Data Responden

Nama :

Janis kelamin : Laki-Laki Perempuan

Umur : ≤ 20 Tahun 41-45 Tahun
 21-25 Tahun 46-50 Tahun
 26-30 Tahun 51-55 Tahun
 31-35 Tahun 56-60 tahun
 36-40 Tahun > 60 tahun

Kelurahan : Podorejo Kalipancur
 Wates Purwoyoso
 Beringin Tambakaji
 Ngaliyan Gondoriyo
 Bambangremp Wonosari

Apakah anda menjadi nasabah di bank syariah dan memiliki rekening di bank syariah?

Ya Tidak

PETUNJUK PENGISIAN ANGKET

Berikut ini terdapat sejumlah pertanyaan. Silahkan baca dan pahami dengan baik setiap pertanyaan tersebut. Anda diminta untuk mengemukakan apakah pertanyaan-pertanyaan tersebut sesuai dengan diri anda, dengan cara memberi tanda centang (√) dalam kotak di depan salah satu pilihan jawaban yang tersedia, yaitu :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

N : Netral

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

1. Variabel Tingkat Literasi Keuangan (X1)

No	Pertanyaan	Pertimbangan				
		SS	S	N	TS	STS
	Pengetahuan Umum Keuangan					

1	Saya paham akan pengetahuan keuangan.					
2	Saya mengeluarkan uang sesuai kebutuhan.					
3	Saya menyisihkan uang untuk ditabung.					
4	Saya lebih mendahulukan kebutuhan daripada keinginan.					
5	Saya merencanakan dan mengelola keuangan dengan baik.					
No	Pertanyaan	Pertimbangan				
		SS	S	N	TS	STS
Pemahaman akan lembaga keuangan syariah						
1	Saya mengetahui produk-produk bank syariah.					
2	Saya tertarik menjadi nasabah di bank syariah.					
3	Bank syariah berbeda dengan bank konvensional.					
4	Sistem bagi hasil di bank syariah lebih adil.					

2. Variabel Promosi (X2)

No	Pertanyaan	Pertimbangan				
		SS	S	N	TS	STS
1	Iklan perbankan syariah di media cetak/elektronik membuat saya tertarik untuk menabung.					
2	Keberadaan bank syariah bisa diketahui di media cetak.					
3	Keberadaan bank syariah bisa diketahui melalui promosi yang dilakukan marketing.					
4	Keberadaan bank syariah bisa diketahui di media elektronik.					

5	Iklan yang dilakukan bank syariah sangat kreatif.					
---	---	--	--	--	--	--

3. Variabel Religiusitas (X3)

No	Pertanyaan	Pertimbangan				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya percaya dengan adanya malaikat.					
2	Saya suka membaca buku-buku tentang agama.					
3	Saya merasakan kehadiran Allah dimanapun dan kapanpun.					
4	Saya rutin mengerjakan sholat 5 waktu.					
5	Saya paham riba dilarang dalam Islam.					
6	Saya paham didalam Islam dianjurkan untuk menabung.					
7	Setiap hari saya meluangkan waktu untuk membaca Al-Quran kalau tidak ada halangan.					
8	Saya paham bahwa Islam menganjurkan untuk menuntut Ilmu.					

4. Variabel Minat (Y)

No	Pertanyaan	Pertimbangan				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya akan menyimpan uang dengan cara yang diarahkan oleh Islam/ sesuai dengan syariat Islam.					
2	Saya akan menabung di bank syariah karena bebas dari riba.					
3	Saya mendapat kepuasan disaat saya					

	menabung.					
4	Saya mendapat dorongan dari orang tua agar bisa menyisihkan hasil pendapatan saya untuk menabung.					
5	Saya senang dengan produk dan layanan yang diberikan oleh bank syariah.					
6	Saya ingin menabung di bank syariah karena keinginan saya sendiri.					
7	Saya tertarik dengan fasilitas produk yang ditawarkan oleh bank syariah.					
8	Saya akan menabung di bank syariah karena ingin mendapatkan berkah dan pahala.					

Lampiran 2

Nama	Jenis kelamin	Usia	Kelurahan	Apakah anda menjadi nasabah di bank syariah dan memiliki rekening di bank syariah?
Heydita Ratu	2	2	10	2
Anita Rachman	2	2	4	2
Novita Ayuningtyas	2	2	4	2
Siti Komsah	2	6	4	2
Adi Suhartono	1	1	10	2
AndikaTri Saputra	1	2	9	1
Fifi Tofiqah Bosavi	2	2	10	2
Evana Ayu Lestari	2	2	10	2
Nihayatul Mirzah	2	2	2	1
Giovanni Nabil Rafif	1	1	10	2
Tyas	2	2	4	2
Novriza Azzarah	2	2	5	1
Saputro	1	2	4	1
Ali Wardhana	1	2	3	2
Betari Siwi	2	2	4	2
frida	2	2	5	2
Refnita Jihan Hapsari	2	2	4	2
Niken Ayu	2	2	10	1

