

**PENGARUH PENGETAHUAN BANK SYARIAH DAN TINGKAT
RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG DI BANK SYARIAH
DENGAN MINAT MENABUNG SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Walisongo Angkatan 2018)**

SKRIPSI

*Disusun untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat guna Memperoleh
Gelar Sarjana Strata 1(S1) dalam Ilmu Perbankan Syariah*



Oleh:

**Novriel Rindhu Salsabila
(1705036167)**

**S1 PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
2021**

PERSETUJUAN PEMBIMBING



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

Jl. Prof. Dr. H. Hamka Kampus 3 Ngaliyan Semarang 50185. Telp./Fax. (024) 7608454
Website: www.febi.walisongo.ac.id. Email: febi@walisongo.ac.id

Lamp. : 4 (empat) Eksemplar
Hal : Persetujuan Pembimbing
An. Sdr. Novriel Rindhu Salsabila

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

Assalamualaikum Wr. Wb

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

Nama : Novriel Rindhu Salsabila
NIM : 1705036167
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1 Perbankan Syariah
Judul Skripsi : **"Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah dengan Minat Menabung sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Angkatan 2018)"**

Dengan ini kami mohon kiranya agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqsyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Semarang, 16 Desember 2021

Pembimbing I .

Warno, S.E., M.Si.

NIP. 19830721 201503 1 002

Pembimbing II

Arif Efendi, S.E., M.Sc.

NIP. 19850526 201503 1 002

LEMBAR PENGESAHAN



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

JL. Prof. Dr. H. Hamka Kampus 3 Ngaliyan Semarang 50185, Telp./Fax: (024) 7608454
Website : www.febi.walisongo.ac.id, Email : febi@walisongo.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi Saudara : Novriel Rindhu Salsabila

NIM : 1705036167

Judul : *"Pengaruh Pengetahuan Bank Syariah dan Tingkat Religiusitas terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah dengan Minat Menabung sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Angkatan 2018)"*

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

30 Desember 2021

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata I tahun akademik 2020/2021.

Ketua Sidang

Mashilal, SE., Msi.

NIP. 19840516 201903 1 005

Penguji I

Faris Shalahuddin Zakiy, SE., M.E.

NIP. 19900227 201903 1 012

Pembimbing I

Warno, SE., M.Si.

NIP. 19830721 201503 1 002



Semarang, 6 Januari 2022

Sekretaris Sidang

Arif Afendi, SE., M.Sc.

NIP. 19850526 201503 1 002

Penguji II

Dr. H. Imam Yahya, M.Ag.

NIP. 19700410 199503 1 001

Pembimbing II

Arif Afendi, SE., M.Sc.

NIP. 19850526 201503 1 002

MOTTO

إِنْ أَحْسَنْتُمْ أَحْسَنْتُمْ لِأَنْفُسِكُمْ وَإِنْ أَسَأْتُمْ فَلَهَا فَإِذَا جَاءَ وَعْدُ
الْآخِرَةِ لِيَسُئَرُوا وُجُوهَكُمْ وَلِيَدْخُلُوا الْمَسْجِدَ كَمَا
دَخَلُوهُ أَوَّلَ مَرَّةٍ وَلِيُتَبَرُوا مَا عَلَوُا تَتَبَرَّأَ



“Jika kamu berbuat baik (berarti) kamu berbuat baik bagi dirimu sendiri dan jika kamu berbuat jahat, maka (kejahatan) itu bagi dirimu sendiri, dan apabila datang saat hukuman bagi (kejahatan) yang kedua, (Kami datangkan orang-orang lain) untuk menyuramkan muka-muka kamu dan mereka masuk ke dalam mesjid, sebagaimana musuh-musuhmu memasukinya pada kali pertama dan untuk membinasakan sehabis-habisnya apa saja yang mereka kuasai.” (Al-Isra ayat 7)

PERSEMBAHAN

Persembahan yang tertinggi hanyalah kepada Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya hingga pada Dia lah segalanya bergantung dan Nabi Muhammad SAW, Sang inspirator hidup. Dengan segala ketulusan hati skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tuaku (Bapak Munawar dan Ibu Titik Mariyanti). Terima kasih tak terhingga kusampaikan kepadamu yang tak pernah berhenti mencintai, mensupport, memberikan semangat serta motivasi dan tidak pernah lepas mendoakan putrimu untuk menjadi wanita yang Sholihah dan berpendidikan.
2. Adik-adikku (Dania Nashabilla dan Afza Arinal Muna) yang selalu mendampingi dan memberikan dukungan serta doa. Semoga menjadi anak-anak yang Sholihah, dan tercapai segala cita-citanya.
3. Seluruh keluarga besar Bani Slamet Riyadi dan Bani Sungatman yang telah mendoakan dan selalu memberi semangat tiada henti. Semoga Allah SWT memberikan kesehatan dan rejeki yang halal serta barokah.
4. Teman-teman terbaik Alifiya Ainunnida, Isna Mamba'ul Chusna, Ana Falihah, Elsa Islamiati, Mahgalena, Astuada Sumasjaugi, Ana Farichah, dan Muliana Irmawati Agustina yang selalu memberikan motivasi dan semangat tanpa henti.
5. Keluarga besar Baznas Kota Semarang yang selalu mensupport saya hingga saat ini.
6. Keluarga Perbankan Syariah kelas D Angkatan 2017 yang selama 4 tahun terakhir selalu bersama dan memberikan banyak cerita selama masa perkuliahan.
7. Tim KKN-RDR Ke-75 Kelompok 45 UIN Walisongo Semarang yang sudah memberikan banyak pengalaman berharga selama KKN.
8. Teman, sahabat, saudara, serta semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang senantiasa memberikan semangat hingga terselesaikan skripsi ini.
9. Almamaterku Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

DEKLARASI

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

Semarang, 17 Desember 2021

Deklarator

Novriel Rindhu Salsabila

NIM. 1705036167

TRANSLITERASI ARAB- LATIN

Penulisan transliterasi huruf-huruf Arab Latin dalam skripsi ini berpedoman pada SKB Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor : 158/1987 dan Nomor : 0543b/U/1987. Penyimpangan penulisan kata sandang [al-] disengaja secara konsisten supaya sesuai teks Arabnya.

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

Bacaan Madd :

a > = a panjang

i> = i panjang

u > = u panjang

Bacaan Diftong :

au = أَوْ

ai = أَيْ

iy = إِي

ABSTRAK

Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo merupakan perguruan tinggi yang memiliki banyak mahasiswa, mahasiswa adalah pangsa pasar secara keseluruhan yang memadai untuk memperluas jumlah nasabah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pengetahuan dan religiusitas terhadap keputusan menabung di Bank Syariah baik secara langsung maupun melalui minat menabung.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa FEBI UIN Walisongo Angkatan 2018. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 83 responden diperoleh dengan menggunakan rumus Slovin. Metode pengumpulan data dengan penyebaran kuesioner dan dokumentasi. Metode analisis penelitian menggunakan *path analysis* melalui program IBM SPSS 23.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) pengetahuan memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan menabung di bank syariah, (2) religiusitas memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan menabung di bank syariah, (3) minat menabung memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung, (4) pengetahuan memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat menabung, (5) religiusitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung, (6) pengetahuan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung dengan minat menabung sebagai variabel intervening, (7) religiusitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung dengan minat menabung sebagai variabel intervening.

Kata Kunci: Pengetahuan Bank Syariah, Religiusitas, Minat Menabung, dan Keputusan Menabung di Bank Syariah

ABSTRACT

Walisongo State Islamic University (UIN) is a university that has many students, students are an adequate overall market share to expand the number of customers. The purpose of this study was to determine the effect of knowledge and religiosity on the decision to save in Islamic banks either directly or through interest in saving.

The population in this study were students of FEBI UIN Walisongo Class 2018. The sampling technique used was purposive sampling. The number of samples in this study were 83 respondents obtained using the Slovin formula. Methods of data collection by distributing questionnaires and documentation. The research analysis method uses path analysis through the IBM SPSS 23 program.

The results of this study indicate that (1) knowledge has a negative and insignificant effect on decisions to save in Islamic banks, (2) religiosity has a positive and insignificant effect on decisions to save in Islamic banks, (3) interest in saving has a positive and significant influence on saving decisions, (4) knowledge has a positive and insignificant effect on interest in saving, (5) religiosity has a positive and significant influence on interest in saving, (6) knowledge has a positive and significant influence on saving decisions with interest in saving as an intervening variable, (7) religiosity has a positive and significant effect on saving decisions with interest in saving as an intervening variable.

Keywords: Knowledge of Islamic Commercial Banks, Religiosity, Interest in Saving, and Decision to Save at Islamic Commercial Banks

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang serta junjungan nabi agung Muhammad SAW. Atas berkah, rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah dengan Minat Menabung sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Angkatan 2018).”

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan guna menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi. Dalam penelitian penulisan ini, penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang membantu dalam proses penyusunan skripsi ini. Segala proses dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari dorongan, bimbingan, arahan, serta doa dari seluruh pihak yang membantu dalam proses penyusunan skripsi ini. Untuk itu pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M.Ag selaku 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 Kepala Jurusan Perbankan Syariah.
4. Ibu Muyassarah, M.Si selaku Sekjur Perbankan Syariah.
5. Bapak Ferry Khusnul Mubarak, M.A selaku Wali Dosen selama masa perkuliahan.
6. Bapak Warno, S.E, M.Si selaku dosen pembimbing I dan Bapak Arif Afendi, S.E., M. Sc selaku dosen pembimbing II dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
7. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.
8. Perpustakaan pusat UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan pengetahuan dari buku – bukunya yang memberikan rujukan penelitian.
9. Seluruh staff dan karyawan UIN Walisongo Semarang, khususnya staff dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

10. Kedua orang tuaku dan adikku yang selalu mendoakanku, memberikan semangat serta dukungan finansial.
11. Sahabat-sahabatku dan teman-teman angkatan 2017 yang telah memberikan motivasi kepada penulis selama penulis menempuh studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
12. Semua pihak yang terlibat dalam penulisan skripsi yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, saran dan kritik yang bersifat membangun guna penyempurnaan skripsi ini sangat diharapkan penulis.

Akhir kata penulis berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 17 Desember 2021

Penulis

Novriel Rindhu Salsabila

NIM. 1705036167

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
MOTTO.....	iii
PERSEMBAHAN.....	iv
DEKLARASI.....	v
TRANSLITERASI ARAB- LATIN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Permasalahan	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.5 Sistematika Penulisan	11
BAB II.....	13
KAJIAN PUSTAKA.....	13
2.1 KAJIAN TEORI UTAMA	13
2.1.1 <i>Theory of Planned Behavior</i> (Teori Perilaku Terencana).....	13
2.1.2 <i>Sharia Enterprise Theory</i>	16
2.2 KAJIAN VARIABEL PENELITIAN.....	18
2.2.1 Pengetahuan.....	18
2.2.2 Religiusitas	21
2.2.3 Minat Menabung di Bank Syariah.....	27

2.2.4	Pengambilan Keputusan.....	31
2.3	KAJIAN PENELITIAN TERDAHULU	35
2.4	HIPOTESIS PENELITIAN.....	43
2.5	KERANGKA PENELITIAN	51
BAB III.....		52
METODOLOGI PENELITIAN		52
3.1	Jenis dan Sumber Data Penelitian.....	52
3.1.1	Jenis Penelitian	52
3.1.2	Sumber Data	52
3.2	Populasi dan Sampel	53
3.2.1	Populasi Penelitian.....	53
3.2.2	Sampel Penelitian	53
3.3	Metode Pengumpulan Data	54
3.3.1	Angket/ Kuesioner	54
3.3.2	Studi Kepustakaan	54
3.4	Variabel dan Definisi Operasional Penelitian	55
3.4.1	Variabel Penelitian.....	55
3.4.2	Definisi Operasional Variabel	55
3.5	Pengukuran.....	56
3.6	Teknik Analisis Data.....	57
3.6.1	Uji Instrumen Penelitian	57
3.6.2	Uji Asumsi Klasik.....	58
3.6.3	Uji Kelayakan Model.....	59
3.6.4	Uji Hipotesis.....	60
3.6.4.2	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	60
3.6.5	Alat Analisis	61
BAB IV		62
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN		62
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	62
4.1.1	Sejarah Singkat UIN WALISONGO	62
4.1.2	Sejarah FEBI UIN WALISONGO	63

4.1.3	Visi, Misi dan Tujuan FEBI UIN WALISONGO	66
4.2	Hasil Penelitian.....	67
4.2.1	Analisis Deskriptif Karakteristik Responden.....	67
4.2.2	Analisis Deskriptif Tanggapan Responden.....	69
4.3	Analisis Data Penelitian	75
4.3.1	Uji Instrumen Penelitian	75
4.3.2	Uji Asumsi Klasik.....	77
4.3.3	Uji Kelayakan Model.....	79
4.3.4	Uji Hipotesis.....	80
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian.....	88
BAB V		97
PENUTUP		97
5.1	Kesimpulan.....	97
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	99
5.3	Saran	99
5.4	Penutup.....	100
DAFTAR PUSTAKA		101
LAMPIRAN		105
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		128

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Statistik Perbankan Syariah di Indonesia	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	35
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	55
Tabel 3. 2 Interval Skala Likert	57
Tabel 4. 1 Karakteristik berdasarkan Jenis Kelamin	68
Tabel 4. 2 Karakteristik berdasarkan Program Studi	69
Tabel 4. 3 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden atas Variabel Pengetahuan Bank Syariah	70
Tabel 4. 4 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden atas Variabel Religiusitas	71
Tabel 4. 5 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden atas Variabel Minat Menabung di Bank Syariah	72
Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden atas Variabel Keputusan Menabung di Bank Syariah	73
Tabel 4. 7 Uji Validitas	75
Tabel 4. 8 Uji Reliabilitas	77
Tabel 4. 9 Uji Normalitas	77
Tabel 4. 10 Uji Multikolinearitas.....	78
Tabel 4. 11 Uji Heteroskedastisitas	78
Tabel 4. 12 Uji Heteroskedastisitas dengan metode weighted least square	79
Tabel 4. 13 Koefisien Determinasi	79
Tabel 4. 14 Uji Statistik F	80
Tabel 4. 15 Uji Statistik T	80
Tabel 4. 16.....	83
Tabel 4. 17	83
Tabel 4. 18.....	84
Tabel 4. 19.....	84
Tabel 4. 20 Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung, Dan Total Pengaruh Tidak Langsung	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Theory of Planned Behavior	15
Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir	51
Gambar 4. 1 Model Analisis Jalur (Path Analysis)	87

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian	105
Lampiran 2: Tabulasi Data Responden.....	110
Lampiran 3: Hasil Uji Validitas.....	119
Lampiran 4: Hasil Uji Reliabilitas	123
Lampiran 5: Hasil Uji Asumsi Klasik.....	124
Lampiran 6: Hasil Uji Kelayakan Model	126
Lampiran 7: Hasil Uji Hipotesis	126

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Permasalahan

Lebih dari 267 juta orang atau sekitar 87% dari total populasi, menempatkan Indonesia negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia (Wikipedia.org, akses 06 April 2021: 20.01), sehingga dalam setiap kegiatan terutama di sektor ekonomi, hendaknya dalam setiap transaksi menggunakan prinsip-prinsip yang sesuai dengan prinsip Islam. Diantaranya dengan memilih bank yang terbebas dari Riba. Riba disini mengacu pada penentuan bunga atau melebih-lebihkan pokok dengan cara yang salah, sementara riba berarti haram. Praktik riba sangat merugikan bagi salah satu pihak. Inilah salah satu alasan mengapa Islam mengharamkan riba. Namun, mungkin ada banyak orang yang masih tidak tahu atau tidak mengerti mengapa Islam mengharamkan riba. Dalam Alquran, Allah berfirman dan dengan tegas melarang siapa pun yang memakan harta riba, sesuai dengan firman Allah SWT dalam Al-Quran Surat An-Nisa ayat 160-161:

فِيُظْلَمُ مِّنَ الَّذِينَ هَادُوا حَرَّمْنَا عَلَيْهِمْ طَيِّبَاتٍ أُحِلَّتْ لَهُمْ وَبِصَدِّهِمْ
عَنِ سَبِيلِ اللَّهِ كَثِيرًا ۖ وَأَخَذَهُمُ الرِّبَا وَقَدْ نُهُوا عَنْهُ وَأَكْلِهِمْ
أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْبَاطِلِ ۚ وَأَعْتَدْنَا لِلْكَافِرِينَ مِنْهُمْ عَذَابًا أَلِيمًا

“Maka disebabkan kezaliman orang-orang Yahudi, kami haramkan atas (memakan makanan) yang baik-baik (yang dahulunya) dihalalkan bagi mereka, dan karena mereka banyak menghalangi (manusia) dari jalan Allah. Dan disebabkan mereka memakan riba, padahal sesungguhnya mereka telah dilarang daripadanya, dan karena mereka memakan harta benda orang dengan jalan yang batil. Kami telah menyediakan untuk orang-orang yang kafir di antara mereka itu siksa yang pedih.”

Berdasarkan Pasal 1 ayat 1 UU No.21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah disebutkan bahwa perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut bank syariah dan unit usaha syariah, termasuk institusi, aktivitas bisnis, serta metode dan proses untuk menjalankan bisnis kegiatan. Perkembangan sistem perbankan syariah di Indonesia adalah dilakukan dalam rangka dual banking system atau dual banking sistem yang bersama-sama dengan perbankan konvensional melayani kebutuhan publik. Perkembangan perbankan syariah di Indonesia begitu pesat sejalan dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan layanan perbankan syariah (Yuningrum et al., 2020).

Bisnis perbankan syariah di Indonesia yang terdiri dari Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) terus menunjukkan pertumbuhan positif. Hingga Desember 2020, sebanyak 14 BUS, 20 UUS dan 163 BPRS telah memberikan kontribusi bagi perkembangan perbankan syariah di Indonesia. Total aset bank syariah tersebut mencapai Rp 575,85 triliun. Pertumbuhan aset perbankan syariah meningkat 14,32% (year-on-year), berkat pertumbuhan Pembiayaan Yang Diberikan (PYD) meningkat 8,68% (year-on-year) dan Dana Pihak Ketiga (DPK) meningkat 15,58% (year-on-year). Pada September 2020, PYD dan DPK perbankan syariah masing-masing akan mencapai Rp384,65 triliun dan Rp460,51 triliun. Ini berarti jasa bank syariah semakin diminati masyarakat ditunjukkan dengan perkembangan keuangan syariah semakin meningkat (Otoritas Jasa Keuangan, [ojk.go.id/ Roadmap-Pengembangan-Perbankan-Syariah-Indonesia-2020-2025.pdf](http://ojk.go.id/Roadmap-Pengembangan-Perbankan-Syariah-Indonesia-2020-2025.pdf), akses 18 Maret 2021).

Hingga Desember 2020, pangsa pasar keuangan syariah mengalami peningkatan sebesar 9,89%, cukup tinggi dibandingkan periode yang sama tahun 2019 (6,01%). Perbankan syariah merupakan salah satu dari banyak sektor yang mendorong pertumbuhan pangsa pasar, pasar modal syariah dan industri keuangan non bank syariah. Walaupun pangsa pasar pasar modal syariah lebih tinggi dibandingkan dengan industri perbankan syariah, ketiganya telah

mengalami pertumbuhan yang cukup besar, namun industri perbankan syariah cukup dikenal masyarakat (Otoritas Jasa Keuangan, [ojk.go.id/ Snapshot-Perbankan-Syariah-Desember- 2020.pdf](http://ojk.go.id/Snapshot-Perbankan-Syariah-Desember-2020.pdf), akses 18 Maret 2021).

Perniagaan ekonomi syariah Indonesia senantiasa melaju dengan cepat terlihat membaiknya industri bank syariah Indonesia, kemajuan tersebut terlihat dalam jangka waktu empat tahun terakhir jumlah bank, jumlah kantor cabang serta jumlah aktiva terus meningkat. Selanjutnya adalah informasi jumlah Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) disampaikan dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tahun 2017-2020, seperti terlihat dalam Tabel 1.1 .

Tabel 1. 1
Statistik Perbankan Syariah di Indonesia

Indikator	Jaringan Kantor Perbankan Syariah			
	2017	2018	2019	2020
Bank Umum Syariah				
• Jumlah Bank	13	14	14	14
• Jumlah Kantor	1825	1875	1919	2034
Unit Usaha Syariah				
• Jumlah Bank Umum Konvensional yang memiliki UUS	21	20	20	20
• Jumlah Kantor UUS	344	354	381	392
Bank Pembiayaan Rakyat Syariah				
• Jumlah Bank	167	167	164	163
• Jumlah Kantor	441	495	617	627
Total Kantor	2610	2724	2917	3053

Sumber: Statistik Perbankan Syariah, Desember 2020 (www.ojk.go.id)

Tabel 1.1 menguraikan kemajuan industri bank syariah di Indonesia dalam empat tahun terakhir terlihat bertambahnya jumlah Bank Umum Syariah (BUS). Ada 13 bank pada 2017 dan jumlah bank umum syariah meningkat menjadi 14 tahun 2018-2020. Jumlah aktiva Bank Umum Syariah meningkat 10%, serta jumlah aktiva Unit Usaha Syariah (UUS) meningkat 18%. Jumlah kantor Bank Syariah bertambah mulai 2.610 pada 2017 naik jadi 3.053 pada 2020. Sehingga

jumlah kantor pengelola Bank Syariah naik jadi 14,5%. Perbaikan peningkatan ini tidak diragukan lagi menunjukkan bahwa hukum Syariah Islam diterapkan secara efektif dalam bermuamalah.

Sebagai negara berpegang Muslim tertinggi di dunia, perkembangan jaringan kantor perbankan syariah di Indonesia terbilang relatif lebih cepat, meski bank syariah hanya mendapat bagian 6,51% pangsa pasar angka ini masih sedikit seumpama menyamakan dengan bank konvensional, artinya bank konvensional tetap mendominasi pangsa pasar perbankan di Indonesia. Meskipun sebagian besar penduduknya adalah Muslim, tampaknya bank-bank Islam mengalami masalah dalam mengatasi kekuatan bank-bank biasa. Hal ini disebabkan karena tidak adanya informasi dan minat masyarakat perbankan syariah.

Sikap(perilaku) pengambilan keputusan adalah sensasi membantu atau disukai atau sensasi tidak mendukung atau tidak menyukai suatu objek untuk ditangani. Perasaan ini muncul dari evaluasi individu keyakinan pada hasil yang diperoleh dari perilaku tertentu, Mutia (2016) dalam (Inayah et al., 2018). Ada 4 aspek yang dapat berpengaruh atau jadi landasan tingkah laku individu saat interaksi pengambilan keputusan dalam memanfaatkan *product* ataupun *service*, aspek-aspek merujuk pada ungkapan Kotler dan Armstrong (2006) dalam Sulistyono (2016) sebagai berikut: (1) Budaya, yaitu gabungan budaya dan tingkatan sosial; (2) Sosial, yaitu lingkungan sosial, kerabat, teman terdekat, dan dan kedudukan; (3) Pribadi, yaitu umur dan tahapan hidup, keadaan keuangan, cara hidup, watak, gagasan pendirian; serta (4) Psikologi, yaitu inspirasi, wawasan, informasi, keimanan, dan kepribadian.