Lutfia Aldina	2	2	4	1
Hasna	2	2	3	2
Fiqqi	1	3	3	1
Tiffa	2	8	3	2
Shafira Veda Berliana	2	2	8	2
Maryati	2	9	4	2
Imam fuddin t	1	3	4	2
Tasmara Mardika	1	2	8	2
Vidia	2	2	10	2
Destian Dewa	1	2	4	2
Skifa Chorin Hayah	2	2	4	1
Cella Putri P	2	2	4	2
Nahdiya Bella Pertiwi	2	2	7	2
Ahmad Arizal Syahida	1	2	7	2
Sari Rahma	2	8	10	2
David Aldi Ramadhani	1	2	10	1
Catur Noor Febriansyah	1	2	6	2
Sutrisno	1	10	4	2
Arvidhea Safira Gunawan	2	2	3	1
Mawar Idah Shonia	2	2	2	1
Wahyono	1	7	5	2
Sri Lestari	2	9	10	2
Supriyadi	1	9	10	2
Ervina Faizzatul Ummah	2	1	9	2
Rizky Surya Pangestuty	2	2	4	2
Tasya	2	2	6	2
Reyhan Altair Pradana	1	2	4	2
Eviana Dwi Puspita	2	7	3	1
Ardhy Gunawan	1	8	3	1
Arviant Dwi Andhika Gunawan	1	2	3	2
Fadila Syah Putri	2	2	2	1
Riza Mustika Ayu P	2	2	10	2

Eni Endriyati	2	5	4	2
Nimas Ajeng	2	2	9	1
Aulia Ninda	2	2	6	2
Neny R.	2	3	4	2
Sirni Larasati	2	2	10	2
Lailatul Nur Khasanah	2	2	10	1
Arina Maulida Barik	2	1	4	1
Bella	2	2	3	2
Pradina Sulfa P	2	2	10	1
Rizka	1	4	4	1
Vera Febriyanti	2	2	4	2
Nabila Farrah	2	2	4	2
Bagas Setyadi	1	2	8	2
Fala	2	2	1	1
Sonia	2	2	3	1
Mia Dwi Rahmawati, A.Md.Kep	2	1	4	1
Hardiansyah Rochani	1	2	4	2
Adila Kartika Dewi	2	2	4	1
Mutia	2	2	3	1
Lina	2	9	3	1
Bambang	1	9	3	1
Hendro Cahyo	1	2	6	2
Arochman	1	8	4	2
Faizal Rachman	1	3	4	2
Romelah	2	8	4	2
Heru Mukti Setyawan	1	2	2	2
Anabella Dhara Agusta	2	2	9	2
Desta Ellen RNC	2	2	8	1
Muhammad Yusuf	1	2	9	2
Wendy Andrela	2	2	6	2
Sofiani Vitamara Agustina	2	2	10	2
Muhammad Wishnu Surya Aji	1	2	7	2
Egi Dia Saputri	2	2	7	2
Rosa Zhal Zhabila	2	2	3	1
Herry Muhammad	1	2	9	2

Shaleh				
Adinda	2	2	3	1
Hasdian Kharisma Safitir	2	2	1	2
Yumna Nur Mahmudah	2	2	4	1
Zara Ardea	2	2	3	1
Regina	2	2	4	2
Zidan Alfian Bahtiar	1	2	4	1
Desti Itsna	2	2	6	2
Amalia Ayu Rizkiani	2	2	1	2
Lina Aliyah Tusifa	2	2	3	2
Lukman Hakim	1	2	3	1
Farikhah	2	1	3	2
Rosalia Kusumawardhani	2	2	10	2
Ahmad Nadhif	1	1	2	1
Karsimi	2	5	2	2
Muhammad Giovan	1	2	7	2

Karakteristik Data Responden

Hasil Kuesioner Responden

TINGKAT LITERASI KEUANGAN (X1)									
X1.P1	X1.P2	X3.P3	X4.P4	X1.P5	X1.P6	X1.P7	X1.P8	X1.P9	TOTAL
3	3	3	3	3	2	3	3	3	26
3	3	3	3	3	2	4	4	4	29
4	5	4	5	4	3	4	5	4	38
3	4	5	5	5	3	3	4	4	36
4	4	4	3	3	3	3	3	3	30
4	4	4	3	3	4	4	3	4	33
5	5	3	3	3	2	2	4	3	30
4	4	4	4	4	3	3	4	3	33
4	3	4	5	4	5	5	5	5	40
3	3	3	4	4	3	3	4	4	31
4	5	4	4	3	2	3	4	3	32
5	4	4	4	4	4	3	3	3	34
3	4	4	5	4	3	3	3	3	32
3	4	4	5	3	3	3	4	4	33
3	2	3	4	3	2	4	4	3	28
4	5	4	5	4	2	2	4	4	34
4	5	4	3	4	2	4	4	3	33
3	4	4	4	3	3	4	4	3	32