Dalam interaksi pengambilan keputusan penggunaan produk atau jasa, terdapat empat faktor yang mempengaruhi atau mendukung perilaku individu, dan aspek-aspek tersebut dijelaskan oleh Kotler dan Armstrong (2006) dalam Sulistyono (2016) sebagai berikut: (1) Budaya, budaya gabungan, etnis, adat istiadat, dan kelas sosial; (2) Masyarakat, termasuk kelompok, keluarga, dan

status; (3) Individu, termasuk usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, status ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri; (4) Psikologi , Meliputi inspirasi, wawasan, informasi, keyakinan dan karakter.

Menjadi salah satu bagian dari masyarakat, mahasiswa adalah pangsa pasar secara keseluruhan yang memadai untuk memperluas jumlah nasabah. Mahasiswa adalah tujuan yang tepat bagi bank syariah untuk mengembangkan produk. Mahasiswa yang hidup jauh dari rumah (perantau) sangat membutuhkan produk tabungan bank syariah. Selain itu, Mahasiswa FEBI UIN Walisongo angkatan 2018 telah mengikuti perkuliahan selama lima semester, yang berarti sudah banyak mengetahui bank syariah dengan menempuh mata kuliah lembaga keuangan syariah dan perbankan syariah. Mata kuliah tersebut membahas kontras keunggulan serta keberagaman antara bank konvensional dan bank syariah, produk-produk bank syariah, serta prinsip-prinsip bank syariah. Mahasiswa FEBI UIN Walisongo berasal dari berbagai latar belakang sosial, adat, etnik dan etnis yang berbeda, sehingga mempunyai tingkat religiusitas yang beragam. Dalam transaksi keuangan banyak mahasiswa FEBI UIN Walisongo menggunakan ATM dan layanan yang disediakan oleh bank.

Pemahaman masyarakat terhadap perbankan syariah diawali dengan pengetahuan yang diperoleh masyarakat. Pengetahuan memegang peranan penting dalam mendorong masyarakat untuk menggunakan layanan perbankan syariah. Pengetahuan juga berperan penting dalam pemanfaatan layanan perbankan (khususnya layanan perbankan syariah) untuk mengedapankan kepentingan masyarakat. Pengetahuan bisa berupa dari data lewat iklan, tv, radio serta media yang lain, ataupun lewat pengalaman individu. Pengetahuan pembeli bisa dimaksud selaku data yang dipunyai pembeli tentang bermacam produk serta layanan yang berbeda, dan pengetahuan lain yang berkaitan dengan produk serta layanan tersebut, dan data serta pengetahuan yang berkaitan dengan gunanya selaku konsumen(Sumarwan, 2014: 147).

Tiara (2017) dalam penelitiannya terhadap variabel pengetahuan yang menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah BRISyariah KCP Magelang untuk menabung di bank syariah. Penelitian ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Kristiyadi, Sri Hartiyah (2017) yang menyatakan bahwa pengetahuan mempengaruhi minat menabung. Hal ini sesuai dengan penelitian Hasna (2019) yang menyatakan bahwa pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung di bank syariah bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Syariah. Sejalan dengan pendalaman tersebut, Prasati (2020) juga mengungkapkan bahwa pengetahuan nasabah berdampak positif dan signifikan terhadap minat nasabah untuk menabung. Sementara itu, penelitian yang dipimpin oleh A. Abhimantra, et al, (2013) yang menyatakan bahwa pengetahuan mempengaruhi keputusan menabung di bank syariah, meskipun tidak signifikan. Akan tetapi, penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilaksanakan oleh Neng Kamarni (2012) yang menyatakan bahwa pengetahuan nasabah tidak mempengaruhi minat masyarakat. Penelitian ini juga diperkuat oleh penelitian yang diarahkan Sulistyono (2016) menyatakan bahwa pengetahuan pada dasarnya tidak mempengaruhi keputusan pembeli untuk menjadi nasabah bank syariah.

Selain pengetahuan sebagai sebagian unsur yang dapat berpengaruh terhadap keputusan untuk menabung di bank syariah, ada unsur lain yakni religiusitas. Aktivitas keagamaan tidak mungkin hanya terjadi ketika seseorang menjalankan ibadah, namun ketika melaksanakan kegiatan lainnya yang didukung karena kekuatan dunia lain. Itu tidak saja diidentikkan dengan aktivitas tidak terlihat serta terjadi di hati seseorang. Dengan demikian, keagamaan seseorang akan mencakup sisi atau aspek yang berbeda (Ancok dan Suroso, 2000: 76). Religiusitas seseorang ditunjukkan dalam berbagai sisi kehidupannya, tidak hanya ditunjukkan dalam aktivitas ibadah saja, religiusitas merupakan inspirasi dasar yang sangat diperlukan dalam menuntun seseorang untuk memanfaatkan layanan perbankan syariah.

Hasil penelitian oleh Nadia Triana, dkk (2016) mengenai variabel religiusitas yang menyatakan bahwa religiusitas nasabah berpengaruh positif serta signifikan terhadap minat menabung nasabah. Penelitian tersebut didukung oleh penelitian yang diarahkan Tiara (2017) mengungkapkan religiusitas berdampak positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah BRISyariah KCP Magelang untuk menabung di bank syariah. Sesuai dengan pendalaman tersebut, Muhamad Aris Sulistyono (2016) juga mengungkapkan bahwa religiusitas nasabah berdampak positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung. Hal serupa juga ditemukan dalam penelitian Hasna (2019) yang mengungkapkan bahwa tingkat religiusitas berpengaruh positif terhadap keputusan menabung di bank syariah bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi Islam dan Bisnis (FEBI) Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Sementara itu, penelitian yang dipimpin oleh A. Abimantra, dkk, (2013) yang mengungkapkan bahwa religiusitas mempengaruhi pilihan untuk memutuskan menabung di bank syariah, meskipun bukan signifikan. Bagaimanapun, penelitian tersebut bertentangan pada penelitian yang dipimpin Kristiyadi, Sri Hartiyah (2017) yang menyatakan bahwa religiusitas tidak berkontribusi sama sekali terhadap perubahan minat menabung individu di BMT Tamzis Baituttanwil. Penelitian ini juga diperkuat oleh Maghfiroh (2018) yang juga mengungkapkan bahwa religiusitas tidak berdampak signifikan terhadap kecenderungan minat menabung masyarakat.

Seringkali terlihat adanya perbedaan hasil penelitian antara antara pengetahuan dan religiusitas dalam keputusan untuk menabung di bank syariah, terlihat dari beberapa penemuan penelitian yang telah digambarkan. Di luar 2 unsur tersebut, ada variabel lain yang diyakini dapat berpengaruh pada keputusan menabung di bank syariah, yakni minat dalam menabung. Menurut Ajzen (2005) *Theory of Planned Behavior* (TPB) ialah model sikap yang memprediksi harapan atau minat pembeli guna melakukan suatu aktivitas tertentu. Menurut Anendro (2016) dalam (Inayah et al., 2018) minat akan menuntun orang pada suatu barang berdasarkan kesenangan atau

ketidaksenangan, sehingga minat dapat diketahui dari suatu pernyataan kebahagiaan atau kekecewaan terhadap suatu pasal tertentu. Menabung adalah tindakan untuk mengatasi masalah, khususnya jaminan material. Menabung juga merupakan kegiatan atau tindakan yang menuntut seseorang untuk bersedia menitipkan uangnya di bank ataupun lembaga keuangan lainnya. Menabung memsyaratkan niat tujuan supaya perilaku tersebut direalisasikan tepat (Kristiyadi: 2017, 46).

Minat menabung digunakan dalam penelitian sebagai variabel intervening dari pengaruh pengetahuan dan religiusitas dalam keputusan menabung di Bank Syariah. Minat menabung digunakan sebagai variabel intervening karena dapat mempengaruhi hubungan antara variabel terikat dan variabel tidak terikat. Hubungan antara minat menabung sebagai variabel mediasi dan variabel tidak terikat, yakni pengetahuan serta religiusitas akan berpengaruh terhadap variabel dependen, yakni keputusan untuk menabung di bank syariah.

Menurut *Theory Planned Behavior*(TPB) Ajzen (2005), minat(niat) bisa menghubungkan unsur-unsur fondasi dengan perilaku yaitu keputusan untuk menabung di bank syariah. Semakin tinggi pengetahuan yang dimiliki seseorang maka akan semakin memperhatikan keputusan menabung di bank syariah bila disertai dengan minat menabung yang tinggi. Kemudian lagi, jika pengetahuan bank syariah rendah serta minat menabung rendah, keputusan untuk menabung di bank syariah akan berkurang. Hal ini juga berlaku pada variabel religiusitas, dengan asumsi religiusitas diiringi dengan minat menabung yang tinggi maka memperluas keputusan untuk menabung di bank syariah. Di sisi lain, religiusitas yang rendah dikombinasikan dengan minat menabung yang rendah maka mengurangi keputusan untuk menabung di bank syariah.

Penelitian sebelumnya diarahkan oleh Ani Nur Faidah (2018) yang menunjukkan bahwa mentalitas terhadap item merupakan variabel perantara (mediasi) dari dampak antara informasi item dan perilaku dalam memilih lembaga keuangan syariah. Macam intervensinya ialah partial mediation,

menyiratkan bahwa selain memiliki dampak menyimpang melalui variabel intervening, variabel independen juga mempengaruhi variabel dependen. Jadi tanpa dampak sikap, pengetahuan produk sebenarnya memiliki dampak positif serta signifikan dalam perilaku memilih lembaga keuangan syariah. Penelitian selanjutnya (Syahriyal, 2019) menjelaskan variabel minat menabung sebagai variabel intervening dapat memperluas dampak dari variabel persepsi dan pengetahuan tentang keputusan untuk menabung di bank syariah. Tinjauan ini juga sesuai dengan penelitian yang diarahkan oleh (Parastika et al., 2021) yang dapat diduga bahwa religiusitas dan pengetahuan mempengaruhi keputusan untuk menabung di bank syariah dengan minat menabung sebagai variabel intervening.

Berdasarkan fenomena gap dan research gap yang dijelaskan di atas, peneliti berharap dapat mengkaji kembali variabel-variabel ini dengan berbagai artikel dari penelitian sebelumnya. Perbedaan antara tinjauan ini dan penelitian sebelumnya adalah bahwa minat menabung sebagai variabel intervening, peneliti beranggapan variabel minat menabung dapat digunakan sebagai variabel intervening guna memediasi antara dampak pengetahuan serta religiusitas pada keputusan menabung di Bank Syariah. Selanjutnya, penting untuk mengetahui apakah variabel minat menabung dapat digunakan sebagai variabel intervening guna memediasi dampak pengetahuan serta religiusitas pada keputusan untuk menabung di bank syariah. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengkaji kembali pengaruh pengetahuan bank syariah dan religiusitas terhadap keputusan menabung di bank syariah, dikarenakan hasil penelitian sebelumnya belum memperlihatkan hasil yang konsisten.

Mengingat landasan permasalahan dan penelitian sebelumnya yang sudah dijelaskan, maka penelitian ini mengambil judul **“Pengaruh Pengetahuan Bank Syariah dan Tingkat Religiusitas terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah dengan Minat Menabung sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Angkatan 2018)”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, permasalahan dapat dirumuskan ialah sebagai berikut:

1. Apakah pengetahuan bank syariah berpengaruh terhadap keputusan menabung di Bank Syariah?
2. Apakah tingkat religiusitas berpengaruh terhadap keputusan menabung di Bank Syariah?
3. Apakah minat menabung berpengaruh terhadap keputusan menabung di Bank Syariah?
4. Apakah pengetahuan bank syariah berpengaruh terhadap minat menabung di Bank Syariah?
5. Apakah tingkat religiusitas berpengaruh terhadap minat menabung di Bank Syariah?
6. Apakah pengetahuan bank syariah berpengaruh terhadap keputusan menabung melalui minat menabung di Bank Syariah?
7. Apakah tingkat religiusitas berpengaruh terhadap keputusan menabung melalui minat menabung di Bank Syariah?

1.3 Tujuan Penelitian

Dilaksanakannya penelitian ini adalah bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pengetahuan bank syariah terhadap keputusan menabung di Bank Syariah.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh tingkat religiusitas terhadap keputusan menabung di Bank Syariah.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh minat menabung terhadap keputusan menabung di Bank Syariah.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pengetahuan bank syariah terhadap minat menabung di Bank Syariah.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh tingkat religiusitas terhadap minat menabung di Bank Syariah.

6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pengetahuan bank syariah terhadap keputusan menabung melalui minat menabung di Bank Syariah.
7. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh tingkat religiusitas terhadap keputusan menabung melalui minat menabung di Bank Syariah.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari dilaksanakannya penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat menambah basis pengetahuan khususnya pengetahuan tentang bank syariah khususnya di perguruan tinggi dan masyarakat secara keseluruhan.
 - b. Adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dunia nyata di bidang tersebut yang sangat berharga untuk mengaplikasikan ilmu yang diperoleh peneliti selama berkuliah.
 - c. Hasil penelitian dapat digunakan sebagai referensi penting bagi siapa saja termasuk peneliti lain yang membutuhkannya.
2. Manfaat Praktis
 - a. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan bagi perkembangan perbankan syariah itu sendiri, ataupun sebagai referensi. Meningkatkan pelayanan bahkan meningkatkan minat konsumen agar dapat menjadi konsumen di kemudian hari.
 - b. Untuk bank syariah dapat digunakan sebagai referensi bagaimana memberikan layanan yang lebih baik dan juga peningkatan promosi bahkan lebih baik.
 - c. Sebagai sarana informasi untuk meningkatkan pengetahuan, terutama pengetahuan tentang aspek-aspek yang mempengaruhi minat menabung di bank syariah.

1.5 Sistematika Penulisan

Penelitian ini disusun ke dalam lima bab dengan sistematika pembahasan sebagai berikut:

BAB I. PENDAHULUAN

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

BAB II. KAJIAN PUSTAKA

Berisi tentang telaah pustaka yaitu kajian teori yang berisi deskripsi mengenai variabel dan hubungan antar variabel, penjabaran tentang penelitian terdahulu, hipotesis penelitian, dan kerangka penelitian.

BAB III. METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian, berisi tentang jenis dan sumber data, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, variabel penelitian dan pengukuran, serta teknik analisis data.

BAB IV. HASIL ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Analisis data berisi hasil penelitian berupa gambaran umum obyek penelitian, analisis deskriptif karakteristik responden, analisis deskriptif variabel penelitian, analisis hasil penelitian; hasil uji realibilitas dan validitas, hasil uji asumsi klasik, hasil uji kelayakan model, dan uji hipotesis.

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan menjelaskan hasil penelitian dan diskusi yang disesuaikan dengan perumusan masalah dan tujuan penelitian yang disajikan secara singkat dan jelas. Sementara saran itu adalah daya tarik bagi pembaca atau agen yang relevan sehingga saran yang dijelaskan dapat memberikan pengetahuan dan manfaat dan dapat dikembangkan menjadi bahan studi penelitian selanjutnya.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 KAJIAN TEORI UTAMA

2.1.1 *Theory of Planned Behavior* (Teori Perilaku Terencana)

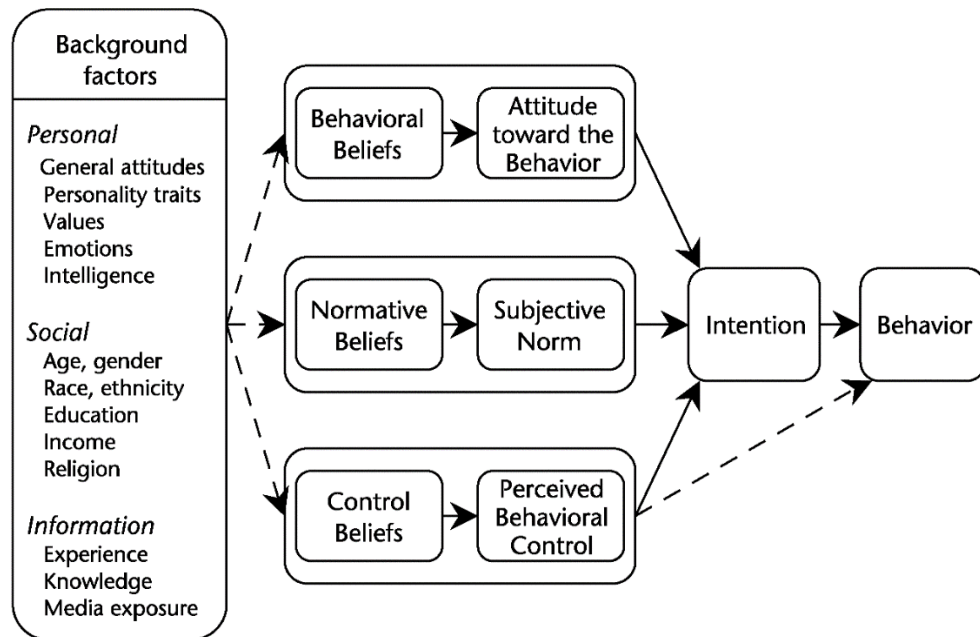
Menurut Ajzen (2005) Theory of Planned Behavior atau teori perilaku terencana (TPB), dapat membantu memahami dan memahami kinerja kecenderungan perilaku tertentu. Kontrol kehendak semacam ini paling baik didefinisikan sebagai kontinum, di mana situasi ideal ekstrem diwakili oleh perilaku kehendak murni, dan situasi ideal ekstrem lainnya adalah peristiwa perilaku yang sama sekali tidak dikendalikan oleh kehendak. Sejauh menyangkut kontinum kehendak, perilaku dapat diprediksi dengan sangat akurat berdasarkan niat untuk melakukan perilaku tersebut. Niat juga membantu mencapai tujuan perilaku yang hanya sebagian dikendalikan oleh kemauan; namun, di sini, efektivitas prediksi melemah, dan kita harus mempertimbangkan unsur-unsur yang dapat mengganggu atau mendorong tingkah laku yang diharapkan. Kontrol perilaku yang dirasakan mungkin juga memiliki makna motivasi. Ketika sumber daya atau peluang tidak mencukupi, motivasi untuk mencoba perilaku dapat menurun. Secara umum, jika evaluasi pribadi seseorang bermanfaat, jika orang lain akan menyadari bahwa itu penting bagi mereka, dan jika mereka percaya bahwa sumber daya dan peluang yang diperlukan tersedia, maka orang akan berniat untuk melakukan perilaku tertentu. Sampai batas tertentu, keuntungan adalah faktor yang dapat mengimbangi kerugian lainnya. Orang yang meragukan kemampuan mereka untuk menerapkan rencana perilaku tertentu mungkin berencana untuk bekerja keras ketika menghadapi tekanan sosial yang kuat, dengan memeriksa tindakan, etika, dan dasar informasi dari kontrol perilaku yang dialami.

Banyak pengetahuan tentang faktor-faktor penentu kecenderungan perilaku tertentu dapat diperoleh. Keyakinan tentang hasil yang mungkin dari tingkah laku, dan evaluasi subjektif dari hasil ini, mengungkapkan mengapa seseorang memiliki tindakan yang menguntungkan atau tidak menguntungkan untuk melakukan tingkah laku; keyakinan tentang harapan perspektif individu atau kelompok referensi utama, dan kepatuhan terhadap rekomendasi ini. Motivasi, yang memberikan pemahaman tentang dorongan sosial yang dialami untuk melakukan atau tidak melakukan tingkah laku; keyakinan tentang faktor-faktor yang dapat mencegah atau mendorong pencapaian tujuan mengungkapkan pertimbangan yang mengarah pada persepsi tinggi atau rendah tentang kontrol perilaku. Singkatnya, basis data informasi ini memberi kita informasi terperinci tentang kecenderungan seseorang untuk melakukan atau tidak melakukan kegiatan tertentu. Tingkah laku umum dan kecenderungan kepribadian adalah dua dari banyak faktor latar belakang yang membantu menjelaskan perbedaan dalam perilaku, norma, dan keyakinan kontrol. Antara lain, faktor latar belakang adalah berbagai variabel perbedaan individu, karakteristik sosial dan demografis, pengalaman masa lalu dan paparan sumber informasi lain. Faktanya, intervensi perilaku sering memaparkan orang pada informasi baru yang menentukan perubahan perilaku, norma, dan keyakinan kontrol. Intervensi dalam konteks teori perilaku terencana dapat berdampak signifikan pada niat perilaku, dan bahwa mungkin untuk membantu orang melaksanakan niat mereka dengan meminta mereka untuk membentuk rencana perilaku tertentu atau niat implementasi (Ajzen, 2005).

Pengetahuan perbankan syariah diidentikkan dengan unsur latar belakang, termasuk unsur informasi. Dalam teori perilaku terencana, pengetahuan bank syariah adalah salah satu elemen yang memberikan pengaruh tingkah laku ataupun aktivitas individu dalam kategori keyakinan kontrol. Keyakinan kontrol diidentifikasi melalui keyakinan akan suatu tindakan ataupun pekerjaan bisa diselesaikan. Contohnya, dengan wawasan

mereka tentang bank syariah, melalui pemahaman, produk, prinsip, serta lainnya, keputusan bisa menjadi pertimbangan mahasiswa guna menitipkan uangnya di bank syariah.

Gambar 2. 1 Theory of Planned Behavior



Sumber: Ajzen: *Attitudes, Personality dan Behavior*(2005)

Religiusitas diidentikkan juga melauai unsur latar belakang, termasuk unsur-unsur sosial, khususnya agama. Pada teori perilaku terencana (TPB), keyakinan agama merupakan salah satu unsur dasar yang mempengaruhi keuntungan dan tingkah laku individu. Dalam masyarakat, unsur keyakinan agama diidentikkan dengan minat individu dalam menabung pada bank syariah, dikarenakan tingkat religiusitas yang dimiliki setiap orang berbeda.

Theory of Planned Behavior (TPB) dimulai Ajzen (2005) menerangkan jika tingkah laku manusia pertama kali dipengaruhi oleh minat (harapan). Setiap orang pada saat ini mempunyai minat bisa langsung memberi keputusan langkah yang harus dilakukan. Begitupun dengan minat untuk menghubungkan unsur latar belakang dengan keputusan untuk menabung pada perbankan syariah. Dengan asumsi bahwa unsur-unsur dasar tersebut

disertai dengan minat yang tinggi dalam menabung, maka pada saat itu keputusan dalam menabung di perbankan syariah juga makin tinggi. Begitu pula sebaliknya, dengan asumsi bahwa unsur-unsur latar belakang itu diikuti oleh minat yang rendah dalam menabung, maka pada saat itu keputusan untuk menabung pada perbankan syariah juga rendah. maka kesimpulannya minat bisa digunakan menjadi prantara/mediator bagi seseorang untuk menyelesaikan kegiatan berikutnya.

2.1.2 *Sharia Enterprise Theory*

Konsep tanggung jawab yang diusung oleh *Sharia Enterprise Theory*(SET) adalah bahwa SET pada prinsipnya memperkenankan bentuk utama tanggungjawab kepada Allah (vertikal), dan kemudian menguraikan lebih lanjut bentuk tanggungjawab (horizontal) kepada umat manusia dan lingkungan alam. Konsep tanggungjawab yang diberikan oleh teori ini bukan hanya peningkatan dari konsep tanggungjawab Enterprise Theory namun lebih dari pada itu sebagai hasil dari alasan yang memiliki karakter transcendental dan teologikal yang dipakai oleh Sharia Enterprise Theory. Menurut Sharia Enterprise Theory, sebagai Khalifah Allah, stakeholders diberi tugas untuk mengelola sumber daya dan menyalurkannya secara adil kepada semua makhluk hidup di bumi ini. Triyuwono (2006)

Menurut Triyuwono (2006) *Syariah Enterprise Theory*, peruntukan kelimpahan ataupun nilai tambah tidak hanya untuk pihak-pihak yang terlibat langsung, misalnya investor, kreditur, pekerja, dan otoritas publik, tetapi juga ke berbagai pihak yang ada secara tidak langsung dengan perusahaan, atau pihak berbeda yang belum memberikan kontribusi secara finansial dan teknis. Dengan kata lain, ruang lingkup dalam SET tidak terbatas pada acara-acara atau peristiwa timbal balik antara pihak-pihak yang secara langsung terlibat dengan cara paling umum untuk membuat nilai tambah, tetapi juga mencakup kelompok-kelompok lain yang tidak terkait secara langsung. Pemahaman ini jelas mendapat perubahan signifikan dalam terminologi Enterprise Theory, yang alasannya adalah untuk menyebarkan kekayaan berdasarkan kontribusi

beberapa pihak, yaitu pihak yang memberikan kontribusi finansial atau teknis.