3	3	3	3	4	2	3	4	4	29
4	5	5	4	4	2	4	4	3	35
4	5	5	5	5	5	5	5	4	43
4	5	5	5	4	2	2	5	3	35
3	5	5	5	4	1	3	3	3	32
5	5	5	5	5	3	5	3	4	40
4	5	4	5	4	3	5	5	5	40
3	5	4	4	5	3	5	4	4	37
3	5	5	4	4	3	3	4	3	34
4	5	4	4	4	2	3	3	3	32
4	5	4	4	4	3	4	5	4	37
5	5	3	5	3	2	2	2	2	29
5	5	5	5	5	3	3	5	5	41
4	4	3	3	3	3	4	5	5	34
3	3	5	4	3	2	2	3	3	28
3	4	4	5	3	2	3	3	3	30
4	4	4	4	2	3	4	4	3	32
5	5	5	5	5	5	4	4	4	42
4	4	3	4	3	4	5	5	5	37
4	5	5	5	5	3	3	5	5	40
5	4	5	5	5	4	4	5	5	42
4	4	4	4	4	3	3	4	3	33
4	5	5	5	5	5	5	4	3	41
3	4	3	5	3	3	3	3	3	30
3	5	2	4	4	4	2	4	4	32
3	4	4	4	4	4	4	4	4	35
3	4	3	4	3	3	4	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	4	4	43
5	5	5	5	5	4	5	4	4	42
5	5	5	5	5	3	4	4	4	40
3	4	4	5	5	2	3	4	4	34
2	5	5	5	5	2	3	3	3	33
4	4	4	4	4	3	4	4	3	34
4	4	5	5	4	3	4	4	4	37
4	5	5	5	5	2	3	3	3	35
4	5	3	3	4	4	3	4	4	34
4	4	4	3	3	3	4	4	4	33
4	5	4	4	5	3	5	3	4	37
4	3	4	4	2	5	5	5	5	37
3	4	4	5	4	2	3	4	3	32
4	4	3	4	4	4	4	4	3	34
4	5	4	5	5	3	4	4	3	37
4	5	5	5	5	3	3	3	3	36
5	5	4	4	4	4	4	4	4	38
4	5	4	5	5	3	3	4	3	36
3	4	4	4	4	4	4	4	4	35

4	4	3	5	5	5	5	5	5	41
3	5	4	4	4	3	5	5	4	37
4	4	4	4	3	3	3	3	3	31
4	4	3	4	2	4	3	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
5	5	5	5	5	4	4	4	4	41
5	5	5	5	5	5	4	4	4	42
3	4	3	3	3	3	3	3	3	28
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
4	3	4	4	4	3	3	4	3	32
5	5	4	4	3	2	4	4	4	35
3	3	3	2	4	2	1	4	3	25
3	3	3	3	3	3	3	4	4	29
3	4	4	4	3	3	3	4	3	31
4	4	4	4	4	2	2	2	3	29
2	4	4	4	4	2	2	3	3	28
3	4	3	3	3	2	3	3	3	27
4	4	4	4	3	3	2	3	3	30
3	5	5	5	5	3	3	3	5	37
4	5	4	5	4	3	3	3	3	34
5	5	4	4	3	5	4	4	4	38
4	4	4	5	4	4	3	4	3	35
3	3	4	4	4	2	3	3	3	29
5	4	3	4	3	5	5	5	5	39
2	5	3	4	4	3	2	4	3	30
2	2	3	4	3	2	4	5	4	29
3	5	4	4	4	3	3	3	3	32
3	3	5	5	4	2	3	3	4	32
3	5	3	3	3	3	3	3	3	29
4	4	4	4	4	4	5	5	5	39
3	4	4	3	3	3	3	3	3	29
4	5	5	5	4	3	3	4	4	37
4	4	4	5	5	4	5	5	5	41
4	5	4	5	4	3	4	4	4	37
5	5	5	5	5	5	3	5	3	41

PROMOSI (X2)					
X2.P1	X2.P2	X2.P3	X2.P4	X2.P5	TOTAL
3	4	4	3	3	17
3	3	4	3	3	16
4	4	4	5	4	21
4	4	4	4	4	20
3	4	4	3	4	18
4	4	3	4	3	18
3	4	4	4	3	18
3	4	4	4	4	19
4	4	5	4	4	21
3	3	3	3	3	15
3	4	4	4	4	19
3	4	4	3	3	17
3	3	3	2	3	14
3	4	4	4	3	18
4	2	4	3	3	16
4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	4	21
4	3	4	4	4	19
3	4	4	3	3	17
4	5	5	5	4	23
5	5	5	5	5	25
3	5	5	5	4	22
2	3	3	3	1	12
4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	4	16
3	5	5	4	4	21
3	4	4	4	3	18
3	3	3	2	2	13
4	4	4	4	3	19
2	2	3	2	4	13
3	4	4	4	3	18
3	4	5	4	3	19
3	3	3	3	3	15
3	4	4	3	3	17
4	3	4	4	4	19
5	5	5	5	5	25
4	5	5	4	4	22
4	4	4	4	3	19
4	4	4	4	5	21
3	4	4	4	3	18
4	4	4	4	3	19
3	3	3	3	3	15
2	4	4	4	2	16
4	4	4	4	3	19

4	3	4	3	4	18
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
3	4	4	4	3	18
4	5	5	5	3	22
3	4	4	4	3	18
3	4	4	4	3	18
4	4	4	3	3	18
2	3	3	3	2	13
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
3	4	4	4	3	18
4	4	5	4	4	21
2	3	4	4	3	16
3	3	3	4	3	16
3	4	4	3	3	17
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
2	4	4	3	3	16
4	4	4	4	4	20
4	5	5	5	5	24
4	4	4	4	4	20
2	3	3	3	2	13
4	4	4	4	3	19
4	4	4	5	4	21
4	4	5	5	4	22
4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	4	4	4	18
2	4	5	3	3	17
3	3	4	3	3	16
4	4	4	4	4	20
4	3	3	4	5	19
3	3	3	3	3	15
3	4	4	4	3	18
3	3	3	4	3	16
3	3	5	4	3	18
3	4	4	4	4	19
5	5	5	4	5	24
3	4	4	4	4	19
3	3	3	3	3	15
4	5	5	5	5	24
2	4	4	4	3	17

3	4	4	4	2	17
3	4	5	3	3	18
3	4	4	4	4	19
3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	3	15
3	4	5	4	5	21
5	5	5	5	4	24
4	4	5	5	4	22
3	5	5	4	5	22

RELIGIUSITAS (X3)								
X3.P1	X3.P2	X3.P3	X3.P4	X3.P5	X3.P6	X3.P7	X3.P8	TOTAL
5	5	5	4	3	2	3	4	31
5	3	4	3	3	3	3	3	27
5	5	5	5	4	4	5	5	38
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	4	5	5	3	3	5	4	34
5	3	5	3	3	3	3	3	28
5	3	5	5	3	3	2	3	29
4	4	4	5	4	4	4	4	33
5	5	5	5	3	4	4	5	36
3	3	3	3	3	3	3	3	24
5	4	5	3	3	4	4	4	32
5	4	4	4	3	3	5	4	32
5	3	5	4	3	3	3	4	30
5	3	5	3	3	3	3	4	29
5	3	5	4	3	3	3	4	30
5	4	5	4	2	2	4	5	31
5	4	5	4	4	4	4	4	34
5	4	5	4	3	3	4	5	33
5	4	5	5	5	5	4	4	37
5	4	4	5	4	2	5	5	34
5	5	5	5	4	1	4	5	34
5	4	5	5	4	4	5	5	37
5	4	5	5	4	5	4	5	37
5	4	5	5	3	3	4	5	34
5	5	5	4	4	4	3	3	33
5	5	5	5	4	5	5	5	39
5	3	5	4	2	3	4	4	30
4	3	3	3	2	2	2	3	22
4	4	4	5	3	4	4	5	33
4	4	5	1	1	5	1	5	26

5	5	5	5	5	4	4	5	38
5	3	5	4	3	3	3	4	30
5	5	5	5	3	3	5	5	36
4	4	5	3	3	3	3	4	29
5	4	5	4	3	3	5	4	33
5	5	5	5	3	3	3	4	33
5	4	5	5	4	4	4	4	35
5	3	5	5	4	3	5	5	35
5	4	5	5	5	5	4	4	37
4	3	4	5	4	4	4	5	33
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	3	5	3	2	3	3	3	27
5	4	5	5	2	3	4	5	33
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	3	5	4	3	4	3	4	31
5	5	5	5	4	4	5	5	38
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	4	4	4	37
5	3	4	3	2	4	5	4	30
5	4	5	5	3	4	4	5	35
5	4	5	5	4	4	4	5	36
4	4	4	3	3	3	4	3	28
5	4	5	5	3	3	4	5	34
5	4	5	4	3	3	4	5	33
4	3	5	5	3	3	3	4	30
5	5	5	5	3	4	3	4	34
5	3	5	5	3	4	2	3	30
5	2	4	2	2	2	3	4	24
4	4	5	4	3	3	3	3	29
4	3	4	4	3	3	4	4	29
5	4	5	4	3	3	3	5	32
5	4	5	5	4	4	4	5	36
5	5	5	5	3	3	4	5	35
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	4	4	4	4	4	5	5	33
5	4	4	4	3	3	4	4	31
5	3	5	4	3	3	3	4	30
5	4	5	5	4	4	3	4	34
5	5	5	5	4	4	4	5	37
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	4	4	5	5	38
5	4	5	4	3	3	3	4	31
4	3	3	5	4	3	5	4	31
5	3	5	3	3	3	3	3	28