Konsep teoritis yang dapat memberikan alasan untuk pengembangan standar dan inovasi pembukuan adalah *Enterprise Theory*, standar dan inovasi pembukuan ini telah menciptakan jenis tanggung jawab dan informasi yang dibutuhkan oleh para pemangku kepentingan. Penjelasanannya adalah karena Enterprise Theory menerima bahwa keberadaan suatu perusahaan tidak dapat dipisahkan dari bantuan beberapa pihak (pekerja, pemberi pinjaman, pemerintah, dan masyarakat). Secara keseluruhan, perusahaan dapat eksis mengingat fakta bahwa hubungan antara perusahaan dan masyarakat adalah konsekuensi dari kesepakatan bersama. Pemikiran ini tergantung pada alasan bahwa manusia adalah *khalifatullah fil ardh* dan tujuan utamanya adalah membuat dan menyebarluaskan kemakmuran bagi seluruh umat manusia dan alam. Alasan ini mendesak SET untuk memahami nilai kesetaraan bagi masyarakat dan habitat asli. Selanjutnya, SET akan membawa keuntungan bagi para pemangku kepentingan, masyarakat (yang tidak berkontribusi secara finansial atau teknis) sebagai tanda cinta ke Allah. Triyuwono (2006, 357).

Sharia Enterprise Theory mempunyai arti penting pada penelitian ini, untuk lebih spesifik karena Muslim umumnya akan memilih atau tertarik pada produk yang bergantung pada hukum Islam. Sebagaimana telah disebutkan, bank syariah akan menjadi bank dengan memanfaatkan ajaran Islam untuk memimpin bisnis. Penelitian ini memberi petunjuk bahwa faktor pengetahuan dan religiusitas berperan penting sebagai penentu minat mahasiswa dalam menabung pada bank syariah.

2.2 KAJIAN VARIABEL PENELITIAN

2.2.1 Pengetahuan

2.2.1.1 Pengertian Pengetahuan

Pengetahuan di dapatkan melalui informasi dari TV, radio, iklan dan berbagai media lainnya, serta pengetahuan pula bisa didapatkan dengan pengalaman pribadi. Pengetahuan pembeli bisa memiliki arti sebagai informasi yang pembeli miliki tentang bermacam produk serta jasa, dan pengetahuan lain saling berkaitan dengan produk serta jasa tersebut, informasi serta pengetahuan yang berkaitan fungsinya sebagai konsumen (Sumarwan, 2014: 147).

Pengetahuan konsumen adalah semua data yang diklaim oleh pembeli tentang berbagai jenis jasa serta produk dan informasi lain yang berhubungan dengan jasa serta produk tersebut dan data informasi nan memiliki hubungan dengan manfaatnya sebagai konsumen. Pengetahuan pembeli bisa disinggung "*the amount of experience with and information about particular produts or service a person has*". Pengetahuan yang perlu dimengerti pembeli tentang kecenderungan menabung di bank syariah ialah bahwa mereka memahami perbedaan antara perbankan konvensional dan perbankan syariah, mengenai gagasan bagi hasil pada simpanan syariah, bunga ataupun diharamkan riba dan terlepas dari apakah riba atau bunga bertolakbelakang dengan aturan agama. Pengetahuan serta keyakinan (ilmu serta iman) adalah dasar kemanusiaan dalam melakukan metode yang terlibat dengan menyamakan dan mengubah dua modal dasar sepanjang kehidupan sehari-hari (Hasanah, 2019: 489).

2.2.1.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengetahuan Bank Syariah

(Sulistyono, 2016) mengemukakan pengetahuan individu pada salah satu objek memiliki kandungan dua perspektif, dua perspektif tersebut ialah sudut pandang positif serta sudut negatif. Keduanya ini akan menjadi penentu tindakan individu, semakin besar sudut positif serta tujuan telah ditemukan, menjadikan timbulnya tindakan makin positif pada tujuan terpilih.

Pengetahuan pula dapat memiliki arti tanda-tanda dialami serta didapatkan orang dengan cara persepsi akal. Ketika orang menggunakan akalnya guna melihat hal yang tidak pernah ditemui dalam suatu peristiwa khusus, hal ini bisa mengarah pada sejenis pengetahuan.

Pengetahuan didapat dengan cara-cara proses pembelajaran berikut:

- 1) Pembelajaran kognitif (*cognitive learning*) dicirikan menjadi siklus, pada hal ini individu menyusun hubungan antara ide-ide, mempelajari pengaturan ide-ide, misalnya, mengingat catatan, mengurus masalah, dan mendapatkan masukan. Pembelajaran semacam ini mencakup proses usia teori alam di mana individu menyesuaikan keyakinan mereka agar tampak baik-baik saja. Sepanjang garis ini, pembelajaran intelektual adalah siklus yang berfungsi di mana individu berusaha untuk mengontrol data yang didapatkan mereka.
- 2) Pembelajaran melalui pendidikan (*learning through education*) merupakan informasi yang didapatkan dengan cara pemberitahuan, salesman, serta usaha pelanggan sendiri untuk mendapatkan informasi.
- 3) Pembelajaran melalui pengalaman (*learning through experience*) merupakan perolehan informasi melewati komunikasi yang tulus terhadap benda tersebut. Belajar dari pengalaman pada umumnya merupakan metode yang lebih layak guna memperoleh informasi bagi pelanggan (Sulistiyono, 2016:5-6).

2.2.1.3 Indikator Pengetahuan Bank Syariah

Sumarwan (2014) mengungkapkan bahwa pengetahuan tentang perbankan syariah diterima menjadi pengetahuan konsumen. Ini bisa dilakukan dengan pengukuran dengan menggunakan tiga indikator, yakni:

- 1) Pengetahuan produk

Pengetahuan produk ialah bermacam jenis data dan berbeda mengenai produk. Pengetahuan ini meliputi kategori produk, merk, terminologi produk, atribut atau fitur produk, harga produk dan kepercayaan mengenai produk. Ada tiga jenis pengetahuan produk, yaitu pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk,

pengetahuan tentang manfaat produk, dan pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan produk bagi konsumen. Seseorang konsumen akan melihat suatu produk berdasarkan kepada karakteristik atau ciri atau atribut dari produk tersebut. Atribut suatu produk dibedakan kedalam atribut fisik dan atribut abstrak. Atribut fisik menggambarkan ciri-ciri fisik dari suatu produk, sedangkan atribut abstrak menggambarkan karakteristik subjektif dari suatu produk berdasarkan persepsi konsumen.

2) Pengetahuan pembelian

Pengetahuan pembelian menggabungkan bermacam data yang ditangani oleh pelanggan guna mendapatkan suatu barang. Pengetahuan produk terbagi dari pengetahuan mengenai di mana harus membeli barang serta kapan harus membeli barang. Apabila pelanggan memilih untuk membeli barang, orang tersebut akan mengetahui di mana harus membeli barang tersebut serta kapan mendapatkannya. Keputusan pembeli tentang tempat membeli barang ditentukan oleh wawasan mereka. Konsekuensi penting untuk strategi marketing ialah menyampaikan informasi ke pembeli supaya pembeli dapat membeli produk tersebut.

3) Pengetahuan pemakaian

Sebuah barang dapat memberi keuntungan bagi pelanggan dengan asumsi barang tersebut telah dimanfaatkan atau digunakan oleh pembeli. agar barang-barang ini memberikan keuntungan terbesar dan kepuasan tinggi kepada pembeli, pembeli harus memiliki pilihan untuk menggunakan atau memakan barang-barang ini secara akurat. Kekeliruan yang dilakukan pembeli dalam memanfaatkan suatu barang akan membuat barang tersebut tidak berfungsi seperti yang diharapkan. Produsen wajib memberikan informasi yang memadai agar pembeli mengetahui cara menggunakan suatu barang. Informasi tentang pemanfaatan suatu barang sangat penting bagi pembeli.

2.2.2 Religiusitas

2.2.2.1 Pengertian Religiusitas

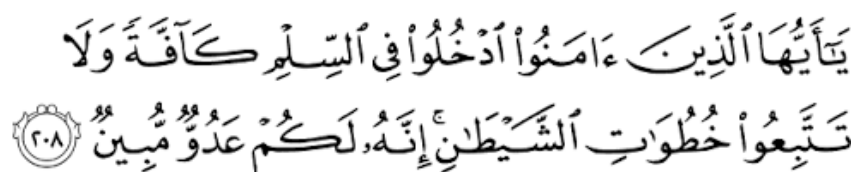
Menurut perspektif linguistik – bahasa Indonesia secara keseluruhan – "agama" dipandang sebagai kata yang didapat dari bahasa Sansekerta memiliki arti "tidak bergejolak". Agama diambil dari dua akar suku kata, *a* memiliki arti "tidak" serta *gamma* memiliki arti "bergejolak". Ini menunjukkan agama merupakan pedoman guna mengarahkan keberadaan manusia menghindari kerusakan. Ditinjau dari arti pentingnya, kata agama sama artinya dengan *religion* pada bahasa Inggris, *religie* pada bahasa Belanda – keduanya merupakan bahasa Latin *religio*, dari akar kata *religare* memiliki arti mewajibkan. Pada bahasa Arab, agama dikenal dengan kata *al-din* dan *al-milah*. Kata *al-din* memiliki kandungan arti implikasi yang berbeda. Ia cenderung diartikan sebagai *al-mulk* (kerajaan), *al-khikmad* (administrasi), *al-izz'* (keagungan), *al-dzull* (kehinaan), *al-ikrah* (paksaan), *al-ihsan* (kebaikan), *al-adat* (kecenderungan), *al-ibadat* (pengabdian), *al-qahr wa al-sultan* (kekuasaan serta pemerintahan), *al-tadzalul wa al-khudhu* (akomodasi serta kepatuhan), *at-taat* (penundukan), *al-Islam al-tauhid* (menyerah dan mengEsaan Tuhan). Sedangkan gagasan *al-din* yang mengandung makna agama adalah nama keseluruhan. Artinya, tidak ditujukan kepada satu agama; itu adalah nama untuk setiap keyakinan yang ada di dunia ini (Kahmad, 2002: 13).

(Afendi & Ghofur, 2021) Komitmen adalah kepatuhan seseorang terhadap peraturan dan kebijakan sedangkan agama memuat segala sesuatu yang terbaik yang diperlukan dalam menentukan tujuan hidup. Pada saat yang sama, agama berisi semua yang dibutuhkan manusiamencapai tujuan hidupnya. Selain itu, agama memberikan harapan akan kebaikan dan kesejahteraan, moralitas, etos kerja, keadilan, dan apa yang dibutuhkan masyarakat. Sari (2011) dalam (Afendi & Ghofur, 2021) mendefinisikan komitmen agama sebagai menciptakan tatanan kehidupan yang tidakunsur merugikan orang lain (*al-dhâlim*) meskipun berbeda agama, sukudan jenis kelamin.

Religiusitas atau keagamaan dapat berwujud pada bermacam kehidupan manusia. Kegiatan keagamaan tidak terjadi apabila seseorang beribadah saja, melainkan kegiatan lainnya yang didorong oleh kekuatan gaib. Ini tidak hanya tentang kegiatan tidak terlihat serta terjadi di hati seseorang. Oleh karenanya, keragaman seseorang akan mencakup semua aspek atau dimensi (Ancok & Suroso, 2000: 76).

Menurut Jalaludin (2010), agama sebagai salah satu bentuk kepercayaan manusia terhadap hal-hal yang sifatnya gaib (supernatural) dan sebenarnya menyertai umat manusia dalam berbagai kehidupan. Agama memiliki nilai bagi kehidupan manusia sebagai individu dan hubungannya dengan kehidupan sosial. Selain itu, agama juga berdampak pada kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, secara psikologis, agama dapat dijadikan sebagai motivasi internal (internal) dan motivasi eksternal (luar diri). Motif yang didorong oleh keyakinan agama dianggap memiliki kekuatan yang luar biasa dan tidak tertandingi oleh keyakinan non-agama, baik doktrin maupun ideologi adalah penistaan. Agama memang unik, sehingga sulit untuk mendefinisikannya secara akurat dan memuaskan.

Sebagai suatu sistem yang komprehensif, Islam mendorong umatnya agar beriman secara utuh dalam pikiran, sikap, dan tindakannya, didasarkan dalam pengabdian serta penyerahan diri kepada Allah dimanapun serta kapanpun seperti dalam Qur'an Surat Al-Baqarah: 208:



“Hai orang-orang yang beriman, masuklah kamu ke dalam Islam keseluruhan, dan janganlah kamu turut langkah-langkah syaitan. Sesungguhnya syaitan itu musuh yang nyata bagimu.”

2.2.2.2 Fungsi Agama bagi Manusia

Jalaludin (2010) mengemukakan Agama pada hidup individu berperan untuk sistem nilai memiliki kandungan norma-norma tertentu. Biasanya norma itu dijadikan landasan bagi tingkah laku serta perilaku, sehingga sesuai

dengan keyakinan agamanya. Sebagai sistem nilai religius mempunyai makna tersendiri pada hidup individu dan dipertahankannya dalam wujud unik.

Agama tidak pernah lepas dari kehidupan sehari-hari, karena agama itu sendiri pada kenyataannya sangat penting dalam aktivitas publik. Secara berangsur-angsur unsur-unsur agama dalam bermasyarakat antara lain:

1) Pendidikan Fungsional

Pemeluk agama menerima prinsip-prinsip agamanya memberikan aturan-aturan yang harus dipatuhi. Ajaran agama memiliki pedoman dan larangan hukum. Kedua unsur tata tertib dan larangan tersebut memiliki latar belakang yang membimbing, agar setiap individu mukmin menjadi baik sesuai dengan doktrin agamanya masing-masing.

2) Berfungsi Penyelamat

Penganut yang diberi keselamatan oleh agamanya merupakan keselamatan meliputi dua alam: alam dunia serta alam akhirat. Untuk mencapai keselamatan, agama menunjukkan umatnya dengan cara: prolog ke hal-hal suci, sebagai keyakinan kepada Tuhan.

3) Berfungsi sebagai Perdamaian

Melalui agama seseorang yang berdosa atau tercela dapat mencapai kerukunan batin melalui arahan agama. Perasaan melanggar dan bersalah akan segera hilang dari otaknya ketika seorang pelanggar telah pulih dari kesalahannya.

4) Berfungsi sebagai Sosial Kontrol

Pemeluk agama disesuaikan melalui ajaran keagamaan yang dianut secara batin terikat pada arah ajaran tersebut, baik secara mandiri ataupun berjamaah. Ajaran agama dianggap sebagai standar menurut pengikutnya, oleh karenanya pada situasi ini agama bisa difungsikan untuk kontrol sosial baik secara terpisah atau dalam pertemuan.

5) Berfungsi sebagai Pembina Solidaritas

Pemeluk agama yang sama secara mental akan merasakan berbagi sesuatu secara praktis dalam satu kesatuan: kepercayaan dan keyakinan. Perasaan solidaritas ini akan menumbuhkan rasa ketabahan dalam

pertemuan dan orang-orang, dalam beberapa kasus dalam hal apa pun, mendorong rasa persaudaraan yang kuat.

6) Fungsi Transformatif

Ajaran agama mampu merubah keberadaan watak individu atau perkumpulan ke dalam keseharian lain sesuai pada ajaran agama yang dianutnya. Keseharian baru yang dia gantungkan pada pelajaran agama yang dianutnya kini dan lagi siap mengubah dedikasinya pada tradisi atau standar hidup yang dianutnya sebelum itu.

7) Fungsi Kreatif

Ajaran agama memberi energi serta menyambut pengikut mereka melakukan pekerjaan secara bermanfaat guna keuntungan mereka pribadi, serta guna kepentingan orang lain. Umat beragama tidak hanya disuruh bekerja secara konsisten dalam contoh kehidupan yang serupa, tetapi di sisi lain dibutuhkan untuk membuat inovasi, kemajuan serta penemuan baru.

8) Fungsi Sublimatif

Ajaran agama meridhoi setiap usaha yang dilakukan manusia, tidak hanya memiliki sifat agama ukhrawi, tetapi bisa memiliki sifat duniawi. Segala tingkah laku manusia selama bukan bertolakbelakang dengan ajaran-ajaran agama, asalkan dilakukannya dengan harapan yang sungguh-sungguh, karena serta untuk Allah merupakan ibadah.

2.2.2.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Religiusitas

Thouless (1995: 34) membagi unsur-unsur berpengaruh dalam perspektif beragama menjadi empat jenis :

1) Dampak pengajaran atau pendidikan serta beban sosial

Unsur ini mengingat semua dampak ramah bagi kemajuan agama, termasuk pelatihan orang tua, praktik sosial, dan ketegangan dari iklim sosial, mengharapakan mereka untuk tunduk pada perspektif dan mentalitas yang berbeda yang ditetapkan oleh lingkungan.

2) Unsur pengalaman

Ini diidentifikasi dengan pertemuan berbeda yang telah membentuk sikap religius. Terutama pengalaman keagungan, bentrokan moral dan pengalaman emosional religius. Unsur-unsur ini biasanya muncul sebagai pertemuan dunia lain serta lebih cepat memberikan pengaruh tingkah laku seseorang.

3) Unsur kehidupan

Kebutuhan ini umumnya bisa dipisahkan jadi 4, khususnya: (a) kebutuhan untuk kesejahteraan atau keamanan, (b) kebutuhan untuk pemujaan, (c) kebutuhan untuk percaya diri, dan (d) kebutuhan akan bahaya kematian.

4) Unsur intelektual

Unsur ini mencakup menggabungkan siklus yang berbeda termasuk pemikiran verbal ataupun rasionalisasi.

Melihat gambaran diatas, menarik kesimpulan bahwa tiap orang mempunyai tingkat keyakinan beragama tidak sama serta mendapat pendapat pengaruh oleh dua unsur garis besar, khususnya dalam dan luar. Faktor-faktor dalam yang dapat mempengaruhi keyakinan beragama, misalnya pengalaman agama yang penuh gairah, persyaratan individu yang mengerikan terpenuhi, seperti persyaratan untuk keamanan, kepercayaan diri, cinta, dan sebagainya. Dampak luar termasuk sekolah yang layak, tradisi sosial berdasarkan nilai-nilai agama, praktik sosial yang bergantung pada kualitas yang ketat, dan ketegangan sosial di dekat kehidupan rumah. Ketegangan sosial dalam keberadaan orang-orang dari banyak hipotesis mengenai religiusitas yang sudah digambarkan dengan tinjauan ini akan menggunakan referensi hipotesis Glock dan Stark bahwa ada lima aspek dalam religiusitas, yaitu filsafat, kecerdasan, ritualis, pengalaman keagamaan dan konsekuensi pelaku.

2.2.2.4 Dimensi Religiusitas

Sebagaimana ditunjukkan oleh Glock dan Star dalam Ancok dan Suroso (2000), terdapat 5 jenis dimensi keberagamaan, antara lain dimensi

keyakinan ideologis, dimensi peribadatan maupun praktek agama ritual Istiqomah dimensi penghayatan eksperensial, dimensi pengamalan konsekuensial, dimensi pengetahuan agama intelektual.

1) Dimensi Keyakinan (Ideologi)

Dimensi keyakinan mengandung asumsi di mana individu religius yang berpegang teguh pada perspektif filosofis tertentu dan mengenali realitas prinsip-prinsip ini. Setiap agama menyimpan banyak keyakinan yang harus dipatuhi oleh para penganutnya. Meskipun demikian, substansi dan luasnya keyakinan tersebut bervariasi antar agama-agama, namun seringkali juga antar adat dalam satu ajaran agama yang tidak berbeda.

2) Dimensi Praktik Agama (Ritualistik)

Dimensi yang meliputi tingkahlaku penyembahan, ketaatan, serta lainnya yang dikerjakan individu guna memberikan petunjuk kewajiban terhadap agama yang dianut.

3) Dimensi Pengalaman (Eksperiensial)

Dimensi yang mengandung serta mempertimbangkan bagaimana semua agama memiliki kandungan asumsi-asumsi tertentu, meskipun faktanya salah dalam mengatakan bahwa seseorang yang benar-benar baik akhirnya mencapai informasi emosional dan langsung pada realitas definitif (kenyataan terakhir bahwa ia dapat mencapai sesuatu kontak melalui kekuatan supranatural).

4) Dimensi Pengetahuan Agama (Intelektual)

Dimensi tersebut menyinggung asumsi bahwasanya individu-individu yang mempunyai agama memiliki suatu tempat di sekitar ukuran informasi yang dapat diabaikan tentang keyakinan mendasar, ritual, kitab suci dan adat istiadat. Unsur-unsur keterangan dan pemidanaan tidak dapat disangkal satu sama lain, mengingat keterangan tentang suatu pemidanaan merupakan suatu kewajiban untuk penerimanya.

5) Dimensi Pengamalan (Konsekuensial)

Dimensi tersebut menyinggung untuk membedakan hasil sehari-hari dari keyakinan, praktik, pertemuan, dan informasi seseorang yang ketat.

2.2.3 Minat Menabung di Bank Syariah

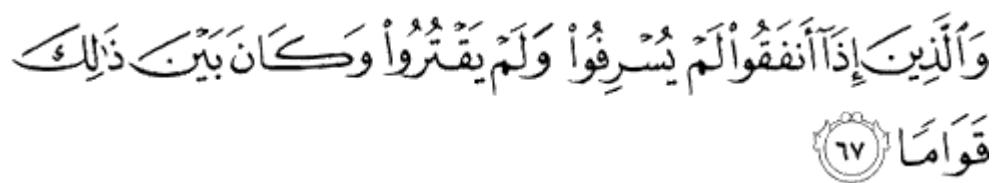
2.2.3.1 Pengertian Minat Menabung

Minat bisa memberikan petunjuk tentang kemampuan guna memberikan rangsangan, mendukung kita supaya memperhatikan seseorang, suatu aktivitas, maupun suatu barang, atau sesuatu yang mungkin berdampak pada pengalaman aktivitas itu sendiri. Atau minat bisa menjadikan penyebab suatu aktivitas serta hasil dari berpartisipasi pada kegiatan tersebut (D. Crow and Crow, 1984).

Berdasarkan Jahja (2011) dalam (Mahgalena et al., 2021) Minat adalah suatu dorongan yang menimbulkan perhatian individu terhadap objek tertentu seperti pekerjaan, pelajaran, benda dan orang. Minat adalah sesuatu yang dipelajari, bukan bawaan dan dapat berubah tergantung kebutuhan, pengalaman dan mode. Sedangkan menabung menurut Muhammad (2015) dalam (Mahgalena et al., 2021) merupakan tindakan yang dianjurkan oleh Islam, karena dengan menabung berarti seorang muslim mempersiapkan dirinya untuk pelaksanaan perencanaan masa depan serta menangani hal-hal yang tidak diinginkan. Jadi minat menabung adalah keinginan seseorang untuk menabung untuk investasi masa depan dan untuk sesuatu yang mendadak jika terjadi sesuatu yang tidak diinginkan.