5	3	5	5	4	4	3	5	34
5	4	5	5	4	4	4	5	36
5	3	5	5	3	3	3	4	31
5	3	5	5	3	4	4	4	33
5	4	5	4	4	4	4	4	34
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	4	4	4	3	3	3	4	30
5	3	4	4	3	3	4	4	30
4	4	4	3	3	3	3	4	28
5	3	4	5	3	3	4	4	31
5	4	4	4	4	4	4	4	33
3	5	5	5	5	5	5	5	38
5	4	5	5	4	4	3	5	35
5	5	5	5	4	4	4	4	36
4	4	5	4	4	4	4	4	33
4	3	5	3	3	3	4	3	28
5	4	4	5	4	4	4	4	34
5	4	5	5	3	3	5	5	35
5	4	5	5	3	3	4	5	34
5	5	5	5	4	4	5	5	38
5	5	4	4	4	4	4	4	34
4	3	4	4	3	3	3	5	29
5	5	5	4	3	3	4	4	33
5	3	5	5	3	4	5	5	35
5	3	5	5	3	5	5	5	36
5	5	5	4	3	3	4	4	33

MINAT(Y)								
Y.P1	Y.P2	Y.P3	Y.P4	Y.P5	Y.P6	Y.P7	Y.8	TOTAL
4	2	5	3	3	3	3	2	25
4	4	4	3	3	4	3	4	29
5	4	5	5	4	4	4	5	36
5	4	4	4	4	4	4	4	33
3	3	4	4	3	3	3	3	26
4	4	4	4	4	4	3	3	30
3	3	5	3	3	2	2	3	24
4	3	4	4	3	3	3	3	27
5	5	5	4	5	5	5	5	39
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	3	4	4	3	2	3	3	26
5	3	4	4	3	3	3	3	28
3	3	3	3	3	3	3	4	25
4	4	4	4	3	4	3	4	30

3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	4	5	5	4	4	4	5	35
4	4	5	5	4	5	4	4	35
4	5	4	5	4	4	4	4	34
3	4	4	4	4	3	3	3	28
5	2	4	4	3	5	4	4	31
5	2	5	2	5	5	5	5	34
2	2	4	2	3	2	4	3	22
4	3	4	5	3	3	3	3	28
4	4	4	5	4	4	4	4	33
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	4	4	4	5	4	4	34
3	3	5	5	3	3	3	3	28
3	2	3	5	3	3	3	3	25
4	5	4	4	4	4	4	4	33
1	1	5	5	1	1	1	1	16
5	3	5	5	5	3	4	4	34
4	5	5	4	5	4	5	5	37
4	2	5	3	3	3	3	2	25
4	3	3	4	3	4	4	3	28
4	3	4	4	4	4	4	4	31
5	5	5	5	5	4	4	5	38
4	4	5	5	5	5	4	4	36
4	3	4	4	4	3	3	4	29
5	5	4	3	4	4	4	5	34
4	3	4	4	3	3	3	4	28
5	3	4	4	3	3	3	3	28
3	3	3	3	3	4	3	3	25
3	3	5	4	3	3	3	3	27
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	5	4	4	4	4	33
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	4	4	4	5	4	4	35
5	4	5	5	3	3	3	3	31
3	3	5	4	4	4	4	4	31
4	3	4	4	3	3	3	3	27
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	3	3	3	3	3	3	26
3	2	3	3	3	3	3	3	23
4	3	5	5	3	3	3	3	29
4	4	5	4	4	4	4	4	33
5	3	5	4	5	5	3	3	33
4	5	5	4	4	5	5	5	37
3	3	4	2	2	4	4	4	26
3	3	3	3	3	3	4	3	25
4	4	4	4	3	4	3	3	29

5	4	4	5	4	4	4	5	35
5	4	5	5	5	5	5	5	39
4	3	4	4	3	2	2	2	24
4	4	4	3	4	5	5	5	34
4	4	4	5	5	5	5	5	37
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	4	4	3	3	3	3	26
3	3	4	5	4	3	4	4	30
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	3	3	3	4	3	4	28
5	5	5	4	4	5	5	5	38
4	4	3	3	3	3	3	3	26
3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	4	5	5	4	4	4	4	34
3	3	3	3	3	3	3	3	24
5	3	5	4	4	4	3	4	32
4	4	5	5	4	3	3	3	31
4	4	4	4	4	3	3	3	29
4	3	4	4	4	3	3	3	28
4	3	4	5	3	3	3	3	28
3	2	4	4	3	3	3	3	25
5	4	5	5	5	5	4	3	36
4	4	5	3	4	4	4	4	32
4	3	4	3	4	3	3	3	27
4	3	5	5	3	3	3	3	29
4	3	3	3	3	3	3	3	25
4	4	4	3	4	5	4	5	33
4	3	4	4	2	2	2	2	23
3	3	3	3	3	3	3	3	24
5	3	5	5	3	3	3	3	30
5	3	4	4	4	4	4	4	32
5	3	5	5	3	3	3	3	30
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	3	4	5	4	4	3	3	30
5	5	5	4	5	5	5	5	39
5	4	5	4	3	4	4	3	32
5	3	5	5	5	5	4	3	35