(Triana et al., 2016: 531) Mengemukakan minat merupakan motivator yang kuat bagi seseorang untuk melakukan segala cara untuk mencapai tujuan serta cita-citanya. Minat juga bisa muncul dari faktor eksternal maupun internal. Minat yang kuat kepada sesuatu adalah modal yang besar guna memicu minat pada perilaku yang diinginkan, dalam hal ini menabung. Pada prinsipnya perilaku konsumen yang tertarik untuk menabung seringkali dipicu dan dipengaruhi oleh sejumlah dorongan eksternal berupa dorongan

pemasaran dan lingkungan. Dorongan tersebut kemudian diproses sesuai dengan karakteristik individu untuk mengambil keputusan sebelum akhirnya diputuskan untuk menabung. Karakteristik pribadi konsumen yang terbiasa menghadapi dorongan ini sangat lengkap, diantaranya adalah motif menabung. Di ajaran Islam menganjurkan menabung. Hal ini dinyatakan langsung dalam ayat Al-Qur'an, mengingatkan kita untuk tidak menyia-nyiakan dan menyisihkan sebagian dari kekayaan kita untuk penggunaan di masa depan. Seperti yang terdapat pada Qur'an Surat Al-Furqon: 67:



“Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian.”

2.2.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung

Berdasarkan Crow and Crow (1984) diterjemahkan oleh Kasijan memiliki pendapat terdapat 3 faktor dapat mempunyai pengaruh perkembangan minat, khususnya:

- 1) Dorongan diri sendiri. Ini berarti bahwa ia mendorong keharusan yang hadir melalui diri sendiri, yaitu unsur-unsur yang memiliki hubungan melalui dukungan, niat, melindungi dari kelaparan, ketakutan, seperti keinginan untuk mengetahui penelitian, dll.
- 2) Motif sosial, menyiratkan bahwa hal itu mendorong penyesuaian terhadap lingkungan sehingga cenderung diakui dan dirasakan oleh lingkungan ataupun kegiatan guna mengatasi masalah sosial, seperti pekerjaan, mendapatkan status, cukup menonjol untuk diperhatikan dan dihargai.
- 3) Faktor emosional, menyiratkan bahwa minat secara erat diidentikkan dengan sentimen atau perasaan, pencapaian dalam aktivitas yang didorong oleh minat memberikan perasaan gembira serta menambah

kekuatan minat yang ada, adapun kekecewaan dapat minat yang muncul minat berkurang.

Sedangkan Ratnawati, et. al. (2000) dalam Prasasti (2020) berpendapat faktor-faktor yang memberikan pengaruh seseorang guna ingin menabung di perbankan syariah ialah:

- 1) Pekerjaan. Orang-orang golongan pebisnis bercenderungan ingin menabung di Bank Syariah.
- 2) Penghasilan. Orang-orang yang memiliki gaji menengah ke atas bercenderungan ingin menabung di Bank Syariah.
- 3) Aksesibilitas. wilayah yang memiliki tingkatan keterbukaan yang signifikan serta daerahnya banyak pilihan bank akan mempengaruhi kekuatan bank syariah.
- 4) Keterbukaan dalam data. Bank syariah bukanlah pilihan pertama dikarenakan sebagian besar administrasi bank konvensional dianggap lebih ahli jika dibanding bank syariah.
- 5) Penerimaan terhadap bank konvensional. bank konvensional guna kegiatan untuk hidup biasanya akan bercenderungan mampu merangkul bank syariah daripada orang yang bukan mengakui bank konvensional.
- 6) Pertimbangan pemilihan bank sebab jarak. Bank syariah mudah diakses dengan bebas menjadikan orang-orang untuk ingin menjadi nasabah mereka.
- 7) Pertimbangan memilih bank dilihat dari administrasi. Jika administrasi bank syariah mudah, seseorang akan cukup sering menabung di bank syariah.
- 8) Pertimbangan dipilihnya suatu bank dikarenakan kepercayaan. Keabsahan bank syariah dinilai setengah-setengah serta tidak dapat disandingkan pada bank konvensional.
- 9) Pertimbangan pemilihan bank syariah dikarenakan kantornya. Kelompok warga sekitar lebih pilih bank syariah dengan asumsi kantornya memuaskan.

- 10) Pertimbangan pemilihan bank dilihat dari statusnya. Individu akan cukup sering memilih bank syariah dengan asumsi mereka memahami bahwa bank syariah sesuai ajaran Islam yang berlaku.
- 11) Nasabah perbankan konvensional cenderung kurang memanfaatkan bank syariah, dikarenakan mereka kurang mengetahui tentang sistem perbankan syariah.
- 12) Penerimaan pada prinsip bagi hasil yang digunakan di Bank Syariah. Orang ingin menabungkan dana di bank syariah dengan asumsi mereka merasakan keyakinan terhadap kerangka bagi hasil.
- 13) Pengetahuan perbankan syariah. Orang-orang yang paham betul mengenai perbankan syariah akan sering kali perlu jadi pengguna bank syariah.

2.2.3.3 Indikator Minat Menabung

Limantara (2017) dalam Prasasti (2020) berpendapat minat menabung mencontohkan minat beli dibedakan dengan parameter berikut:

1) Minat transaksional

Minat transaksional, bercenderung individu dalam pembelian suatu barang.

2) Minat refrensional

Minat refrensional, penggambaran perilaku seseorang yang pada umumnya akan mengacu pada barang yang telah dibeli, sehingga orang lain juga membeli tentang pertemuan pembeli mereka.

3) Minat prefrensi

Minat prefrensi, tentang penggambaran tingkahlaku individu yang mempunyai kecenderungan signifikan terhadap barang. Prefrensi ini hanya bisa digantikan apabila terdapat peristiwa terhadap produk prefrensinya.

4) Minat eksploratif

Minat eksploratif, merupakan penggambaran tingkahlaku individu yang terus-menerus dalam pencarian data tentang barang yang dia minati serta pencarian data guna membantu sifat positif barang.

Seperti yang ditunjukkan oleh Lucas dan Britt (2003) dalam Magfiroh (2018), mengatakan bahwa indikator-indikator yang terdapat dalam minat beli adalah sebagai berikut:

1) Perhatian (Attention)

Terdapat pertimbangan yang luar biasa karena pembeli kepada sebuah barang (tenaga kerja dan produk)

2) Ketertarikan (Interest)

Kemudian setelah pertimbangan, maka ada rasa ketertarikan pembeli

3) Keinginan (Disire)

Dilanjutkan pada perasaan guna percaya membutuhkan ataupun mempunyai barang.

4) Keyakinan (Conviction)

Selanjutnya pada saat itu seseorang memiliki keyakinan terhadap barang itu yang memunculkan pilihan (interaksi terakhir) guna mendapatkannya melalui cara mendapatkannya.

2.2.4 Pengambilan Keputusan

2.2.4.1 Pengambilan Keputusan Menabung di Bank Syariah

Semua muslim pasti meyakini jika riba berhukum haram, sebab larangan terhadap riba secara eksplisit tertulis di Alquran (Ar-Rum ayat 39; An-Nisa ayat 161; Ali Imron ayat 130; dan albaqarah ayat 275, 276, 278). Namun, ketika keributan itu terkait dengan bunga bank, perdebatan tentang konsep riba dalam Al-qu'ran tidak bisa dihindari.

Dalam penelitian sebelumnya, model yang dikembangkan selalu menghubungkan religiusitas secara langsung terhadap pemilihan bank syariah, bahwa individu dengan religiusitas tinggi akan mengikuti ajaran ajaran agamanya dengan baik sehingga akan mencegah perbuatan yang dapat mengakibatkan dirinya berdosa. Beberapa orang melakukan tindakan secara tidak langsung berdasarkan tingkat religiusitasnya, melainkan berdasarkan

norma religius individu. Orang dengan tingkat religiusitas yang sama mungkin memiliki keyakinan pribadi yang berbeda. Sebaliknya, orang yang berbeda religiusitasnya mungkin saja memiliki keyakinan pribadi yang sama. (Usman et al., 2020: 200).

2.2.4.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Menabung di Bank Syariah

Kotler dan Armstrong (2006) dalam Sulistyono (2016), berpendapat ada faktor-faktor yang memberi pengaruh perilaku seseorang pada saat melakukan pembelian ialah sebagai berikut:

1) Faktor Budaya

Adat istiadat, subkultur serta tingkatan sosial amatlah penting bagi tingkahlaku pembelian konsumen. Pada faktor budaya ini, aktivitas serta tingkahlaku konsumen berdampak besar, dikarenakan budaya adalah penentu kehendak konsumen.

Pengumpulan nilai, pendapat dan kesukaan dari keluarga dan lembaga menjadi alasan untuk menumbuhkan rasa ingin tahu, sehingga pengetahuan dan ilmu pengetahuan penting disampaikan kepada anak dan berkembang pesat. Dengan banyak pengetahuan serta pesatnya perkembangan pesat ini, konsumen lebih mudah mempelajari serta mengetahui *product* dan *service* mana yang mengambil hati mereka serta memenuhi kepentingan mereka.

2) Faktor social

Selain faktor budaya, tingkahlaku konsumen bisa mendapatkan pengaruh oleh unsur sosial, seperti kelompok referensi, keluarga, serta peran dan status sosial. Kelompok acuan seseorang mencakup semua kelompok yang berpengaruh langsung (tatap muka) ataupun tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang.

Yang kedua adalah keluarga Keluarga merupakan organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat dan telah menjadi subyek penelitian yang ekstensif. Dari orang tua seseorang,

seseorang mendapat kedudukan dalam agama, politik dan ekonomi, serta ambisi pribadi, harga diri dan cinta.

3) Faktor pribadi

Keputusan pembeli dan konsumen dipengaruhi pula oleh karakteristik individu. Karakteristik itu termasuk usia serta tahap siklus hidup, pekerjaan, lingkungan ekonomi, gaya hidup, kepribadian serta konsep diri pembeli.

4) Faktor psikologi

Pilihan pembelian seseorang mendapatkan empat faktor psikologis utama, berupa motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan serta keyakinan.

2.2.4.3 Indikator Keputusan Menabung di Bank Syariah

Siswanto (2008) berpendapat bahwasanya terdapat 7 parameter pada proses mengambil keputusan yakni:

1) Penetapan tujuan spesifik dan memperkirakan konsekuensinya

Dengan asumsi objek sudah ditetapkan cukup, akhirnya pada saat itu, pembeli akan memutuskan hasil yang akan diraih serta tindakan yang ingin dilakukan untuk memperlihatkan apakah objek itu telah tercapai atau tidak.

2) Identifikasi permasalahan

Untuk menjamin bahwa tujuan dapat dimanfaatkan, mereka harus memberdayakan pengaturan pedoman yang signifikan untuk pengendalian yang efektif.

3) Pengembangan alternatif

Sebelum menentukan pilihan, penting untuk mengembangkan beberapa pilihan yang dapat dilakukan dan potensi konsekuensi dari setiap pilihan harus dipikirkan.

4) Evaluasi alternatif

Setelah membuat pilihan, pilihan ini harus dinilai, dan dilihat. Dalam setiap keadaan pilihan, tujuan dalam menetapkan suatu pilihan adalah untuk memilih pilihan lain yang sangat bermanfaat.

5) Seleksi alternatif

Penentuan alternatif dilaksanakan guna mengatasi masalah agar memiliki pilihan untuk memahami objek yang sudah menjadi ketetapan.

6) Implementasi keputusan

Tiap keputusan pilihan mempunyai kualitas minimal melebihi musyawarah, ketika pilihan tidak dilakukan. Pilihan tetap dilakukan dengan memadai guna memahami objek yang sudah menjadi ketetapan.

7) Pengendalian dan evaluasi

Manajemen harus selektif menggunakan pengukuran terus-menerus terhadap wujud buatan. Wujud buatan disandingkan dengan buatan yang direncanakan kemudian apabila terjadi penyimpangan, harus dilakukan perombakan.

Sementara itu, Kotler (2002: 215) mengemukakan terdapat 5 urutan pengambilan keputusan, yakni:

1) Pengenalan kebutuhan

Pada siklus ini, pembeli merasakan serta mengetahui terdapat sebuah kepentingan atau keinginan.

2) Pencarian informasi

Pada siklus ini, dimulai dengan pembeli memulai pencarian lebih banyak data mengenai barang yang dipandang siap memenuhi persyaratan tersebut.

3) Evaluasi alternatif

Pada siklus ini, pembeli benar-benar membeli barang dengan menrujuk pada data-data yang sudah diperoleh.

4) Keputusan pembelian

Pada siklus ini, pembeli memanfaatkan data yang telah diperoleh untuk menilai barang yang akan dibeli.

5) Perilaku pasca pembelian

Pada siklus ini, pembeli membuat langkah lanjutan sesudah membeli barang tergantung pemenuhan ataupun kekecewaan.

2.3 KAJIAN PENELITIAN TERDAHULU

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

	Judul	Variabel	Peneliti	Hasil
1.	Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan Nasabah, Pendapatan Nasabah, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Nasabah Pt Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu Magelang)	Independen (X) 1: Tingkat Religiusitas 2: Pengetahuan Nasabah 3: Pendapatan Nasabah 4: Kualitas Pelayanan Dependen (Y) Keputusan Nasabah Menabung	Tiara (2017)	Seluruh variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di Bank syariah, kecuali variabel kualitas pelayanan.
2.	Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Santri	Independen (X) 1: Religiusitas 2: Pendapatan 3: Lingkungan Sosial Dependen (Y) Minat	Sayyidatul Maghfiroh (2018)	Pendapatan, serta Lingkungan Sosial berpengaruh positif terhadap Minat Menabung di Bank Syariah, akan tetapi

	Pesantren Mahasiswi Darush Shalihah	menabung		Religiusitas tidak berpengaruh terhadap Minat Menabung di Bank Syariah pada Santri Pesantren Mahasiswi Darush Shalihah
3.	Pengaruh Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Dan Tingkat Religiusitas Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Walisongo Semarang)	Independen (X) 1: Pengetahuan 2: Religiusitas Dependen (Y) Keputusan menabung	Farah Annida Hasna (2019)	Pengetahuan produk perbankan syariah serta tingkat religiusitas memiliki pengaruh positif terhadap keputusan menabung di bank syariah pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
4.	Pengaruh Pengetahuan Dan Pelayanan Terhadap Minat Menabung	Independen (X) 1: Pengetahuan 2: Pelayanan Dependen (Y) Minat	Rizal Prasasti (2020)	Pengetahuan dan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap

	Mahasiswa Di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang Tahun Angkatan 2017)	menabung		minat menabung di Bank Syariah pada mahasiswa Fakultas Ekonomi UNNES tahun angkatan 2017.
5.	Pengaruh Persepsi Nilai Dan Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menabung Serta Dampaknya Kepada Keputusan Menabung Pada Perbankan Syariah Di Banda Aceh	Independen (X) 1: Persepsi 2: Pengetahuan Dependen (Y) Keputusan Menabung Intervening (Z) Minat Menabung	Syahriyal (2018) Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam Volume 4 Nomor 1, Maret 2018 ISSN. 2502-6976	Semua variabel secara langsung memiliki pengaruh terhadap keputusan menabung. Serta diperkuat dengan adanya minat menabung sebagai variabel intervening.
6.	Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan terhadap Keputusan Menabung. di Bank Syariah dengan	Independen (X) 1: Religiusitas 2: Pengetahuan Dependen (Y) Keputusan Menabung Intervening (Z)	Parastika, Titim Hartini, Ulil Amri (2021) Jurnal Intelektualita: Keislaman,	Semua variabel memiliki pengaruh positif dan signifikan. Semua variabel secara langsung mempengaruhi

	Minat Sebagai Variabel Intervening	Minat Menabung	Sosial, dan Sains Vol. 10 No. 1 (2021) p-ISSN 2303 2952; e-ISSN 2622-8491	keputusan untuk menabung. Hal ini diperkuat dengan minat menabung sebagai variabel intervensi.
7.	Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Perilaku Memilih Lembaga Keuangan Syariah Dengan Sikap Terhadap Produk Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Masyarakat Muslim Desa Gambiran Kecamatan Mojoagung Kabupaten Jombang)	Independen (X) Pengetahuan Produk Dependen (Y) Perilaku Memilih Intervening (Z) Sikap terhadap Produk	Ani Nur Faidah, Samsul Anam (2018) Jurnal El-Qist Vol. 08, No. 01, April 2018 ISSN 2252-7907	Pengetahuan produk secara langsung berpengaruh terhadap perilaku memilih. Serta diperkuat dengan adanya sikap memilih produk sebagai variabel intervening.
8.	Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Promosi dan Tingkat Pendapatan Konsumen	Independen (X) 1: Pengetahuan 2: Religiusitas 3: Promosi 4: Tingkat Pendapatan Dependen (Y)	Muhamad Aris Sulistyono (2016) Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas	Variabel tingkat pendapatan mendominasi keputusan konsumen untuk menjadi nasabah bank syariah.

	Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Pada PT. Bank-Negara Indonesia Syariah Kantor Kas FE Condongcatur Yogyakarta)	Keputusan menjadi Nasabah	Islam Indonesia	Diketahui pula jika pengaruh religiusitas berpengaruh signifikan berada dibawah pengaruh tingkat pendapatan.
9.	Analisis faktor-faktor yang Mempengaruhi Nasabah (Mahasiswa) dalam memilih Menabung di Bank Syariah	Independen (X) 1: Pengetahuan 2: Religiusitas 3: Produk 4: Reputasi 5: Pelayanan Dependen (Y) Keputusan Menabung	A. Abhimantra, dkk, (2013) Jurnal Proceeding PESAT (Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitektur & Teknik Sipil) Vol. 5 ISSN: 1858-2559	Semua variabel memiliki pengaruh positif terhadap keputusan memilih menabung di Bank Syariah, meskipun tidak signifikan.
10.	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Berhubungan Dengan Bank	Independen (X) 1: Agama 2: Pekerjaan 3: Tingkat Pendapatan 4: Tingkat Penguasaan	Neng Kamarni, SE, M.Si. (2012) Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Volume 3,	Semua variabel berpengaruh positif terhadap minat masyarakat dalam berhubungan dengan bank

	Syariah Di Kota Padang	5: Pengetahuan tentang keberadaan bank Syariah 6: Preferensi terhadap Bank Syariah 7: Pengetahuan Produk dan Mekanisme Bank Syariah Dependen (Y) Minat Masyarakat	Nomor 1, Januari 2012	syariah di Kota Padang, kecuali variabel agama, pengetahuan tentang keberadaan bank dan pengetahuan produk dan mekanisme bank syariah tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat.
11.	Pengaruh Kelompok Acuan, Religiusitas, Promosi Dan Pengetahuan Tentang Lembaga Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung Di Koperasi Jasa Keuangan Syariah (Studi Kasus Pada BMT TAMZIS Wonosobo)	Independen (X) 1: Kelompok Acuan 2: Religiusitas 3: Promosi 4: Pengetahuan Depeden (Y) Minat Menabung	Kristiyadi, Sri Hartiyah (2017) Jurnal Ekonomi dan Teknik Informatika Volume 5 Nomor 9 Edisi Februari 2016	Variabel pengetahuan berpengaruh positif, signifikan dan secara dominan terhadap minat menabung. Sedangkan variable kelompok acuan, religiusitas dan promosi tidak signifikan terhadap minat menabung anggota di BMT Tamzis Baituttanwil.

12.	Pengaruh Perubahan Bank Umum Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Aceh Syariah Pada Masyarakat Kabupaten Aceh Tenggara	Independen(X) 1: Agama 2: Ekonomi 3: Informasi Dependen (Y) Minat Menabung	Asra Idriyanssyah Purba (2017) HUMAN FALAH: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, Volume 4 Nomor 1. Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Gunung Leuser Kutacane	Terdapat pengaruh yang erat antara Agama, Ekonomi dan Informasi dengan minat menabung. Ekonomi menjadi variabel yang paling berpengaruh.
13.	Pengaruh Tingkat Religiusitas Dan Disposable Income Mahasiswa Fakultas Syariah Unisba Terhadap Minat Menabung Di Bank BRI Syariah Kantor Kas Unisba	Independen(X) 1: Tingkat Religiusitas 2: Disposable Income Dependen (Y) Minat Menabung	N Triana, dkk (2016) Jurnal Prosiding Keuangan Dan Perbankan Syariah ISSN: 2460-2159	Tingkat Religiusitas dan Disposable Income Mahasiswa Fakultas Syariah Unisba Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Minat Menabung di Bank BRI Syariah Kantor Kas Unisba Baik Secara Parsial Maupun Secara

				Simultan.
14.	Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang Pada Bank Syariah	Independen(X) 1: Religiusitas 2: Pengetahuan 3: Kualitas Produk 4: Kualitas Pelayanan Dependen (Y) Preferensi Menabung	Fadhilatul Hasanah (2019) BALANCE: Jurnal Akuntansi Dan Bisnis, Volume 4 Nomor 1. Magister Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang	Religiusitas berpengaruh dan signifikan terhadap preferensi menabung mahasiswa UMP pada Bank Syariah. Sedangkan pengetahuan, kualitas Produk, kualitas pelayanan tidak terdapat pengaruh signifikan.
15.	Pengaruh Religiusitas, Produk Bank, Kepercayaan, Pengetahuan, Dan Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Pada Perbankan Syariah	Independen (X) 1: Religiusitas 2: Produk Bank 3: Kepercayaan 4: Pengetahuan 5: Pelayanan Dependen (Y) Preferensi Menabung	Alfi Mulikhah Lestari (2015) JURNAL ILMIAH Mahasiswa Universitas Brawijaya	Seluruh variabel berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Preferensi Menabung Pada Perbankan Syariah.

	(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang)			
16.	Analisis Faktor-Faktor Preferensi Mahasiswa terhadap Perbankan Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa Ilmu Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)	Independen (X) 1: Agama 2: Biaya 3: Manfaat 4: Fasilitas 5: Pengetahuan Dependen (Y) Preferensi Mahasiswa terhadap Perbankan Syariah	Ayif Fathurrahman, Umi Azizah (2018) Jurnal Ihtifaz Vol.1, No 1&2, Juni-Desember 2018, pp. 99-121 ISSN P:2622-4755 E: 2622 4798.	Agama atau keyakinan, fasilitas, dan pengetahuan berpengaruh positif terhadap tingkat preferensi mahasiswa Jurusan Ekonomi di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta terhadap Perbankan Syariah.

2.4 HIPOTESIS PENELITIAN

2.4.1 Pengaruh Pengetahuan terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah

Pengetahuan atau kognitif menurut Soekidjo Notoatmodjo (2007:144) dalam Syahriyal (2018), ialah domain yang terpenting dalam membentuk tingkahlaku seseorang (*overt behaviour*). Pendapat itu selaras pada *Theory of Planned Behavior* (TPB) oleh Ajzen (2005) mengemukakan pengetahuan ialah salah satu unsur pondasi (informasi) yakni *knowledge* yang bisa

berpengaruh terhadap tindakan atau tingkah laku individu. Terdapat pada kategori unsur pondasi (informasi) yaitu *knowledge* maka berarti jika pengetahuan individu yang dipunyai tinggi hal tersebut dapat memikat individu untuk menabung di Bank Syariah.