Lampiran 3

Deskriptif Data Penelitian

Karakteristik responden sebagai berikut:

Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1

Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-Laki	33	33,0	33,0	33,0
Perempuan	67	67,0	67,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Data Primer Diolah

Karakteristik Berdasarkan Usia

Tabel 4.2

Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ≤20Tahun	7	7,0	7,0	7,0
21-25 Tahun	72	72,0	72,0	79,0
26-30 Tahun	4	4,0	4,0	83,0
31-35 Tahun	1	1,0	1,0	84,0
36-40 Tahun	2	2,0	2,0	86,0
41-45 Tahun	1	1,0	1,0	87,0
46-50 Tahun	2	2,0	2,0	89,0
51-55 Tahun	5	5,0	5,0	94,0
56-60 Tahun	5	5,0	5,0	99,0
>60 Tahun	1	1,0	1,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Data Primer Diolah

Karakteristik Berdasarkan Wilayah Kelurahan

Tabel 4.3

Kelurahan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Podorejo	3	3,0	3,0	3,0
Wates	6	6,0	6,0	9,0
Beringin	19	19,0	19,0	28,0
Ngaliyan	31	31,0	31,0	59,0

Bambangrejo	3	3,0	3,0	62,0
Kalipancur	6	6,0	6,0	68,0
Purwoyoso	5	5,0	5,0	73,0
Tambakaji	4	4,0	4,0	77,0
Gondoriyo	6	6,0	6,0	83,0
Wonosari	17	17,0	17,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Data Primer Diolah

Karakteristik Berdasarkan Telah Menjadi Nasabah Sekaligus Memiliki Rekening Di Bank Syariah Atau Tidak

Tabel 4.4

Apakah anda menjadi nasabah di bank syariah dan memiliki rekening di bank syariah?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ya	34	34,0	34,0	34,0
Tidak	66	66,0	66,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Data Primer Diolah

Lampiran 4

Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Range	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
Literasi (X1)	100	20	25	45	3428	34,28	4,566
Promosi (X2)	100	13	12	25	1849	18,49	2,88
Religiusitas (X3)	100	18	22	40	3295	32,95	3,737
Minat menabung (Y)	100	24	16	40	3001	30,01	4,781
Valid N (listwise)	100						

Sumber : Data Primer Diolah

Lampiran 5
Hasil Uji Instrumen
Uji Validitas
Literasi

		Correlations									Literasi (X1)
		X1.P1	X1.P2	X1.P3	X1.P4	X1.P5	X1.P6	X1.P7	X1.P8	X1.P9	
X1.P1	Pearson Correlation	1	,439**	,337**	,278**	,249*	,472**	,335**	,250*	,260**	,647**
	Sig. (2-tailed)		0	0,001	0,005	0,012	0	0,001	0,012	0,009	0
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.P2	Pearson Correlation	,439**	1	,431**	,400**	,471**	0,156	0,098	0,046	0,019	,534**
	Sig. (2-tailed)	0		0	0	0	0,121	0,333	0,651	0,85	0
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.P3	Pearson Correlation	,337**	,431**	1	,616**	,584**	0,111	0,174	0,054	0,092	,588**
	Sig. (2-tailed)	0,001	0		0	0	0,271	0,084	0,594	0,364	0
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.P4	Pearson Correlation	,278**	,400**	,616**	1	,584**	,209*	,207*	0,177	,204*	,639**
	Sig. (2-tailed)	0,005	0	0		0	0,037	0,039	0,078	0,042	0
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.P5	Pearson Correlation	,249*	,471**	,584**	,584**	1	,219*	,204*	0,173	,217*	,650**
	Sig. (2-tailed)	0,012	0	0	0		0,029	0,042	0,086	0,03	0
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.P6	Pearson Correlation	,472**	0,156	0,111	,209*	,219*	1	,552**	,441**	,476**	,674**
	Sig. (2-tailed)	0	0,121	0,271	0,037	0,029		0	0	0	0
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.P7	Pearson Correlation	,335**	0,098	0,174	,207*	,204*	,552**	1	,503**	,581**	,671**
	Sig. (2-tailed)	0,001	0,333	0,084	0,039	0,042	0		0	0	0
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.P8	Pearson Correlation	,250*	0,046	0,054	0,177	0,173	,441**	,503**	1	,652**	,585**
	Sig. (2-tailed)	0,012	0,651	0,594	0,078	0,086	0	0		0	0
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.P9	Pearson Correlation	,260**	0,019	0,092	,204*	,217*	,476**	,581**	,652**	1	,623**
	Sig. (2-tailed)	0,009	0,85	0,364	0,042	0,03	0	0	0		0
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Literasi (X1)	Pearson Correlation	,647**	,534**	,588**	,639**	,650**	,674**	,671**	,585**	,623**	1
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