Pengaruh Pengetahuan terhadap keputusan nasabah menabung didukung oleh penelitian Syahriyal (2018) pengetahuan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung nasabah. Kemudian penelitian yang dilakukan Tiara (2017) Pengetahuan berpengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah BRISyariah KCP Magelang menabung di perbankan syariah Sehingga Semakin banyak pengetahuan nasabah tentang perbankan syariah maka dapat menambah intensitas menabung di perbankan syariah. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Hasna (2019) bahwa pengetahuan produk perbankan syariah berpengaruh positif terhadap keputusan menabung di bank syariah pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Dan penelitian Parastika (2021) memiliki kesimpulan bahwa pengetahuan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung nasabah.

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut;

H1= Ada pengaruh signifikan pengetahuan bank syariah terhadap keputusan menabung pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Angkatan 2018

2.4.2 Pengaruh Religiusitas terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah

SET menarangkan bahwasanya Allah SWT selaku sentra utama seluruh sesuatu serta sebagai sentra utama tempat kembalinya manusia serta dunia dan seisinya. Manusia berfungsi selaku wakil-Nya (*khalifatul fil ardh*) yang mempunyai konsekuensi guna mematuhi seluruh hukum dari Allah SWT dalam membawakan misi menciptakan serta menyalurkan kejayaan untuk manusia serta alam. Seseorang lebih condong memilah ataupun mempunyai minat terhadap pelayanan bank yang menjalankan syariat islam. Sepertiyang

sudah terungkap di atas bahwasanya Perbankan Syariah merupakan bank yang menggunakan hukum islam pada pelaksanaan bisnisnya.

Pengaruh Religiusitas terhadap keputusan nasabah menabung didukung penelitian Muhamad Aris Sulistyono (2016) menunjukkan bahwa variabel religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan kosumen untuk menjadi nasabah bank syariah. Penelitian yang dilakukan Tiara (2017) menyimpulkan bahwa Religiusitas berpengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah BRISyariah KCP Magelang menabung di perbankan syariah. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Hasna (2019) bahwa tingkat religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung di bank syariah pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Dan penelitian Parastika (2021) menyimpulkan bahwa religiusitas nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung nasabah.

Dari hasil penelitian di atas, maka penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut;

H2= Ada pengaruh signifikan tingkat religiusitas terhadap keputusan menabung pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Angkatan 2018

2.4.3 Pengaruh Minat Menabung terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah

Minat(*intention*) pada *Theory of Planned Behavior*(TPB) oleh Ajzen (2005) ialah unsur yang bisa pengaruhi aksi berikutnya. Pada prinsipnya minat berasal dari terdapatnya energi yang besar pada diri seseorang guna mengadakan apa yang diinginkan. Sebaliknya, minat menabung ialah kemauan yang mendesak seseorang guna melaksanakan aktivitas menaruh uangnya di bank guna memenuhi kebutuhan untuk masa mendatang yang dilaksanakan dengan sadar, bukan terpaksa, serta perasaan bahagia.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Syahriyal (2018) menunjukkan hasil bahwa minat menabung berpengaruh terhadap keputusan menabung dikarenakan pengaruh langsung lebih kecil dari pengaruh tidak langsung yang

melalui variabel mediating yaitu variabel minat menabung, sehingga variabel menabung disebut juga dengan variabel partial intervening. Dikatakan partial intervening, karena variabel ini memperkecil pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent.

Pengaruh minat menabung terhadap keputusan menabung didukung oleh penelitian Parastika (2021) yang menyimpulkan bahwa ada pengaruh secara parsial serta positif signifikan keputusan terhadap minat menabung.

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut;

H3= Ada pengaruh signifikan minat menabung terhadap keputusan menabung pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Angkatan 2018

2.4.4 Pengaruh Pengetahuan terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah

Theory of Planned Behavior (TPB) yang dikembangkan oleh Ajzen (2005) menerangkan pengetahuan ialah salah satu unsur pondasi (informasi) yang bisa pengaruhi sikap ataupun aksi seorang. Tercantum dalam jenis *knowledge* serta *control belief* bisa dimaksud jika apabila pengetahuan yang dipunyai seorang besar hingga bisa mengendalikan aksi yang hendak dicoba berikutnya.

Pengetahuan yang tinggi adalah salah satu faktor yang dapat memberikan pengaruh terhadap minat. Pengetahuan cenderung mengarah pada pemahaman, dengan pemahaman yang baik akan mampu mengukur besarnya manfaat yang diperoleh, maka akan lebih mudah dalam memilih dan mempertimbangkan keputusan. Kristiyadi (2017, 46).

Pengaruh Pengetahuan terhadap minat menabung didukung oleh Penelitian yang dilakukan oleh Kristiyadi, Sri Hartiyah (2017) menunjukkan bahwa pengetahuan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung anggota di BMT Tamzis Baituttanwil. Selanjutnya penelitian yang dilakukan Prasati (2020) Pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah pada mahasiswa

Fakultas Ekonomi UNNES tahun angkatan 2017. Dan penelitian yang dilakukan Parastika (2021) menyimpulkan bahwa pengetahuan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah.

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut;

H4= Ada pengaruh signifikan pengetahuan bank syariah terhadap minat menabung pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Angkatan 2018

2.4.5 Pengaruh Religiusitas terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah

Asmaun Sahlan (2011) dalam Triana (2016, 530) tingkatan keyakinan keagamaan pribadi dapat tercermin dalam berbagai hal dalam kehidupan. Karena aktivitas keagamaan tidak hanya terjadi ketika seseorang melakukan tindakan ritual (ibadah), tetapi juga ketika aktivitas lain yang didorong oleh kekuatan magis dilakukan. Dan itu tidak hanya berkaitan dengan aktivitas yang terlihat dan dapat dilihat dengan mata, tetapi juga terkait dengan aktivitas yang tidak terlihat oleh orang dan terjadi..

Pengaruh Religiusitas terhadap minat menabung didukung oleh Penelitian yang diarahkan N Triana, dkk (2016) menyimpulkan religiusitas nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah. Selanjutnya penelitian yang dilakukan Asra Idriyanssyah (Purba, 2017) hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor agama berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat di Bank Aceh syariah ini artinya variabel faktor agama memiliki pengaruh yang erat dengan variabel minat menabung, dan Kemudian penelitian yang diarahkan Parastika (2021) menyimpulkan bahwa religiusitas nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah.

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut;

H5= Ada pengaruh signifikan tingkat religiusitas terhadap minat menabung pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Angkatan 2018

2.4.6 Pengaruh Pengetahuan terhadap Keputusan Menabung Melalui Minat Menabung di Bank Syariah

(Hasanah, 2019) Dalam hal ini pengetahuan nasabah meliputi seluruh informasi yang dimiliki nasabah tentang berbagai produk dan jasa, serta pengetahuan lain yang berkaitan dengan fungsinya sebagai nasabah, khususnya pengetahuan tentang bank syariah. Jika tidak tahu banyak mengenai bank syariah, maka pandangan dan kehendak untuk menjadi nasabah bank syariah pasti rendah. Pandangan ini sesuai dengan *Planned Behavior Theory* (TPB) (2005) dari Ajzen yang menyatakan bahwa pengetahuan ialah salah satu unsur yang melatarbelakangi (informasi), yakni pengetahuan yang dapat berpengaruh pada tindakan atau tingkahlaku seseorang.

Minat menabung di Bank Syariah bisa muncul ketika diiringi dengan pengetahuan mengenai bank syariah yang besar. Mahasiswa FEBI UIN Walisongo mempunyai ciri-ciri tersebut, sebab sudah mendapat bermacam perkuliahan yang bersangkutan dengan bank syariah. Perkuliahan yang didapat seperti akad muamalah klasik, akad muamalah kontemporer, pengantar perbankan, hukum perbankan serta lembaga keuangan non bank dapat menolong mahasiswa dalam memahami bank syariah secara rinci. Dengan pengetahuan tersebut mahasiswa diharapkan mampu mengaplikasikan teori yang sudah diajarkan dalam kehidupan sehari-hari. Salah satunya yaitu memanfaatkan produk perbankan syariah yakni tabungan. Dengan adanya pengetahuan bank syariah yang besar sehingga dapat mempengaruhi minat mahasiswa dalam menabung di Bank Syariah. Apabila minat menabung di Bank Syariah besar, maka keputusan menabung di Bank Syariah juga besar.

Pengaruh Pengetahuan terhadap keputusan menabung melalui minat menabung di Bank Syariah didukung oleh Penelitian yang dilakukan oleh Syariyal (2018) menyatakan minat menabung sebagai variabel intervening dapat memperkuat hubungan antara pengetahuan dengan keputusan menabung di Bank Syariah. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh

Parastika (2021) yang menyimpulkan bahwa pengetahuan secara langsung berpengaruh terhadap keputusan menabung, serta diperkuat dengan adanya minat menabung sebagai variabel intervening. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Ani Nur Faidah (2018) menunjukkan hasil bahwa Pengetahuan produk secara langsung berpengaruh terhadap perilaku memilih, serta diperkuat dengan adanya sikap memilih produk sebagai variabel intervening.

Berdasarkan uraian di atas, kesimpulannya adalah minat menabung bisa dijadikan variabel intervening yang memediasi variabel pengetahuan bank syariah terhadap keputusan untuk menabung di bank syariah. Semakin tinggi pengetahuan bank syariah dan minat menabung di bank syariah, maka semakin tinggi pula keputusan untuk menabung di bank syariah. Di sisi lain, jika pengetahuan seseorang tentang bank syariah dan minat seseorang untuk menabung rendah, maka akan mengurangi keputusan untuk menabung di bank syariah. Berdasarkan penjelasan di atas, maka hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut;

H6= Ada pengaruh signifikan pengetahuan bank syariah terhadap keputusan menabung melalui minat menabung pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Angkatan 2018

2.4.7 Pengaruh Religiusitas terhadap Keputusan Menabung Melalui Minat Menabung Di Bank Syariah

(Hasanah, 2019) Tingkatan keyakinan agama adalah dengan menghindari riba, dan faktor utama bagi pelanggan untuk menjaga hubungan dengan bank syariah adalah mereka mematuhi prinsip-prinsip hukum Syariah. Nasabah memutuskan untuk mempertahankan bank syariah terkait dengan keyakinan dan keyakinan umat Islam bahwa rentenir dilarang, dan faktor rasional seperti pemahaman nasabah tentang pengetahuan, kualitas produk, dan kualitas layanan merupakan faktor yang mempengaruhi preferensi nasabah ketika memilih bank syariah. Triyuwono (2006) menunjukkan bahwa dalam teori korporasi Syariah, hal terpenting yang harus didukung oleh setiap penentuan konseptual ialah Allah SWT sebagai pencipta

dan pemilik tunggal dari semua sumber daya di dunia ini. Jadikan manusia melakukan segala kebaikan, hanya mengharapkan keridhaan dan rahmat Allah.

Seluruh mahasiswa FEBI UIN Walisongo beragama Islam. UIN Walisongo mewajibkan mahasiswa menempuh mata kuliah umum agama Islam. Selain itu terdapat banyak organisasi Islam baik di tingkat fakultas maupun universitas yang dapat diikuti oleh mahasiswa untuk meningkatkan religiusitas atau pengetahuan tentang keislaman. Semakin tinggi tingkat religiusitas dan minat yang dimiliki mahasiswa maka akan mempengaruhi keputusan mereka untuk menabung di Bank Syariah.

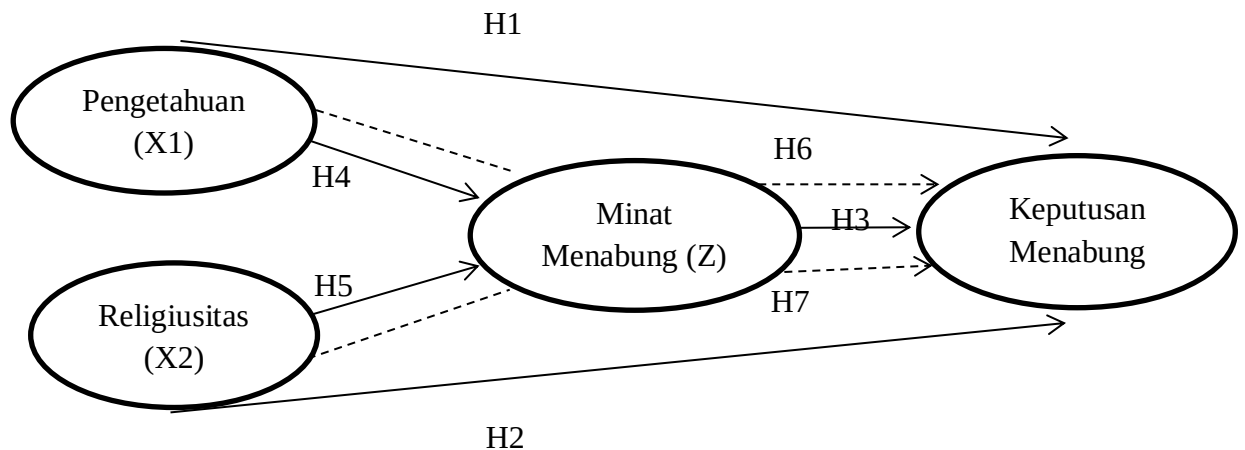
Pengaruh Religiusitas terhadap keputusan menabung melalui minat menabung di Bank Syariah didukung oleh Penelitian yang dilakukan oleh Parastika (2021) menyimpulkan bahwa religiusitas memiliki pengaruh positif dan signifikan. Religiusitas secara langsung mempengaruhi keputusan untuk menabung. Hal ini diperkuat dengan minat menabung sebagai variabel intervensi.

Dari uraian di atas, maka disimpulkan bahwa minat menabung dapat dijadikan variabel intervening yang memediasi variabel tingkat religiusitas terhadap keputusan untuk menabung di bank syariah. Semakin tinggi tingkat religiusitas serta minat menabung di bank syariah, maka semakin tinggi pula keputusan untuk menabung di bank syariah. Di sisi lain, bila tingkat religiusitas seseorang tentang bank syariah dan minat seseorang untuk menabung rendah, maka akan mengurangi keputusan untuk menabung di bank syariah. Berdasarkan penjelasan di atas, maka hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut;

H7= Ada pengaruh signifikan tingkat religiusitas terhadap keputusan menabung melalui minat menabung pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Angkatan 2018

2.5 KERANGKA PENELITIAN

Berdasarkan hasil analisa penelitian terdahulu serta uraian teori tentang masing-masing variabel, maka dirumuskan suatu kerangka penelitian sebagai berikut :



Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir

Keterangan:

—————> : Pengaruh langsung

- - - - -> : Pengaruh tidak langsung

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sumber Data Penelitian

3.1.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif karena peneliti ingin menggunakan data serta fakta yang dijumpai di lapangan untuk menindaklanjuti teori serta skema yang sudah dipaparkan dalam bab sebelumnya. Tujuan dari penelitian ini ialah guna mengetahui pengaruh minat menabung sebagai variabel mediasi antara variabel pengetahuan serta religiusitas terhadap keputusan menabung di bank syariah pada Mahasiswa FEBI UIN Walisongo Angkatan 2018.

Penelitian ini dilakukan di UIN Walisongo, salah satu universitas yang mengajarkan ilmu di bidang ekonomi syariah yang lebih luas dari kampus-kampus lain di Kota Semarang, dan mengajarkan mahasiswa mata kuliah lembaga keuangan syariah dan perbankan syariah. Berpartisipasi pada program studi Perbankan Syariah, Ekonomi Syariah, Akuntansi Syariah dan Manajemen akan memungkinkan mereka untuk lebih mampu memahami perbankan syariah. Dengan demikian, mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Walisongo memiliki pengetahuan tentang bank syariah dan religiusitas yang lebih baik dibandingkan mahasiswa kampus lainnya. Penelitian dilakukan pada Juli 2021-selesai.

3.1.2 Sumber Data

3.1.2.1 Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diproses oleh suatu organisasi atau orang langsung dari objeknya. Pengumpulan data secara khusus digunakan untuk memecahkan masalah penelitian yang diteliti, Hendryadi (2015, 171). Dalam penelitian ini adalah menggunakan data primer

yaitu data yang didapat berdasarkan hasil kuisioner yang dibagikan kepada narasumber.

3.1.2.2 Data Sekunder

Data sekunder mengacu pada data yang diperoleh dalam bentuk produk jadi yang telah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya dalam bentuk publikasi. Jenis data ini telah dikumpulkan oleh pihak lain untuk tujuan tertentu, dan tujuan tersebut tidak secara khusus digunakan untuk penelitian yang saat ini sedang dilakukan oleh peneliti, Hendryadi (2015, 171). Dalam penelitian ini data sekunder yang digunakan yaitu buku, jurnal, skripsi dan internet.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi Penelitian

Populasi mengacu menurut sekelompok individu maupun hal-hal yang memiliki kemiripan dalam satu maupun lebih hal yang menjadi masalah utama pada suatu penelitian, Muhammad (2008, 161). Penelitian ini melibatkan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo yang meliputi program studi Ekonomi Syariah, S1 Perbankan Syariah, Akuntansi Syariah dan Manajemen, dengan jumlah mahasiswa sebanyak 486 orang.

3.2.2 Sampel Penelitian

Sampel ialah sebagian atau sejumlah cuplikan tertentu yang diambil dari suatu populasi dan diteliti secara rinci, Muhamad (2008, 162). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* dengan *purposive sampling* yaitu memilih orang-orang yang terseleksi oleh peneliti berdasarkan karakteristik spesifik dimiliki sampel tersebut yang dipandang mempunyai sangkut paut dengan ciri-ciri atau sifat-sifat populasi yang sudah diketahui sebelumnya, Muhamad (2008, 175). Dalam penelitian ini penulis mengevaluasi mahasiswa yang sudah

memiliki rekening bank syariah serta telah menyelesaikan mata kuliah lembaga keuangan syariah.

Menurut Slovin dalam Muhamad (2008), guna memilih ukuran sampel, didapat melalui rumus:

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

di mana:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

E = persen kelonggaran karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan, 10%.

Jadi sampel yang diteliti berjumlah 83 Mahasiswa dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{486}{1 + (486 \times 0,1^2)} = \frac{486}{1 + 4,86} = \frac{486}{5,86} = 82,94 = \text{dibulatkan menjadi } 83$$

3.3 Metode Pengumpulan Data

3.3.1 Angket/ Kuesioner

Angket/ kuesioner ialah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan serangkaian pernyataan maupun pertanyaan kepada orang lain yang dijawab dengan menggunakan mereka sebagai responden, Hendryadi (2015, 173). Pada penelitian ini menggunakan angket/kuesioner yang disebarakan melalui Google Form.

3.3.2 Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan ialah metode pengumpulan data dengan melalui cara meneliti jurnal, buku, artikel, majalah, dan laporan-laporan yang berhubungan dengan penelitian ini.

3.4 Variabel dan Definisi Operasional Penelitian

3.4.1 Variabel Penelitian

3.4.1.1 Variabel Independen

Variabel bebas atau variable independen adalah variable stimulus atau variable yang mempengaruhi variable lain, biasanya dinotasikan dengan huruf X. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen, antara lain: Pengetahuan (X1) dan Religiusitas (X2).

3.4.1.2 Variabel Intervening

Variabel intervening/mediasi atau sering juga disebut sebagai variabel proses adalah variabel yang mempengaruhi hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat menjadi hubungan yang tidak langsung. Variabel ini merupakan variabel penyela atau berada diantara variabel bebas dan variabel terikat sehingga variabel bebas tidak secara langsung mempengaruhi perubahan atau bentuk variabel terikat. Dalam penelitian ini minat menabung sebagai variabel intervening.

3.4.1.3 Variabel Dependen

Variabel terikat atau variable dependen adalah variable yang memberikan reaksi atau respons jika dihubungkan dengan variable bebas, biasa dinotasikan dengan Y. Dalam penelitian ini keputusan menabung sebagai variabel terikat atau variabel dependen.

3.4.2 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3. 1
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator
1.	Pengetahuan (X1)	Pengetahuan konsumen dapat diartikan sebagai informasi yang tersedia bagi konsumen tentang berbagai produk dan layanan, serta pengetahuan lain yang terkait dengan produk dan layanan tersebut, dan informasi dan pengetahuan yang terkait dengan fungsi sebagai konsumen.	Sumarwan (2014) 1. Pengetahuan produk 2. Pengetahuan pembelian 3. Pengetahuan pemakaian

2.	Religiusitas (X2)	Tindakan mengekspresikan ajaran agama melalui perilaku ritual ibadah dan sosial kemasyarakatan. Dalam hal ini tabungan merupakan fungsi dari religiusitas yang tercermin dalam perilaku konsumsi di mana pengeluaran demi Allah dianggap sebagai tabungan.	Glock dan Star dalam Ancok dan Suroso (2000) 1. Dimensi Keyakinan (Ideologi) 2. Dimensi Praktik Agama (Ritualistik) 3. Dimensi Pengalaman (Eksperiensial) 4. Dimensi Pengetahuan Agama (Intelektual) 5. Dimensi Pengamalan (Konsekuensial)
3.	Minat Menabung (Z)	Keinginan yang didorong oleh suatu keinginan setelah melihat, mengamati, dan membandingkan serta mempertimbangkan dengan kebutuhan yang diinginkannya.	Lucas dan Britt (2003) dalam Magfiroh (2018) 1. Perhatian (Attention) 2. Ketertarikan (Interest) 3. Keinginan (Disire) 4. Keyakinan (Conviction)
4.	Keputusan Menabung (Y)	Suatu hasil dari proses penelusuran, identifikasi, dan evaluasi masalah perbankan, yang membawa pada suatu tindakan memilih satu di antara beberapa alternatif yang tersedia.	Kotler (2002) 1. Pengenalan kebutuhan 2. Pencarian informasi 3. Evaluasi alternatif 4. Keputusan pembelian 5. Perilaku pasca pembelian

3.5 Pengukuran

Pada penelitian ini digunakan skala Likert, yakni skala yang memberikan jawaban singkat mulai dari “sangat tidak setuju” hingga “sangat setuju” tentang sikap, emosi, peristiwa, atau pernyataan seseorang pada

alat/kuesioner. Interval skala Likert yang digunakan menunjukkan skor sebagai berikut:

Tabel 3. 2
Interval Skala Likert

No	Item	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Uji Instrumen Penelitian

3.6.1.1 Uji Validitas

Menurut Ghozali (2013:52) uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu pengukuran dikatakan valid jika pertanyaan kuesioner dapat menunjukkan apa yang hendak diukur dalam kuesioner tersebut. Untuk mengukur validitas, hal ini dapat dilakukan dengan mengkorelasikan skor item pertanyaan dengan skor keseluruhan konstruk atau variabel. Sedangkan untuk mengetahui valid atau tidaknya skor setiap elemen pertanyaan, ditetapkan kriteria statistik sebagai berikut:

- a) Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ (pada taraf signifikansi $\alpha = 0,05$), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut valid.
- b) Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ (pada taraf signifikansi $\alpha = 0,05$), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut tidak valid.

3.6.1.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat guna mengukur kuesioner yang memperlihatkan indikator dari suatu variabel atau komposisi. Kuesioner dianggap andal atau reliabel bila tanggapan seseorang pada pernyataan itu konsisten serta dapat diandalkan dari waktu ke waktu. Reliabilitas diukur menggunakan uji statistik Cronbach Alpha(α). Sebuah konfigurasi variabel dianggap reliabel bila mendapatkan nilai Cronbach alpha $> 0,70$ (Ghozali, 2013: 47).