Promosi

Correlations

		X2.P1	X2.P2	X2.P3	X2.P4	X2.P5	Promosi (X2)
X2.P1	Pearson Correlation	1	,456**	,410**	,559**	,627**	,767**
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0	0	0
	N	100	100	100	100	100	100
X2.P2	Pearson Correlation	,456**	1	,761**	,695**	,466**	,825**
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0	0	0
	N	100	100	100	100	100	100
X2.P3	Pearson Correlation	,410**	,761**	1	,645**	,502**	,810**
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0	0	0
	N	100	100	100	100	100	100
X2.P4	Pearson Correlation	,559**	,695**	,645**	1	,530**	,845**
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0	0	0
	N	100	100	100	100	100	100
X2.P5	Pearson Correlation	,627**	,466**	,502**	,530**	1	,789**
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0	0	0
	N	100	100	100	100	100	100
Promosi (X2)	Pearson Correlation	,767**	,825**	,810**	,845**	,789**	1
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0	0	0
	N	100	100	100	100	100	100

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

Religiusitas

Correlations

		X3.P1	X3.P2	X3.P3	X3.P4	X3.P5	X3.P6	X3.P7	X3.P8	Religiusitas (X3)
X3.P1	Pearson Correlation	1	0,149	,504**	,283**	0,023	-	0,098	0,156	,347**
	Sig. (2-tailed)	0	0,138	0	0,004	0,822	0,93	0,334	0,12	0
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.P2	Pearson Correlation	0,149	1	,312**	,382**	,493**	,327**	,387**	,401**	,692**
	Sig. (2-tailed)	0,138	0	0,002	0	0	0,001	0	0	0
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.P3	Pearson Correlation	,504**	,312**	1	,288**	0,123	,228*	0,031	,281**	,466**
	Sig. (2-tailed)	0	0,002	0	0,004	0,224	0,022	0,756	0,005	0
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.P4	Pearson Correlation	,283**	,382**	,288**	1	,571**	,307**	,487**	,505**	,768**

	Sig. (2-tailed)	0,004	0	0,004	0	0,002	0	0	0	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	
X3.P5	Pearson Correlation	0,023	,493**	0,123	,571**	1	,578**	,481**	,290**	,751**
	Sig. (2-tailed)	0,822	0	0,224	0	0	0	0	0,003	0
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.P6	Pearson Correlation	-	,327**	,228*	,307**	,578**	1	,297**	,294**	,627**
	Sig. (2-tailed)	0,93	0,001	0,022	0,002	0	0,003	0,003	0	0
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.P7	Pearson Correlation	0,098	,387**	0,031	,487**	,481**	,297**	1	,510**	,692**
	Sig. (2-tailed)	0,334	0	0,756	0	0	0,003	0	0	0
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.P8	Pearson Correlation	0,156	,401**	,281**	,505**	,290**	,294**	,510**	1	,677**
	Sig. (2-tailed)	0,12	0	0,005	0	0,003	0,003	0	0	0
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Religiusitas (X3)	Pearson Correlation	,347**	,692**	,466**	,768**	,751**	,627**	,692**	,677**	1
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

Minat Correlations

	Y.P1	Y.P2	Y.P3	Y.P4	Y.P5	Y.P6	Y.P7	Y.P8	Minat (Y)	
Y.P1	Pearson Correlation	1	,486**	,428**	,339**	,571**	,583**	,468**	,468**	,736**
	Sig. (2-tailed)	0	0	0,001	0	0	0	0	0	0
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.P2	Pearson Correlation	,486**	1	,223*	,239*	,585**	,599**	,596**	,666**	,755**
	Sig. (2-tailed)	0	0,026	0,017	0	0	0	0	0	0
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.P3	Pearson Correlation	,428**	,223*	1	,500**	,429**	,296**	,301**	,254*	,566**
	Sig. (2-tailed)	0	0,026	0	0	0,003	0,002	0,011	0	0
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.P4	Pearson Correlation	,339**	,239*	,500**	1	,320**	0,162	0,12	0,124	,470**
	Sig. (2-tailed)	0,001	0,017	0	0,001	0,107	0,235	0,221	0	0
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.P5	Pearson Correlation	,571**	,585**	,429**	,320**	1	,724**	,740**	,689**	,859**
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0,001	0	0	0	0	0

	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.P6	Pearson Correlation	,583**	,599**	,296**	0,162	,724**	1	,803**	,741**	,841**
	Sig. (2-tailed)	0	0	0,003	0,107	0		0	0	0
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.P7	Pearson Correlation	,468**	,596**	,301**	0,12	,740**	,803**	1	,839**	,831**
	Sig. (2-tailed)	0	0	0,002	0,235	0	0		0	0
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.P8	Pearson Correlation	,468**	,666**	,254*	0,124	,689**	,741**	,839**	1	,820**
	Sig. (2-tailed)	0	0	0,011	0,221	0	0	0		0
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Minat (Y)	Pearson Correlation	,736**	,755**	,566**	,470**	,859**	,841**	,831**	,820**	1
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0	0	0	0	0	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Uji Reabilitas