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

3.6.2.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2013:160), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah residual confounding variable suatu model regresi berdistribusi normal. Sebagaimana yang diketahui, uji-F serta uji-T memproposisikan bahwa nilai-nilai residual berdistribusi normal. Metode yang digunakan guna menentukan bagaimana selebihnya normal menggunakan analisis grafis dan pengujian statistik. Pengujian normalitas data dilaksanakan melalui kriteria sebagai berikut:

- a) Jika signifikansinya lebih besar dari 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa sebaran residual pada data penelitian adalah normal.
- b) Jika signifikansinya lebih kecil dari 0.05, kita dapat menyimpulkan bahwa distribusi data residual penelitian tidak normal.

3.6.2.2 Uji Multikolonearitas

Maksud uji multikolinearitas ialah guna menguji bagaimana model regresi menemukan korelasi antar variabel bebas. Bila terdapat korelasi, disebut masalah multikolinearitas. Dalam model regresi yang baik, tidak diperbolehkan terdapat korelasi antar variabel bebas. Ketika variabel bebas dikorelasikan, mereka tidak ortogonal. Variabel ortogonal ialah variabel bebas yang korelasi antar variabel bebasnya adalah 0. Pedoman suatu model Regresi yang bebas multikol adalah mempunyai nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) < 10 dan mempunyai angka *Tolerance* $> 0,10$ (Ghozali, 2013: 105-106).

3.6.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan dengan residual satu pengamatan dalam model regresi. Bila varian residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, dikatakan Homoskedastisitas bila tidak dikatakan heteroskedastisitas. Model regresi nan baik ialah yang Homoskedastisitas (Ghozali, 2013: 139).

3.6.3 Uji Kelayakan Model

3.6.3.1 Koefisien Determinasi (R^2)

Pada dasarnya Koefisien determinasi (R^2) ialah ukuran seberapa baik model dapat menjelaskan variasi pada variabel dependen. Nilai koefisien determinasi ada antara 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel bebas untuk menunjukkan variabel terikat sangat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel bebas menyediakan hampir semua informasi yang dibutuhkan guna memprediksi perubahan variabel terikat (Ghozali, 2013:97).

3.6.3.2 Uji Statistik F (Uji Simultan)

Uji -F utamanya menjelaskan apakah variabel bebas yang dimasukkan pada model memiliki pengaruh bersama terhadap variabel terikat/terkait (Ghozali, 2013: 98). Guna menguji kelayakan model penelitian ini digunakan Uji Anova (uji F) melalui ciri-ciri sebagai berikut:

- a) Jika nilai F hitung $>$ F tabel atau nilai signifikansi $<$ 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel independen yang diuji merupakan variabel yang tepat dalam memprediksi variabel dependen
- b) Jika nilai F hitung $<$ F tabel atau nilai signifikansi $>$ 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel independen yang diuji merupakan variabel yang tidak tepat dalam memprediksi variabel dependen

3.6.4 Uji Hipotesis

3.6.4.1 Uji Statistik T (Uji Parsial)

Uji -t utamanya menjelaskan seberapa kuat dampak satu variabel independen secara individual saat menunjukkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2013: 98). Ciri-ciri untuk menentukan uji-T ialah pada saat sig. kurang dari 0.05 atau sama dengan 0.05 sehingga dikatakan bahwa suatu variabel independen dapat dikatakan berpengaruh terhadap variabel dependen secara individual (Ghozali, 2013: 99).

3.6.4.2 Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Analisis jalur digunakan memverifikasi pengaruh variabel intervening. Analisis jalur adalah perpanjangan analisis regresi linier berganda, dengan kata lain analisis jalur ialah penerapan analisis regresi guna mengevaluasi hubungan sebab akibat antara variabel (*model casual*) yang sebelumnya ditentukan menurut teori. Analisis jalur tidak dapat memastikan kausalitas serta tidak dapat digunakan sebagai pengganti peneliti guna mengidentifikasi hubungan kausal antar variabel. Hubungan kausal antara variabel dibangun dengan menggunakan model teoritis. Yang dapat dilakukan analisis jalur hanyalah mendefinisikan model hubungan antara 3 variabel ataupun lebih serta tidak dapat digunakan untuk mengkonfirmasi atau menolak hipotesis kausalitas imajiner (Ghozali, 2013: 249). Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1) MODEL 1

- a. Untuk mengetahui *variance* dari model regresi model 1 maka digunakan rumus sebagai berikut:

$$e1 = \sqrt{1 - R^2}$$

$$e1 = \sqrt{1 - 0,246}$$

$$e1 = 0,863$$

- b. Dapat disusun persamaan struktur regresi model 1 sebagai berikut:

$$MM = \beta_1 P + \beta_2 R + e1$$

$$MM = 0,129 P + 0,419 R + e1$$

2) MODEL 2

- a. Untuk mengetahui *variance* dari model regresi model 2 maka digunakan rumus sebagai berikut:

$$e2 = \sqrt{1 - R^2}$$

$$e2 = \sqrt{1 - 0,675}$$

$$e2 = 0,570$$

- b. dapat disusun persamaan struktur regresi model 2 sebagai berikut:

$$KM = \beta3 P + \beta4 R + \beta5 MM + e2$$

$$KM = -0,028 P + 0,153 R + 0,747 MM + e2$$

Dengan demikian, persamaan regresi di atas dapat disimpulkan sebagai berikut:

$$MM = 0,129 P + 0,419 R + e1 \dots\dots\dots(1)$$

$$KM = -0.028 P + 0,153 R + 0,747 MM + e2 \dots\dots\dots(2)$$

3.6.5 Alat Analisis

Penelitian ini dapat dengan mudah diterapkan pada sistem statistik IBM SPSS versi 23 SPSS karena bersifat kuantitatif, yaitu data dapat dinyatakan secara numerik. Pemrosesan Data dengan Aplikasi Statistik IBM SPSS Versi 23 SPSS adalah program komputer yang mendukung pemrosesan data statistik yang cepat dan akurat serta membantu pengambil keputusan untuk mencapai berbagai hasil yang diinginkan. Statistik SPSS IBM sangat berguna untuk olah data hingga mendapat hasil yang diperoleh dapat diperhitungkan dan dipercaya.

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Sejarah Singkat UIN WALISONGO

Sejak 19 Desember 2014 Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo yang sebelumnya adalah Institut Agama Islam Negeri Walisongo (IAIN) resmi didirikan sesuai dengan Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia (KHM Dachlan) Nomor 30 dan 31 Tahun 1970 pada tanggal 6 April 1970. Menjelang awal berdirinya, Perguruan Tinggi Agama Islam terdiri dari 5 sumber daya yang tersebar di berbagai daerah perkotaan di Jawa Tengah, tepatnya Fakultas Syariah di Bumiayu, Fakultas Dakwah di Semarang, Fakultas Syariah di Demak, Fakultas Tarbiyah di Salatiga, dan Fakultas Usuluddin di Kudus. Bagaimanapun juga, pemikiran dan ikhtiar ujung tombaknya telah dilakukan mulai sekitar tahun 1963, dengan berdirinya sumber-sumber agama Islam di berbagai daerah, yang dilakukan secara teratur agar para ulama menjadi agen perintis yang tegas dan pejabat santri.

Realitasnya tidak bisa dilepaskan dari kepentingan Kelompok Santri di Jawa Tengah yang perlu menjalankan sebuah paguyuban pendidikan lanjutan sebagai media edukatif Pesantren nantinya. Keadaan saat ini karena Jawa Tengah merupakan daerah dengan basic pesantren yang sangat besar. Dengan demikian, dalam satu bidang, yayasan pendidikan maju harus memiliki pilihan untuk menempatkan diri sebagai pengganti adat pesantren dan lebih jauh lagi organisasi pendidikan maju yang lengkap penyebaran logisnya, sangat mirip dengan perguruan tinggi. Saat ini UIN Walisongo Semarang terdiri dari 8 sumber daya, tepatnya: Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Fakultas Syariah dan Hukum, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Fakultas Usuluddin dan Ilmu Budaya, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Fakultas Ilmu Pengetahuan dan Teknologi, Fakultas Psikologi dan Kesehatan,

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Saat ini Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam terdiri dari 5 Jurusan, antara lain:

- 1) D3 Perbankan Syariah (PBS)
- 2) S1 Ekonomi Islam (EI)
- 3) S1 Perbankan Syariah (PBAS)
- 4) S1 Akuntansi Syariah (AKS)
- 5) S1 Manajemen (MNJ)

4.1.2 Sejarah FEBI UIN WALISONGO

Masalah ekonomi rakyat seperti kemiskinan, pengangguran dan ketimpangan ekonomi yang semakin meningkat belum juga tertangani. Beberapa telah muncul tentang konsep teoritis dan praktis dari teori ekonomi konvensional di mana pemahaman neoklasik mendominasi kemunculannya dalam studi ekonomi. Namun, seolah mengejar, masalah ekonomi menjadi semakin kompleks dan terus berkembang seiring dengan berkembangnya studi ekonomi tersebut. Situasi ini menyebabkan semacam keputusan bagi ekonomi kapitalis tradisional dengan pernyataan bahwa ekonomi sudah mati. Murasa Sarkaniputra memperkuat argumen ini dengan menerbitkan berbagai tulisan para ekonom dari awal 1940-an, dimulai dengan buku Joseph Schumpeter *Capitalism, Socialism and Democracy*, diikuti oleh generasi berikutnya seperti Daniel Bell dan Irving Kristol, *The Crisis in Economic Theory*, Mahbub Ul Haq dengan bukunya *the Poverty Curtain: Choice for the Third World*, Michael P. Todaro dalam *Economic Development in the Third World*, Umar Vadillo dalam *The Ends of Economy: An Islamic Critique of Economics*, dll. disebutkan bahwa. Secara umum, harapan terhadap teori baru difokuskan pada pembahasan sistem ekonomi dengan teori baru, dalam hal ini khazanah ekonomi Islam.

Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang memiliki komitmen pendidikan moral untuk mengusulkan kerangka moneter syariah sebagai andalan perekonomian Indonesia Baru untuk menggantikan kerangka keuangan biasa yang telah lalai membangun perekonomian Indonesia.

Komitmen untuk mengusulkan kerangka keuangan dan bisnis syariah tidak terbatas pada asal-usulnya tetapi lebih dari itu pada pelaksanaan mencari aksesibilitas SDM yang cocok untuk membuat interpretasi syariah ke dalam spesialisasi bisnis kerangka moneter daerah.

Fakultas Ekonomi Islam dan Bisnis (FEBI) Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang didirikan pada 13 Desember 2013, diperkenalkan oleh Menteri Agama Republik Indonesia, Dr. Suryadharma Ali.

Berdirinya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dilatar belakangi beberapa pertimbangan sebagai berikut:

- 1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam adalah jalur pendidikan yang aplikatif dan sangat strategis untuk memenuhi kebutuhan bidang ekonomi khususnya sektor perbankan Nasional serta memenuhi tantangan perkembangan dan pengembangan ilmu pengetahuan dan masyarakat modern saat ini dan akan datang.
- 2) Banyaknya bank-bank konvensional yang membuka layanan syariah, disamping tentu telah banyaknya lahir bank-bank syariah baru. Saat ini tercatat beberapa bank umum yang telah membuka pelayanan syariah yakni Bank IFI, Bank Syariah Danamon, BRI Syariah, BCA Syariah, dan lain-lain. Dan tentunya semakin semaraknya masyarakat mendirikan Bank Perkreditan Syariah (BPRS) dan Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) menjadi bukti bahwa sistem perbankan syariah mulai diterima dan bahkan akan menjadi sistem perbankan alternatif. Hal itu menunjukkan bahwa akan terus banyak dibutuhkan dan diperlukan tenaga-tenaga profesional perbankan syariah pada saat ini maupun akan datang.
- 3) Banyaknya lulusan Madrasah Aliyah dan Sekolah Menengah Atas yang suka belajar di perguruan tinggi negeri semata-mata karena keseluruhan perguruan tinggi yang berkonsentrasi pada program terlihat lebih

terbuka, lebih menarik dan menjamin lapangan usaha yang lebih luas. Sejujurnya, baik lulusan MA maupun SMU adalah mata air dasar dari mahasiswa yang direncanakan. Oleh karena itu, suatu kemajuan diharapkan dapat membuka program review lagi di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang lebih relevan serta dijunjung tinggi oleh organisasi ahli administrasi dan pemagangan.

- 4) Kehadiran spesialis perbankan dan moneter syariah semakin dibutuhkan. Hal ini terlihat bahwasannya semakin maraknya bank umum yang membuka administrasi syariah.
- 5) UIN Walisongo terletak di pusat keuangan serta daerah modern yang diliputi oleh berbagai jenis usaha, unit khusus dan lembaga keuangan yang berbeda. Wilayah ini sangat membantu untuk latihan keilmuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pondasi Fakultas Ekonomi Islam dan Bisnis UIN Walisongo telah berubah menjadi sejenis mutualisme yang menguntungkan untuk alam semesta pengajaran dan dunia bisnis.

Sementara itu, tugas utama Fakultas Ekonomi Islam dan Bisnis Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dalam kaitannya dengan pembangunan ekonomi nasional adalah: *Pertama*, luasnya penyerapan tenaga kerja lulusan sektor ekonomi syariah serta sektor bisnis yang berkembang secara dinamis setiap tahunnya. *Kedua*, fakultas secara aktif menginformasikan para penyusun aturan keuangan Islam, terutama yang berkaitan dengan muatan etika dan perlunya prinsip-prinsip Islam. *Dan ketiga*, keberadaan fakultas ini dapat berkontribusi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat di dunia keuangan Islam. Mereka berkarakter dan berbudi luhur karena mereka memelihara semangat Islam dan ilmiah yang layak. Lulusan fakultas ini memiliki latar belakang Islam yang kuat, yang memungkinkan mereka untuk secara khusus menjawab tantangan di bidang ini, menjadikan mereka pembeda utama dari pesaing lainnya. Karakter keislaman tidak hanya diwujudkan dalam muatan keislaman dalam proses pengajarannya, tetapi juga ditunjang dengan perkuliahan keislaman yang

khusus. Hal ini dipertegas dengan kursus aplikasi seperti demonstrasi dan pengembangan ilmu manajemen yang sepenuhnya mendukung nilai-nilai Islam di masyarakat nyata.

4.1.3 Visi, Misi dan Tujuan FEBI UIN WALISONGO

Visi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang adalah: Terdepan dalam pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis Islam berbasis kesatuan ilmu pengetahuan untuk kemanusiaan dan peradaban pada tahun 2038.

Untuk mewujudkan Visi sebagaimana dirumuskan di atas, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang menetapkan Misi sebagai berikut:

- 1) Menyelenggarakan pendidikan ilmu ekonomi dan bisnis Islam yang responsif terhadap kebutuhan masyarakat.
- 2) Menyelenggarakan penelitian dan pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis Islam teoritik dan aplikatif yang mampu menjawab problematika masyarakat.
- 3) Menyelenggarakan rekayasa sosial dan pengabdian masyarakat bidang ekonomi dan bisnis Islam.
- 4) Menggali, mengembangkan dan menerapkan nilai-nilai kearifan lokal bidang ekonomi dan bisnis Islam.
- 5) Menyelenggarakan kerjasama dengan berbagai lembaga dalam skala regional, nasional dan internasional di bidang pendidikan, penelitian, pengabdian masyarakat dan pengembangan sumber daya.
- 6) Menyelenggarakan tata pengelolaan kelembagaan profesional berstandar internasional.

Untuk menunjang demi tercapainya Visi dan Misi sebagaimana disebutkan diatas, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang menetapkan Tujuan sebagai berikut:

- 1) Melahirkan lulusan yang memiliki kapasitas akademik dan profesional bidang ekonomi dan bisnis Islam dengan keluhuran budi yang mampu menerapkan dan mengembangkan kesatuan ilmu pengetahuan.
- 2) Mengembangkan riset dan pengabdian kepada masyarakat bidang ekonomi dan bisnis Islam yang kontributif bagi peningkatan kualitas kehidupan masyarakat dalam beragama, berbangsa dan bernegara.
- 3) Berkontribusi dalam membangun dan memberdayakan ekonomi masyarakat berbasis nilai-nilai Islam di bidang ekonomi dan bisnis.
- 4) Berperan dalam melestarikan dan mengembangkan nilai-nilai luhur budaya ekonomi bangsa sebagai manifestasi integrasi Islam dalam kearifan lokal dalam berekonomi.
- 5) Terbangunnya jaringan yang kokoh, fungsional dan sinergis dengan berbagai pihak dalam rangka pengembangan keilmuan dan kemasyarakatan.
- 6) Terwujudnya tata kelola kelembagaan yang maju, berkualitas dan berdaya saing internasional.

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Analisis Deskriptif Karakteristik Responden

Sekelompok mahasiswa dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang angkatan 2018 dipilih untuk populasi penelitian ini. Disebabkan keterbatasan waktu dan biaya, penulis memilih 83 responden dari sampel 486 siswa. Setiap responden memberikan jawaban atas pertanyaan yang diajukan pada formulir Google.

Tiap responden mempunyai karakteristik yang bermacam-macam. Untuk melakukannya, terlebih dahulu mengelompokkannya sesuai dengan karakteristik spesifik. Penelitian ini menggunakan karakteristik gender dan kurikulum. Dari hasil jawaban responden terhadap data survei yang

dikumpulkan, kesimpulan identifikasi karakteristik responden adalah sebagai berikut.

4.2.1.1 Karakteristik berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4. 1
Karakteristik berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase
Perempuan	61	73,49%
Laki-laki	22	26,51%
Total	83	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Tabel 4.1 menunjukkan bahwa dari 83 responden, sebanyak 61 responden berjenis kelamin perempuan dengan presentase 73,49% dan sisanya responden laki-laki sebanyak 22 berjenis kelamin dengan presentase 26,51%.

4.2.1.2 Karakteristik berdasarkan Program Studi

Responden penelitian ini merupakan 4 program studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Syariah tahun 2018 yaitu: (1) Ekonomi Syariah/Ekonomi Syariah, (2) S1 Perbank Syariah, (3) Akuntansi Syariah, dan (4) Manajemen. Dari total jumlah program studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam terlihat bahwa prodi S1 Perbankan Syariah memiliki jumlah responden terbanyak.

Tabel 4. 2
Karakteristik berdasarkan Program Studi

Program Studi	Jumlah Responden	Presentase
Ekonomi Islam	13	15,66%
S1 Perbankan Syariah	39	46,99%
Akuntansi Syariah	26	31,33%
Manajemen	5	6,02%
Total	83	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Tabel 4.2 menunjukkan bahwasannya dari 83 responden, sebanyak 13 responden mahasiswa jurusan Ekonomi Islam dengan presentase 15,66%, sebanyak 39 responden mahasiswa jurusan S1 Perbankan Syariah dengan presentase 46,99%, sebanyak 26 responden mahasiswa jurusan Akuntansi Syariah dengan presentase 31,33%, dan sebanyak 5 responden mahasiswa jurusan Manajemen dengan presentase 6,02%.

4.2.2 Analisis Deskriptif Tanggapan Responden

Kuesioner yang telah disiapkan dan dibagikan pada responden terdapat 30 pertanyaan serta dibagi menjadi 4 klasifikasi yaitu: Pertama, terdapat 6 item guna menilai efektivitas pengetahuan perbankan syariah (X1). Kedua, terdapat 8 item guna menilai pengaruh religiusitas (X2). Ketiga, terdapat 8 item guna menilai pengaruh minat menabung di Bank Syariah (Z). Keempat, terdapat 8 pertanyaan guna menilai keputusan menabung di Bank Umum Syariah (Y). Deskripsi variabel diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada 83 responden. Tanggapan responden terhadap penyebaran kuesioner ialah sebagai berikut:

4.2.2.1 Variabel Pengetahuan (X1)

Tabel 4. 3
Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden atas Variabel
Pengetahuan Bank Syariah

Soal	Jawaban Responden									
	Skor 1		Skor 2		Skor 3		Skor 4		Skor 5	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
P1					1	1,2%	23	27,7%	59	71,1%
P2			1	1,2%	8	9,6%	38	45,8%	36	43,4%
P3							37	44,6%	46	55,4%
P4					2	2,4%	32	38,6%	49	59,0%
P5			1	1,2%	1	1,2%	29	34,9%	52	62,7%
P6			1	1,2%	10	12,0%	27	32,6%	45	54,2%

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Tabel 4.3 ialah jawaban hasil berdasarkan 83 responden mengenai variabel pengetahuan mengenai Bank Syariah. Pertanyaan 1 *mengetahui tentang larangan riba dalam agama islam*, 1,2% menyatakan kurang setuju, 27,7% menyatakan setuju, 71,1% menyatakan sangat setuju. Pertanyaan 2 *mengetahui produk – produk yang ada di bank syariah*, 1,2% menyatakan tidak setuju, 9,6% menyatakan kurang setuju, 45,8% menyatakan setuju, 43,4% menyatakan setuju. Pertanyaan 3 *mengetahui tentang apa itu bank syariah*, 44,6% menyatakan setuju, 55,4% menyatakan sangat setuju,. Pertanyaan 4 *mengetahui perbedaan bank syariah dan bank konvensional*, 2,4% menyatakan kurang setuju, 38,6% menyatakan setuju, 59% menyatakan sangat setuju. Pertanyaan 5 *mengetahui cara menggunakan ATM, cara transfer sesama ataupun antar bank, dan cara menyimpan/ menarik uang melalui teller*, 1,2% menyatakan tidak setuju, 1,2% menyatakan kurang setuju, 34,9% menyatakan setuju, 62,7% menyatakan sangat setuju. Pertanyaan 6 *mengetahui cara menggunakan mobile banking maupun*

internet banking, 1,2% menyatakan tidak setuju, 12% menyatakan kurang setuju, 32,6% menyatakan setuju, 54,2% menyatakan sangat setuju.

4.2.2.2 Variabel Religiusitas (X2)

Tabel 4. 4
Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden atas Variabel Religiusitas

Soal	Jawaban Responden									
	Skor 1		Skor 2		Skor 3		Skor 4		Skor 5	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
R1					1	1,2%	4	4,8%	78	94,0%
R2							14	16,9%	69	83,1%
R3					1	1,2%	7	8,4%	75	90,4%
R4					2	2,4%	24	28,9%	57	68,7%
R5					4	4,8%	35	42,2%	44	53,0%
R6					4	4,8%	36	43,4%	43	51,8%
R7					11	13,3%	50	60,2%	22	26,5%
R8			2	2,4%	27	32,5%	33	39,8%	21	25,3%

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Tabel 4.4 ialah jawaban hasil berdasarkan 83 responden mengenai variabel religiusitas. Pertanyaan 1 *meyakini bahwa tiada tuhan selain Allah*, 1,2% menyatakan kurang setuju, 4,8% menyatakan setuju, 94% menyatakan sangat setuju. Pertanyaan 2 *mengerjakan perintah agama islam seperti, solat, puasa, zakat, haji (jika mampu)*, 16,9% menyatakan setuju, 83,1% menyatakan sangat setuju. Pertanyaan 3 *merasa berdosa saat meninggalkan sholat*, 1,2% menyatakan kurang setuju, 8,4% menyatakan setuju, 90,4% menyatakan sangat setuju. Pertanyaan 4 *merasa doa-doa sering dikabulkan oleh Allah dan merasa ditolong Allah ketika dalam kesusahan*, 2,4% menyatakan kurang setuju, 28,9% menyatakan setuju, 68,7% menyatakan sangat setuju. Pertanyaan 5 *mematuhi dan menjalankan norma/aturan agama islam dalam kehidupan sehari-hari*, 4,8% menyatakan kurang setuju, 42,2% menyatakan setuju, 53% menyatakan sangat setuju. Pertanyaan 6 *berusaha jujur dalam keadaan apapun*, 4,8% menyatakan kurang setuju, 43,4% menyatakan setuju, 51,8% menyatakan sangat setuju. Pertanyaan 7

mengetahui hukum-hukum Islam khususnya terkait dalam perbankan syariah, 13,3% menyatakan kurang setuju, 60,2% menyatakan setuju, 26,5% menyatakan sangat setuju. Pertanyaan 8 *senang menghadiri pengajian atau ceramah baik secara langsung ataupun melalui media elektronik/media sosial*, 2,4% menyatakan tidak setuju, 32,5% menyatakan kurang setuju, 39,8% menyatakan setuju, 25,3% menyatakan sangat setuju.

4.2.2.3 Variabel Minat Menabung di Bank Syariah (Z)

Tabel 4. 5
Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden atas Variabel Minat
Menabung di Bank Syariah

Soal	Jawaban Responden									
	Skor 1		Skor 2		Skor 3		Skor 4		Skor 5	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
MM1			3	3,6%	19	22,9%	41	49,4%	20	24,1%
MM2			8	9,6%	23	27,7%	37	44,6%	15	18,1%
MM3			1	1,2%	10	12,0%	49	59,0%	23	27,8%
MM4			1	1,2%	8	9,6%	52	62,7%	22	26,5%
MM5					12	14,4%	38	45,8%	33	39,8%
MM6	7	8,4%	9	10,8%	38	45,8%	18	21,7%	11	13,3%
MM7	1	1,2%	3	3,6%	22	26,5%	37	44,6%	20	24,1%
MM8			1	1,2%	14	16,9%	40	48,2%	28	33,7%

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Tabel 4.5 ialah jawaban hasil berdasarkan 83 responden mengenai variabel minat menabung di Bank Syariah. Pertanyaan 1 *selalu mencari informasi yang positif mengenai bank syariah*, 3,6% menyatakan tidak setuju, 22,9% menyatakan kurang setuju, 49,4% menyatakan setuju, 24,1% menyatakan sangat setuju. Pertanyaan 2 *sering mengikuti perkembangan bank syariah dari tahun ke tahun*, 9,6% menyatakan tidak setuju, 27,7% menyatakan kurang setuju, 44,6% menyatakan setuju, 18,1% menyatakan sangat setuju. Pertanyaan 3 *tertarik dengan layanan bank syariah*, 1,2% responden menyatakan tidak setuju, 12% menyatakan kurang setuju, 59% menyatakan setuju, 27,8% menyatakan sangat setuju. Pertanyaan 4 *tertarik dengan produk-produk bank syariah*, 1,2% menyatakan tidak setuju, 9,6%

menyatakan kurang setuju, 62,7% menyatakan setuju, 26,5% menyatakan sangat setuju. Pertanyaan 5 *ingin menabung di bank syariah karena keinginan dari diri sendiri*, 14,4% menyatakan kurang setuju, 45,8% menyatakan setuju, 39,8% menyatakan sangat setuju. Pertanyaan 6 *ingin menabung di bank syariah karena mendapat pengaruh dari teman, keluarga dan masyarakat*, 8,4% menyatakan sangat tidak setuju, 10,8% menyatakan tidak setuju, 45,8% menyatakan kurang setuju, 21,7% menyatakan setuju, 13,3% menyatakan sangat setuju. Pertanyaan 7 *menabung di bank syariah karena menabung di bank syariah merupakan bagian dari melaksanakan syariat Islam*, 1,2% menyatakan sangat tidak setuju 3,6% menyatakan tidak setuju, 26,5% menyatakan kurang setuju, 44,6% menyatakan setuju, 24,1% menyatakan sangat setuju. Pertanyaan 8 *yakin menabung di bank syariah terhindar dari riba supaya mendapatkan keselamatan dunia dan ahirah*, 1,2% menyatakan tidak setuju, 16,9% menyatakan kurang setuju, 48,2% menyatakan setuju, 33,7% menyatakan sangat setuju.

4.2.2.4 Variabel Keputusan Menabung di Bank Syariah (Y)

Tabel 4. 6
Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden atas Variabel Keputusan Menabung di Bank Syariah

Soal	Jawaban Responden									
	Skor 1		Skor 2		Skor 3		Skor 4		Skor 5	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
KM1			3	3,6%	12	14,5%	44	53,0%	24	28,9%
KM2			2	2,4%	15	18,1%	45	54,2%	21	25,3%
KM3			1	1,2%	10	12,0%	43	51,9%	29	34,9%
KM4			1	1,2%	11	13,3%	42	50,6%	29	34,9%
KM5			2	2,4%	13	15,7%	37	44,6%	31	37,3%
KM6	1	1,2%	11	13,3%	30	36,1%	25	30,1%	16	19,3%
KM7			1	1,2%	21	25,3%	37	44,6%	24	28,9%
KM8			5	6,0%	19	22,9%	35	42,2%	24	28,9%

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Tabel 4.6 ialah jawaban hasil berdasarkan 83 responden mengenai variabel keputusan menabung di Bank Syariah. Pertanyaan 1 *merasa puas terhadap layanan yang ada di bank syariah*, 3,6% menyatakan tidak setuju, 14,5% menyatakan kurang setuju, 53% menyatakan setuju, 28,9% menyatakan sangat setuju. Pertanyaan 2 *merasa puas terhadap produk-produk yang ada di bank syariah*, 2,4% menyatakan tidak setuju, 18,1% menyatakan kurang setuju, 52,2% menyatakan setuju, 25,3% menyatakan sangat setuju. Pertanyaan 3 *memilih bank syariah karena sesuai dengan prinsip syariah*, 1,2% menyatakan tidak setuju, 12% menyatakan kurang setuju, 51,9% menyatakan setuju, 34,9% menyatakan sangat setuju. Pertanyaan 4 *merasa yakin bertransaksi di bank syariah*, 1,2% menyatakan tidak setuju, 13,3% menyatakan kurang setuju, 50,6% menyatakan setuju, 34,9% menyatakan sangat setuju. Pertanyaan 5 *memutuskan menjadi nasabah bank syariah karena sesuai dengan prinsip syariat Islam*, 2,4% menyatakan tidak setuju, 15,7% menyatakan kurang setuju, 44,6% menyatakan setuju, 37,3% menyatakan sangat setuju. Pertanyaan 6 *memutuskan menjadi nasabah bank syariah dan tidak akan berpindah ke bank lain selain di bank syariah*, 1,2% menyatakan sangat tidak setuju, 13,3% menyatakan tidak setuju, 36,1% menyatakan kurang setuju, 30,1% menyatakan setuju, 19,3% menyatakan sangat setuju. Pertanyaan 7 *akan merekomendasikan bank syariah kepada orang-orang di sekeliling saya*, 1,2% menyatakan tidak setuju, 25,3% menyatakan kurang setuju, 44,6% menyatakan setuju, 28,9% menyatakan sangat setuju. Pertanyaan 8 *selalu mendiskusikan kebaikan-kebaikan tentang bank syariah dan mengajak orang lain untuk menabung di bank syariah*, 6% menyatakan tidak setuju, 22,9% menyatakan kurang setuju, 42,2% menyatakan setuju, 28,9% menyatakan sangat setuju.

4.3 Analisis Data Penelitian

4.3.1 Uji Instrumen Penelitian

4.3.1.1 Uji Validitas

Tabel 4. 7
Uji Validitas

Variabel Penelitian	Item Pernyataan	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
Pengetahuan	P1	0.425	0,361	Valid
	P2	0.599		
	P3	0.717		
	P4	0.681		
	P5	0.550		
	P6	0.452		
Religiusitas	R1	0.536	0,361	Valid
	R2	0.484		
	R3	0.570		
	R4	0.386		
	R5	0.595		
	R6	0.595		
	R7	0.622		
	R8	0.592		

Minat Menabung	MM1	0.795	0,361	Valid
	MM2	0.724		
	MM3	0.783		
	MM4	0.844		
	MM5	0.408		
	MM6	0.488		
	MM7	0.416		
	MM8	0.488		
Kemampuan Menabung	KM1	0.626	0,361	Valid
	KM2	0.892		
	KM3	0.819		
	KM4	0.871		
	KM5	0.700		
	KM6	0.773		
	KM7	0.797		
	KM8	0.852		

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Tabel 4.7 diatas menunjukkan output uji validitas untuk kelayakan instrumen dari item pernyataan untuk masing-masing variabel memiliki nilai r_{hitung} lebih besar daripada nilai r_{tabel} , sehingga semua item pernyataan untuk setiap variabel ini dapat digunakan sebagai instrumen penelitian dan dinyatakan valid.

4.3.1.2 Uji Reliabilitas

Tabel 4. 8
Uji Reliabilitas

Variabel Penelitian	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Keterangan
Variabel Pengetahuan	0.757	0,70	Reliabel
Variabel Religiusitas	0.794	0,70	Reliabel
Variabel Minat Menabung	0.865	0,70	Reliabel
Variabel Keputusan Menabung	0.942	0,70	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Tabel 4.8 menunjukkan output uji reliabilitas untuk kelayakan instrumen dari tiap-tiap variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* (α) > 0.70, sehingga instrumen dari setiap variabel tersebut dapat dijadikan sebagai instrumen penelitian ini dan dapat dikatakan reliabel.

4.3.2 Uji Asumsi Klasik

4.3.2.1 Uji Normalitas

Tabel 4. 9 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			83
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		2.91185584
Most Extreme Differences	Absolute		.065
	Positive		.062
	Negative		-.065
Test Statistic			.065
Asymp. Sig. (2-tailed)			.200 ^{c,d}
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.856 ^e
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.847
		Upper Bound	.865

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

e. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Tabel 4.9 menunjukkan hasil analisis statistic *non-parametric test one-sample kolmogorov-smirnov* untuk normalitas mempunyai nilai signifikansi (*monte carlo sig*) > 0.05 yakni sebesar 0.856, sehingga bisa dipastikan bahwa data secara keseluruhan berdistribusi secara normal dan memenuhi asumsi normalitas.

4.3.2.2 Uji Multikolonearitas

Tabel 4. 10 Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-4.656	4.772		-.976	.332		
Pengetahuan	-.058	.155	-.028	-.375	.709	.751	1.331
Religiusitas	.293	.152	.153	1.923	.058	.648	1.542
Minat Menabung	.884	.087	.747	10.120	.000	.755	1.324

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Tebel 4.10 menunjukkan hasil uji multikolonearitas bahwa setiap variabel independen memiliki nilai *tolerance* > 0.10 dan VIF < 10 yaitu variabel pengetahuan (*tolerance* : 0.751; VIF : 1.331), variabel religiusitas (*tolerance* : 0.648; VIF : 1.542, variabel minat menabung (*tolerance* : 0.755; VIF : 1.324); maka bisa dipastikan bahwa variabel independen dalam penelitian ini tidak terjadi adanya multikolonearitas.

4.3.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4. 11 Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.721	2.972		-.242	.809
Pengetahuan	.060	.097	.078	.621	.536
Religiusitas	.142	.095	.202	1.500	.138
Minat Menabung	-.123	.054	-.281	-2.257	.027

a. Dependent Variable: ABS_RES2

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.11 diatas dapat diketahui bahwa pada pengujian awal, salah satu variabel independen pada penelitian ini terdeteksi adanya heterokedastitas. Untuk mengatasi masalah heteroskedastisitas tersebut, ditambahkan metode *weighted least square*. Berikut tabel 4.7 merupakan hasil uji glejser setelah ditambahkan metode penyembuhan *weighted least square*.

Tabel 4. 12 Uji Heteroskedastisitas dengan metode *weighted least square*

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	-.003	.004		.760
	Pengetahuan_	.100	.086	.343	.248
	Religiusitas_	.048	.072	.209	.508
	Minat Menabung_	7.258E-7	.000	.086	.375

a. Dependent Variable: ABS_RES1

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Tabel 4.12 menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk uji heterokedastisitas pada penelitian ini memiliki nilai signifikansi lebih dari (α 0.05), hal tersebut berarti bahwa tidak ada pengaruh variabel dependen (harga mutlak residual) terhadap Pengetahuan (X_1), Religiusitas (X_2), dan Minat Menabung (Z), sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini adalah homokedastisitas, dan terbebas dari permasalahan heterokedastisitas.

4.3.3 Uji Kelayakan Model

4.3.3.1 Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4. 13 Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.821 ^a	.675	.662	2.967

a. Predictors: (Constant), Minat Menabung, Pengetahuan, Religiusitas

b. Dependent Variable: Keputusan Menabung

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tampilan output SPSS, model summary besarnya *adjusted R²* adalah 0.662, hal ini berarti bahwa 66,2% variasi variabel keputusan menabung dapat dijelaskan oleh variasi dari ketiga variabel independen (Variabel Pengetahuan, Variabel Religiusitas, Variabel Minat Menabung, sedangkan sisanya (100%-66,2% = 33,8%) dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian.

4.3.3.2 Uji Statistik F (Uji Simultan)

Tabel 4. 14 Uji Statistik F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1442.995	3	480.998	54.653	.000 ^b
	Residual	695.270	79	8.801		
	Total	2138.265	82			

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung

b. Predictors: (Constant), Minat Menabung, Pengetahuan, Religiusitas

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Dari ANOVA atau F- test didapat nilai F hitung sebesar 54.653 dengan probabilitas (α 0.000), untuk itu karena F hitung > F tabel (54.653 > 3.112) dan nilai signifikansi lebih kecil daripada (α 0.05), sehingga model regresi dapat digunakan guna memprediksi persepsi variabel Keputusan menabung.

4.3.4 Uji Hipotesis

4.3.4.1 Uji Statistik T (Uji Parsial)

Tabel 4. 15 Uji Statistik T

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-4.656	4.772		-.976	.332
Pengetahuan	-.058	.155	-.028	-.375	.709
Religiusitas	.293	.152	.153	1.923	.058
Minat Menabung	.884	.087	.747	10.120	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Hasil pengujian hipotesis dapat dilihat pada nilai *t-statistic*, dan atau nilai signifikansi yang di tampilkan pada tabel diatas. Berikut penjelasan terkait dengan hasil uji hipotesis (uji statistik t):

1. Pengaruh Variabel Pengetahuan – Variabel Keputusan Menabung

Hasil perhitungan uji signifikansi parameter individual dengan menggunakan program SPSS Versi 23, variabel pengetahuan memperoleh nilai signifikansi (α) 0.709 (> 0.05) atau $t_{hitung} -0.375 > t_{tabel} 1.989$, artinya hipotesis 1 yang menyatakan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan menabung dapat **ditolak**.

2. Pengaruh Variabel Religiusitas – Variabel Keputusan Menabung

Hasil perhitungan uji signifikansi parameter individual dengan menggunakan program SPSS Versi 23, variabel religiusitas memperoleh nilai signifikansi (α) 0.058 (> 0.05) atau $t_{hitung} 1.923 > t_{tabel} 1.989$, artinya hipotesis 2 yang menyatakan bahwa variabel religiusitas berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan menabung dapat **ditolak**.

3. Pengaruh Variabel Minat Menabung – Variabel Keputusan Menabung

Hasil perhitungan uji signifikansi parameter individual dengan menggunakan program SPSS Versi 23, variabel minat menabung memperoleh nilai signifikansi (α) 0.000 (< 0.05) atau $t_{hitung} 10.120 > t_{tabel} 1.989$, artinya hipotesis 3 yang menyatakan bahwa variabel minat menabung berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan menabung dapat **diterima**.

Tabel 4. 16 Uji Statistik T

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.674	6.105		.110	.912
Pengetahuan	.228	.197	.129	1.158	.250
Religiusitas	.676	.179	.419	3.771	.000

a. Dependent Variable: Minat Menabung

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Hasil pengujian hipotesis dapat dilihat pada nilai *t-statistic*, dan atau nilai signifikansi yang di tampilkan pada tabel diatas. Berikut penjelasan terkait dengan hasil uji hipotesis (uji statistik t):

1. Pengaruh Variabel Pengetahuan – Variabel Minat Menabung

Hasil perhitungan uji signifikansi parameter individual dengan menggunakan program SPSS Versi 23, variabel pengetahuan memperoleh nilai signifikansi (α) 0.250 (> 0.05) atau $t_{hitung} 1.158 > t_{tabel} 1.989$, artinya hipotesis 4 yang menyatakan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap variabel minat menabung dapat **ditolak**.

2. Pengaruh Variabel Religiusitas – Variabel Minat Menabung

Hasil perhitungan uji signifikansi parameter individual dengan menggunakan program SPSS Versi 23, variabel religiusitas memperoleh nilai signifikansi (α) 0.000 (> 0.05) atau $t_{hitung} 3.771 > t_{tabel} 1.989$, artinya hipotesis 5 yang menyatakan bahwa variabel religiusitas berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan menabung dapat **diterima**.

4.3.4.2 Uji Analisis Jalur (*Path Analysis*)

MODEL 1

PENGARUH XI DAN X2 PADA Z

Tabel 4. 17

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.495 ^a	.245	.226	3.795

a. Predictors: (Constant), Religiusitas, Pengetahuan

b. Dependent Variable: Minat Menabung

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Tabel 4. 18

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.674	6.105		.110	.912
Pengetahuan	.228	.197	.129	1.158	.250
Religiusitas	.676	.179	.419	3.771	.000

a. Dependent Variable: Minat Menabung

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

- a. Rumus yang digunakan untuk mengetahui *variance* dari model regresi model 1 sebagai berikut:

$$e1 = \sqrt{1 - R^2}$$

$$e1 = \sqrt{1 - 0,246}$$

$$e1 = 0,863$$

- b. Merujuk pada kedua tabel di atas maka dapat disusun persamaan struktur regresi model 1 sebagai berikut:

$$MM = \beta_1 P + \beta_2 R + e1$$

$$MM = 0,129 P + 0,419 R + e1$$

MODEL 2

PENGARUH XI, X2, DAN Z PADA Y

Tabel 4. 19

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.821 ^a	.675	.662	2.967

a. Predictors: (Constant), Minat Menabung, Pengetahuan, Religiusitas

b. Dependent Variable: Keputusan Menabung

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Tabel 4. 20

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	-4.656	4.772		
	Pengetahuan	-.058	.155	-.028	
	Religiusitas	.293	.152	.153	
	Minat Menabung	.884	.087	.747	

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

- a. Rumus yang digunakan untuk mengetahui *variance* dari model regresi model 2 sebagai berikut:

$$e2 = \sqrt{1 - R^2}$$

$$e2 = \sqrt{1 - 0,675}$$

$$e2 = 0,570$$

- b. Merujuk pada kedua tabel di atas maka dapat disusun persamaan struktur regresi model 2 sebagai berikut:

$$KM = \beta_3 P + \beta_4 R + \beta_5 MM + e2$$

$$KM = -0,028 P + 0,153 R + 0,747 MM + e2$$

Dengan demikian, persamaan regresi di atas dapat disimpulkan sebagai berikut:

$$MM = 0,129 P + 0,419 R + e1.....(1)$$

$$KM = -0.028 P + 0,153 R + 0,747 MM + e2.....(2)$$

Berikut penjelasan terkait dengan hasil uji analisis jalur (*path Analysis*):

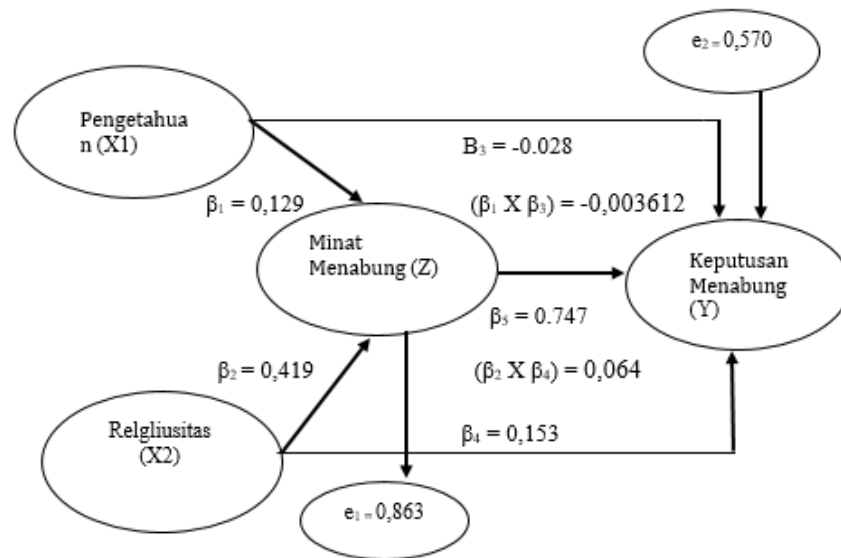
1. Pengaruh Pengetahuan terhadap Keputusan Menabung melalui Minat Menabung

- a. Diketahui bahwa dari *output* SPSS 23, pengaruh langsung variabel pengetahuan terhadap minat menabung (β_1) yaitu sebesar 0.129.
- b. Diketahui bahwa *output* perhitungan SPSS 23, pengaruh langsung variabel pengetahuan terhadap keputusan menabung (β_3) yaitu sebesar -0.028.
- c. Pengaruh tidak langsung variabel pengetahuan terhadap keputusan menabung melalui minat menabung dapat diketahui dengan cara mengalikan koefisien regresi dari variabel pengetahuan terhadap minat menabung dengan koefisien regresi variabel pengetahuan terhadap keputusan menabung ($\beta_1 \times \beta_3$) yaitu sebesar $0,129 \times -0.028 = -0,003612$.
- d. Jumlah pengaruh koefisien jalur variabel pengetahuan dihitung dengan menjumlahkan pengaruh langsung dan tidak langsung yaitu $(\beta_1) + (\beta_1 \times \beta_3) = 0,129 + -0.003612 = 0,119$.
- e. Diketahui dari hasil perhitungan bahwa total pengaruh koefisien jalur variabel pengetahuan terhadap keputusan menabung melalui minat menabung yaitu sebesar 0,119 dengan nilai pengaruh langsung pengetahuan terhadap keputusan menabung sebesar -0.028. Atas dasar itulah, hipotesis 6 yang menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh terhadap keputusan menabung melalui minat menabung **diterima**.

2. Pengaruh Religiusitas terhadap Keputusan Menabung melalui Minat Menabung

- a. Diketahui bahwa dari *output* SPSS 23, pengaruh langsung variabel religiusitas terhadap minat menabung (β_2) yaitu sebesar 0,419.
- b. Diketahui bahwa *output* perhitungan SPSS 23, pengaruh langsung variabel religiusitas terhadap keputusan menabung (β_4) yaitu sebesar 0,153.
- c. Pengaruh tidak langsung variabel religiusitas terhadap keputusan menabung melalui minat menabung dapat diketahui dengan cara mengalikan koefisien regresi dari variabel religiusitas terhadap variabel minat menabung dengan koefisien regresi dari religiusitas terhadap variabel keputusan menabung ($\beta_2 \times \beta_4$) yaitu sebesar $0,419 \times 0,153 = 0,064$.
- d. Jumlah pengaruh koefisien jalur variabel religiusitas dihitung dengan menjumlahkan pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung yaitu $(\beta_2) + (\beta_2 \times \beta_4) = 0,419 + 0,064 = 0,483$.
- e. Diketahui dari hasil perhitungan bahwa total pengaruh koefisien jalur variabel religiusitas terhadap keputusan menabung melalui minat menabung adalah sebesar 0,483 dengan nilai pengaruh langsung religiusitas terhadap keputusan menabung sebesar 0,419. Atas dasar itulah, hipotesis 7 yang menyatakan bahwa pengaruh religiusitas terhadap keputusan menabung melalui minat menabung **diterima**.