Literasi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,803	9

Promosi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,864	5

Religiusitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,794	8

Minat Menabung

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,879	8

Lampiran 6

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,27665866
Most Extreme Differences	Absolute	,060
	Positive	,037
	Negative	-,060
Test Statistic		,060
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

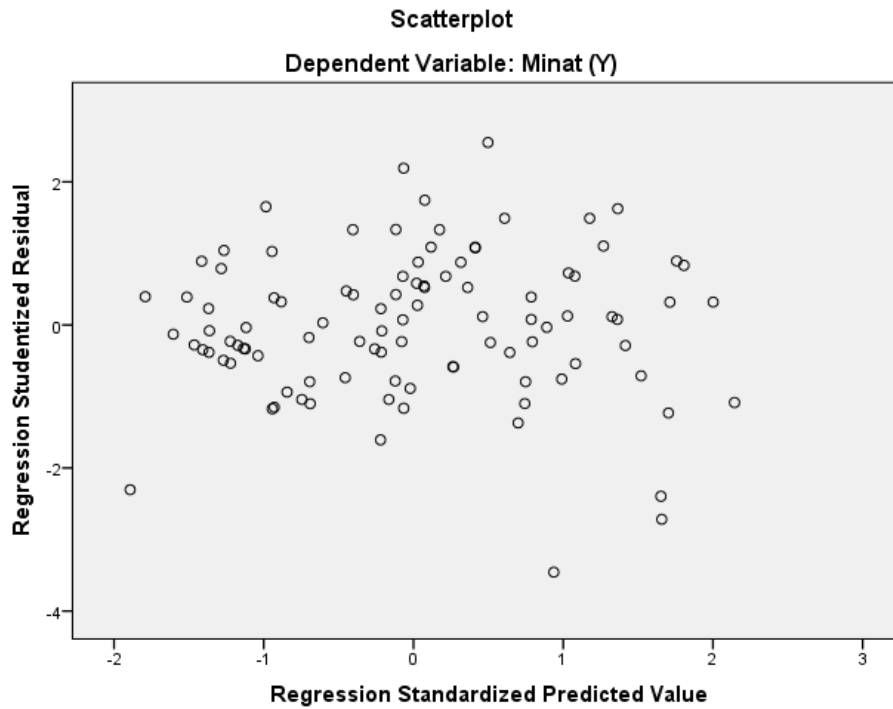
Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	0,755	3,272		0,231	0,818		
Literasi (X1)	0,334	0,1	0,319	3,353	0,001	0,54	1,851
Promosi (X2)	0,673	0,156	0,405	4,303	0	0,551	1,814
Religiusitas (X3)	0,163	0,102	0,127	1,6	0,113	0,775	1,29

a. Dependent Variable: Minat Menabung (Y)

Uji Heteroskedatisitas



Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1,693	2,039		-,830	,408
	Literasi (X1)	,025	,062	,055	,404	,687
	Promosi (X2)	,067	,097	,093	,689	,492
	Religiusitas (X3)	,064	,063	,114	1,008	,316

a. Dependent Variable: RES2

Lampiran 7

Regresi Linear Berganda

Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,755	3,272		,231	,818
	Literasi (X1)	,334	,100	,319	3,353	,001
	Promosi (X2)	,673	,156	,405	4,303	,000
	Religiusitas (X3)	,163	,102	,127	1,600	,113

Dependent Variable: Minat menabung (Y)

Sumber: Data primer diolah.

Lampiran 8
Uji Hipotesis
Uji R² (Determinasi)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,728 ^a	,530	,516	3,327

Predictors: (Constant), Religiusitas (X3), Promosi (X2), Literasi (X1)

Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1200,077	3	400,026	36,129	,000 ^b
	Residual	1062,913	96	11,072		
	Total	2262,990	99			

a. Dependent Variable: Minat (Y)

b. Predictors: (Constant), Religiusitas (X3), Promosi (X2), Literasi (X1)

Uji t -test (Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,755	3,272		,231	,818
	Literasi (X1)	,334	,100	,319	3,353	,001
	Promosi (X2)	,673	,156	,405	4,303	,000
	Religiusitas (X3)	,163	,102	,127	1,600	,113

a. Dependent Variable: Minat Menabung (Y)

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama Lengkap : Deselva Indah Trismaryati
NIM :1705036058
Program Studi :S1 Perbankan Syariah
Fakultas :Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat, Tanggal Lahir : Semarang, 1 Desember 1998
Agama :Islam
Alamat :Jl Karonsih Selatan VII RT 04 RW 06 No 605
Ngaliyan Semarang.
Email : Selvaindah93@gmail.com
Pendidikan :1. TK Pertiwi 04
2. SDN Ngaliyan 01 Semarang
3. SMPN 16 Semarang
4. SMAN 08 Semarang
5. Universitas Islam Negeri Walisongo
Semarang angkatan 2017