Berdasarkan perhitungan yang sudah dilakukan, sehingga *full* model gambar struktur analisis jalur dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:



Gambar 4. 1

Model Analisis Jalur (Path Analysis)

Berdasarkan model analisis jalur di atas, hasil perhitungan pengaruh langsung, pengaruh tidak langsung, dan total pengaruh tidak langsung antar variabel dapat dilihat pada tabel 4.20 sebagai berikut:

Tabel 4. 21

Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung, Dan Total Pengaruh Tidak Langsung

No.	Variabel	Pengaruh	Minat Menabung	Keputusan Menabung	Keterangan
1	Pengetahuan	Langsung	0,129	-0,028	0,119 > -0,028 Memediasi
		Tidak Langsung		-0,003612	
		Total	0,129	0,119	
2	Religiusitas	Langsung	0,419	0,153	0,483 > 0,153 Memediasi
		Tidak Langsung		0,064	
		Total	0,419	0,483	

4.4 Pembahasan Hasil Penelitian

Pada bagian pembahasan ini memaparkan hasil bagaimana “**Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah dengan Minat Menabung sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Angkatan 2018)**” adalah sebagai berikut:

4.4.1 Pengaruh Pengetahuan Bank Syariah terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah

Berdasarkan uji signifikansi parameter individual dalam uji statistik t yang dilakukan pada penelitian ini dapat digunakan untuk menjelaskan variabel Pengetahuan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Keputusan Menabung, dibuktikan dengan diperoleh nilai koefisien sebesar $t_{hitung} -0.375 > t_{tabel} 1.989$ dengan nilai signifikansi sebesar $(\alpha) 0.709 (> 0.05)$ sehingga H1 ditolak.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi mahasiswa FEBI UIN Walisongo angkatan 2018 memiliki pengetahuan terkait menabung di bank syariah maka belum tentu akan meningkatkan keputusan menabung mereka. Tidak didukungnya H1 disebabkan karena mahasiswa FEBI UIN Walisongo angkatan 2018 menggunakan bank syariah itu tidak disebabkan mengetahui atau tidak mengetahui mengenai bank syariah, tapi sebab mereka akan lebih selektif ketika hendak menabung dan disebabkan faktor lain misalnya lingkungan sosial, promosi, fasilitas, dan lain sebagainya. Juga bisa dikarenakan mahasiswa sebenarnya telah mengetahui hukum syariat namun masih menilai bahwa praktik di lapangan Bank Syariah masih menggunakan metode dan cara-cara yang tidak lebih dengan praktik dari Bank Konvensional, yang menjadikan mahasiswa lebih mempertimbangkan aspek keuntungan finansial dibandingkan aspek syariah atau konvensional, sehingga menjadikan pengetahuan tidak berpengaruh terhadap keputusan dalam menggunakan jasa bank syariah.

Hasil ini tidak sesuai dengan teori perilaku terencana (TPB) Ajzen (2005). Dengan kata lain, pengetahuan ialah salah satu unsur yang melatarbelakangi (informasi), yakni pengetahuan yang dapat berpengaruh pada tingkah laku seseorang. Pengetahuan termasuk pada kategori latar belakang (informasi) serta diartikan agar seseorang dengan tingkat pengetahuan yang tinggi dapat mengontrol tabungan bank syariah.

Hasil ini serupa dengan penelitian Muhammad Aris Sulistiono (2016) yang berjudul “Pengaruh Tingkat Pengetahuan, Agama, Promosi, dan Pendapatan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah” (Studi pada Kantor Kas PT Bank Negara Indonesia Syariah FE Condongcatur Yogyakarta) ”Ditemukannya variabel pengetahuan tidak diketahui mempengaruhi keputusan konsumen untuk menjadi nasabah Kantor Kas Bank Negara Indonesia Syariah Condong Catur Yogyakarta. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian Farah Annida Hasna (2019) yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan dan Tingkat Agama Produk Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menabung Bank Syariah” (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Agama Islam). Bisnis UIN Walisongo Semarang) “Dengan Hasil. Penemuan pengetahuan tentang produk perbankan syariah berdampak positif terhadap keputusan menabung di Bank Syariah bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Syariah (FEBI) Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

4.4.2 Pengaruh Tingkat Religiusitas terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah

Berdasarkan uji signifikansi parameter individual dalam uji statistik t yang dilakukan pada penelitian ini dapat digunakan untuk menjelaskan variabel Religiusitas berpengaruh positif serta tidak signifikan terhadap variabel Keputusan Menabung, dibuktikan dengan diperoleh nilai koefisien sebesar $t_{hitung} 1.923 > t_{tabel} 1.989$ dengan tingkat signifikansi sebesar $(\alpha) 0.058 (> 0.05)$ sehingga H2 ditolak.

Hasil tersebut menyuguhkan bahwa religiusitas tidak hanya salah satu unsur yang dapat berpengaruh pada mahasiswa FEBI UIN Walisongo

angkatan 2018 guna menabung di bank syariah. Semakin besar religiusitas yang dipunyai, belum tentu mampu meningkatkan keputusan mahasiswa untuk menabung di bank syariah. Tidak didukungnya H2 disebabkan karena mahasiswa FEBI UIN Walisongo angkatan 2018 tidak yakin akan kehalalan produk serta jasa yang disediakan perbankan syariah, dan karakter konsumen yang berfikir logis atau rasionalis tetapi memiliki tingkat kepatuhan pada nilai-nilai Islam yang lebih rendah dalam memutuskan pembelian, mereka cenderung mengesampingkan aspek-aspek ketaatan pada nilai-nilai Islam, yang menjadikan religiusitas tidak berpengaruh terhadap keputusan dalam menggunakan jasa bank syariah.

Hasil ini tidak sesuai dengan *Sharia Enterprise Theory* (SET). Allah, pusat dari segala sesuatu, memberikan konsekuensi kepada orang-orang untuk mematuhi hukum Allah. Namun, tingkat ketaatan kepada Allah atau keimanan manusia terkadang naik atau turun. Seiring dengan tingkat keimanan yang genting, perilaku manusia dalam perekonomian juga dapat berubah. Terkadang untuk mematuhi aturan yang ditetapkan oleh Allah sesuai dengan diri individu. Masih banyak umat Islam yang menggunakan bank biasa daripada bank syariah, salah satunya berkaitan dengan fakta bahwa mereka lebih mementingkan diri sendiri daripada menaati hukum Allah.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian A. Abimantra dkk (2013) yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah (Mahasiswa) Ketika Memilih Cara Menabung di Bank Umum Syariah”, dimana religiusitas memiliki pengaruh positif namun marginal. Ketika pelanggan memutuskan apakah akan menabung di bank. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian Farah Annida Hasna (2019) yang berjudul “Pengaruh Tingkat Pengetahuan dan Agama Terhadap Keputusan Tabungan Perbankan Syariah Tentang Produk Perbankan Syariah” (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Agama Islam). Bisnis UIN Walisongo Semarang) “Dengan Hasil. Penemuan pada tataran keagamaan berdampak positif terhadap keputusan menabung di bank syariah di kalangan mahasiswa Fakultas

Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

4.4.3 Pengaruh Minat Menabung terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah

Berdasarkan uji signifikansi parameter individual dalam uji statistik t yang dilakukan dalam penelitian ini dapat digunakan untuk menjelaskan variabel Minat Menabung berpengaruh positif serta signifikan terhadap variabel Keputusan Menabung, dibuktikan dengan diperoleh nilai koefisien sebesar $t_{hitung} 10.120 > t_{tabel} 1.989$ dengan tingkat signifikansi sebesar (α) 0.000 (< 0.05) sehingga H3 diterima.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa FEBI UIN Walisongo angkatan 2018 memerlukan minat sebelum mengambil keputusan untuk menabung di Bank Syariah. Artinya, semakin tinggi minat menabung yang dimiliki mahasiswa maka dapat meningkatkan intensitas keputusan menabung di Bank Syariah. Sehingga menjadikan minat menabung berpengaruh terhadap keputusan dalam menggunakan jasa bank syariah.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori perilaku terencana (TPB) dari Ajzen (2005). Faktanya, minat datang dari orang-orang yang memiliki banyak energi untuk melakukan apa yang ingin mereka lakukan. Di sisi lain, minat menabung adalah kemauan yang memotivasi Anda untuk mengambil tindakan menitipkan uang di bank guna memenuhi jaminan material di masa depan, dilakukan dengan sadar bukan obsesif dan euforia.

Hal ini sesuai dengan penelitian Parastika (2021) “Pengaruh Agama dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Menabung oleh Bank Umum Syariah, Dimana Suku Bunga Merupakan Variabel Antara”, di mana mereka menemukan bahwa minat menabung berpengaruh secara parsial positif dan signifikan. sebagai solusi.

4.4.4 Pengaruh Pengetahuan Bank Syariah terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah

Berdasarkan uji signifikansi parameter individual dalam uji statistik t yang dilakukan pada penelitian ini dapat digunakan untuk menjelaskan

variabel Pengetahuan berpengaruh positif serta tidak signifikan terhadap variabel Minat Menabung, dibuktikan dengan diperoleh nilai koefisien sebesar $t_{hitung} 1.158 > t_{tabel} 1.989$ dengan tingkat signifikansi sebesar $(\alpha) 0.250 (> 0.05)$ sehingga H4 ditolak.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa FEBI UIN Walisongo angkatan 2018 yang mempunyai Pengetahuan tentang bank syariah mempunyai peluang lebih kecil untuk mempunyai minat menabung di bank syariah dibandingkan dengan mahasiswa yang tidak mempunyai Pengetahuan tentang bank syariah. Hal ini bisa saja terjadi, mengingat pengetahuan seseorang yang berbeda-beda. Seperti mahasiswa yang mempunyai pengetahuan tinggi tentang bank syariah belum mampu mengaplikasikan pengetahuannya sehingga dapat menurunkan pengaruh pengetahuan tersebut terhadap minat menabung di Bank Syariah. Tidak didukungnya H4 disebabkan karena Peningkatan pengetahuan mahasiswa FEBI UIN Walisongo tahun 2018 belum tentu tertarik untuk menabung di bank syariah, hal ini menunjukkan mahasiswa masih belum memiliki pemahaman yang detail atau menyeluruh tentang pengertian bank syariah, sehingga pengetahuan tidak membangkitkan kemauan untuk menabung. di bank syariah. Namun di sisi lain, ada sebagian mahasiswa yang mengetahui sesuatu tentang bank syariah, namun masih belum cukup mengemukakan keinginan untuk memilih bank syariah, salah satunya karena perhitungan akhir bunga dan bagi hasil yang sama. Hal ini lagi-lagi disebabkan oleh minimnya pengetahuan rinci tentang perbankan syariah, sehingga pengetahuan tidak dapat mempengaruhi minat menabung di bank syariah.

Hal ini merupakan tidak sejalan dengan teori perilaku terencana (TPB) yang dikembangkan oleh Ajzen (2005), yang menjelaskan bahwa pengetahuan merupakan salah satu unsur pondasi (informasi) yang dapat berpengaruh pada sikap atau perilaku individu. Dapat dikatakan bahwa semakin besar pengetahuan yang terlibat dalam mengendalikan jenis pengetahuan dan keyakinan, semakin banyak kontrol yang akan diambil tindakan selanjutnya.

Hal ini sejalan dengan karya Neng Kamarni, SE, M.Si. (2012) hasil temuan bahwa variabel informasi keberadaan perbankan syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap kepentingan masyarakat, dan mekanisme penggunaan variabel informasi produk perbankan syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap kepentingan masyarakat. Hal ini senada dengan penelitian Fadhilatul , “Pengaruh Agama, Pengetahuan, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Preferensi Tabungan Mahasiswa Pada Bank Umum Syariah Universitas Muhammadiyah Palembang”. Kurangnya pengaruh pengetahuan terhadap preferensi menabung mahasiswa UMP di Bank Umum Syariah tidak berpengaruh atau bermasalah.

4.4.5 **Pengaruh Tingkat Religiusitas terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah**

Berdasarkan uji signifikansi parameter individual dalam uji statistik t yang dilakukan pada penelitian ini dapat digunakan guna menjelaskan variabel Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Minat Menabung, dibuktikan dengan diperoleh nilai koefisien sebesar $t_{hitung} 3.771 > t_{tabel} 1.989$ dengan tingkat signifikansi sebesar $(\alpha) 0.000 (< 0.05)$ sehingga H5 diterima.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas mahasiswa FEBI UIN Walisongo maka akan meningkatkan intensitas minat menabung mereka pada bank syariah. Untuk mempermudah pengambilan keputusan, mereka memilih produk-produk yang berlabel Islam, sehingga menjadikan religiusitas berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan *Sharia Enterprise Theory* (SET) yang menyatakan bahwa manusia sebagai agen Tuhan di muka bumi berimplikasi pada ketaatan terhadap hukum Tuhan. Hukum Allah berlaku tidak hanya pada ibadah seremonial, tetapi pada semua bidang kehidupan yang terkait dengan ranah ekonomi di dalamnya. Mengenai pengelolaan sektor perekonomian, Allah memerintahkan manusia supaya melakukan

bisnis berpegangan pada syariat Islam. Salah satunya adalah menabung di bank syariah.

Hasil ini sejalan dengan penelitian N. Triana dkk (2016), “Pengaruh Religi dan Disposable Income Mahasiswa Unisba Syariah Terhadap Bunga Tabungan di Kantor Kas Bank BRI Syariah”. Unisba” merupakan hasil dari ditemukannya perbedaan tingkat religiusitas di kalangan mahasiswa fakultas Syariah. Unisba berpengaruh signifikan terhadap bunga simpanan di meja kas BRI Syariah Bank Unisba. Hal ini senada dengan penelitian Fadhilatul Hasanah (2019), “Pengaruh agama, pengetahuan, kualitas produk dan kualitas layanan terhadap preferensi tabungan mahasiswa di Bank Umum Syariah Universitas Muhammadiyah Palembang”. Pengaruh agama terhadap preferensi tabungan siswa. UMP Bank Syariah berpengaruh dan penting. dan Aif Faturrahman, penelitian Umi Aziza (2018) “Analisis Preferensi Mahasiswa Perbankan Syariah (Universitas Muhammadiyah di Yogyakarta) - Ekonom Universitas Muhammadiyah di Bank Syariah Yogyakarta.

4.4.6 Pengaruh Pengetahuan Bank Syariah terhadap Keputusan Menabung Melalui Minat Menabung di Bank Syariah

Jumlah pengaruh koefisien jalur variabel pengetahuan dihitung dengan menjumlahkan pengaruh langsung dan tidak langsung yakni

$$(\beta_1) + (\beta_1 \times \beta_3) = 0,129 + -0.003612 = 0,119$$

Berdasarkan hasil perhitungan bahwa jumlah pengaruh koefisien jalur variabel pengetahuan terhadap keputusan menabung melalui minat menabung ialah sebesar 0,119 dengan nilai pengaruh langsung pengetahuan terhadap keputusan menabung sebesar -0.028. Jadi kesimpulannya ialah variabel pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung melalui minat menabung pada mahasiswa FEBI UIN Walisongo. Dalam penelitian ini terbukti minat menabung dapat menjadi variabel intervening dengan nilai koefisien mediasi yang relatif tinggi antara pengetahuan terhadap keputusan menabung sehingga H6 diterima.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi pengetahuan bank syariah dan dibarengi dengan niat yang dimiliki oleh para mahasiswa FEBI

UIN Walisongo angkatan 2018 akan mendorong minat menabung yang mereka punyai sehingga akan meningkatkan keputusan untuk menabung di bank syariah, sehingga menjadikan pengetahuan bank syariah berpengaruh terhadap keputusan menabung di bank syariah melalui minat menabung sebagai variabel intervening.

Hasil penelitian ini sesuai dengan *Theory of Planned Behavior (TPB)*. Teori ini menyatakan bahwa seseorang berperilaku dipengaruhi oleh *Attitude toward the behavior* dan *perceived behavioral control*. *Attitude toward the behavior* adalah pengetahuan. Sedangkan *perceived behavioral control* adalah minat. Semakin tinggi pengetahuan yang diperoleh dan semakin besar minat seseorang untuk menabung di bank syariah maka akan semakin kuat keputusan untuk menabung di bank syariah.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Syahriyal (2018) dengan Judul Penelitian “Pengaruh Persepsi Nilai dan Pengetahuan Masyarakat terhadap Minat Menabung serta Dampaknya Kepada Keputusan Menabung pada Perbankan Syariah di Banda Aceh” dengan hasil penemuan Pengaruh langsung antara variabel-variabel independent Pengetahuan terhadap variabel dependent yaitu Keputusan menabung, lebih kecil dibandingkan pengaruhnya bila melalui variabel intervening Minat menabung. Hal ini senada dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Parastika (2021) dengan Judul Penelitian “Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah dengan Minat Sebagai Variabel Intervening” dengan hasil penemuan pengetahuan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung di bank Syariah pengetahuan terhadap keputusan menabung di bank syariah.

4.4.7 Pengaruh Tingkat Religiusitas terhadap Keputusan Menabung Melalui Minat Menabung Di Bank Syariah

Total pengaruh koefisien jalur variabel religiusitas dihitung dengan menjumlahkan pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung yakni

$$(\beta_2) + (\beta_2 \times \beta_4) = 0,419 + 0,064 = 0,483$$

Berdasarkan hasil perhitungan bahwa jumlah pengaruh koefisien jalur variabel religiusitas terhadap keputusan menabung melalui minat menabung adalah sebesar 0,483 dengan nilai pengaruh langsung religiusitas terhadap keputusan menabung sebesar 0,419. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung melalui minat menabung pada mahasiswa FEBI UIN Walisongo. Dalam penelitian ini terbukti minat menabung dapat menjadi variabel intervening dengan nilai koefisien mediasi yang relatif tinggi antara religiusitas terhadap keputusan menabung sehingga H7 diterima.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi religiusitas dan dibarengi dengan niat yang dimiliki oleh para mahasiswa FEBI UIN Walisongo angkatan 2018 akan mendorong minat menabung yang mereka miliki sehingga dapat meningkatkan keputusan untuk menabung di bank syariah, sehingga menjadikan tingkat religiusitas berpengaruh terhadap keputusan menabung di bank syariah melalui minat menabung sebagai variabel intervening.

Hasil penelitian ini sesuai dengan *Theory of Planned Behavior (TPB)*. Teori ini menyatakan bahwa seseorang berperilaku dipengaruhi oleh *subjective norm* dan *perceived behavioral control*. *Subjective norm* adalah religiusitas. Sedangkan *perceived behavioral control* adalah minat. Semakin tinggi religiusitas dan semakin besar minat seseorang maka akan semakin kuat keputusan seseorang untuk menabung di bank syariah.

Hal ini senada dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Parastika (2021) dengan Judul Penelitian “Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah dengan Minat Sebagai Variabel Intervening” dengan hasil penemuan religiusitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung di bank syariah dengan minat sebagai mediasi. Hal ini berarti religiusitas memberikan dampak terhadap keputusan melalui minat sebagai variabel intervening.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi “**Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah dengan Minat Menabung sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Angkatan 2018)**”. Adapun kesimpulan hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Pengetahuan tidak berpengaruh dengan signifikan terhadap variabel Keputusan Menabung. Hal ini dibuktikan dengan diperoleh nilai koefisien sebesar $t_{hitung} -0.375 > t_{tabel} 1.989$ dengan nilai signifikansi sebesar $(\alpha) 0.709 (> 0.05)$ sehingga H1 ditolak. Artinya, semakin baik mahasiswa FEBI UIN Walisongo angkatan 2018 memiliki pengetahuan terkait menabung di bank syariah maka belum tentu dapat meningkatkan niat keputusan menabung mereka.
2. Religiusitas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap variabel Keputusan Menabung. Hal ini dibuktikan dengan diperoleh nilai koefisien sebesar $t_{hitung} 1.923 > t_{tabel} 1.989$ dengan tingkat signifikansi sebesar $(\alpha) 0.058 (> 0.05)$ sehingga H2 ditolak. Artinya, religiusitas tidak hanya salah satu unsur yang dapat mempengaruhi mahasiswa FEBI UIN Walisongo angkatan 2018 untuk menabung di bank syariah.
3. Minat Menabung berpengaruh positif serta signifikan terhadap variabel Keputusan Menabung. Hal ini dibuktikan dengan diperoleh nilai koefisien sebesar $t_{hitung} 10.120 > t_{tabel} 1.989$ dengan tingkat signifikansi sebesar $(\alpha) 0.000 (< 0.05)$ sehingga H2 diterima. Artinya, mahasiswa FEBI UIN Walisongo angkatan 2018 membutuhkan minat sebelum mengambil keputusan untuk menabung di Bank Syariah. Artinya semakin mahasiswa

memiliki minat menabung yang tinggi maka semakin tinggi intensitas niat keputusan menabung mereka.

4. Pengetahuan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap variabel Minat Menabung. Hal ini dibuktikan dengan perolehan nilai koefisien sebesar $t_{hitung} 1.158 > t_{tabel} 1.989$ dengan tingkat signifikansi sebesar (α) 0.250 (> 0.05) sehingga H4 ditolak. Artinya, mahasiswa FEBI UIN Walisongo angkatan 2018 yang mempunyai Pengetahuan tentang bank syariah mempunyai peluang lebih kecil untuk mempunyai minat menabung di bank syariah dibandingkan dengan mahasiswa yang tidak mempunyai Pengetahuan tentang bank syariah.
5. Religiusitas berpengaruh positif serta signifikan terhadap variabel Minat Menabung. Hal ini dibuktikan dengan diperoleh nilai koefisien sebesar $t_{hitung} 3.771 > t_{tabel} 1.989$ dengan tingkat signifikansi sebesar (α) 0.000 (< 0.05) sehingga H1 diterima. Artinya, semakin tinggi tingkat religiusitas mahasiswa FEBI UIN Walisongo maka akan meningkatkan intensitas minat menabung mereka pada bank syariah.
6. Variabel intervening Minat Menabung terbukti mampu memediasi hubungan antara variabel independen Pengetahuan (X1) terhadap variabel dependen Keputusan Menabung (Y) dengan nilai koefisien sebesar 0.119. Artinya, semakin tinggi pengetahuan yang diperoleh serta semakin besar minat seseorang untuk menabung di bank syariah maka akan semakin kuat keputusan untuk menabung di bank syariah.
7. Variabel intervening Minat Menabung terbukti mampu memediasi hubungan antara variabel independen Religiusitas (X2) terhadap variabel dependen Keputusan Menabung (Y) dengan nilai koefisien sebesar 0.483. Artinya, semakin tinggi religiusitas serta semakin besar minat seseorang maka akan semakin kuat keputusan seseorang untuk menabung di bank syariah.

5.2 Keterbatasan Penelitian

1. Objek yang digunakan pada penelitian ini hanya berfokus mahasiswa FEBI UIN Walisongo. Dan pengambilan sampel dalam penelitian ini terbatas, hanya 83 responden yaitu angkatan 2018.
2. Terbatasnya teori dan jurnal penelitian terdahulu mengenai Minat Menabung sebagai variabel intervening.
3. Terbatasnya variabel independen yang hanya menggunakan tiga (2) variabel dalam penelitian ini.

5.3 Saran

Meskipun segala upaya telah dilakukan, masih diperlukan penelitian lebih lanjut untuk melihat keterbatasan penelitian ini, sehingga diharapkan penelitian selanjutnya dapat memenuhi keterbatasan pada penelitian ini. Penulis memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat berguna bagi semua pihak. Saran-saran tersebut sebagai berikut:

1. Kolaborasi/kerjasama terus menerus antara institusi dan bank syariah diperlukan untuk memperkenalkan, mendekatkan, membiasakan, sebagai upaya pengamalan dan menerapkan Ilmu Perbankan Syariah kepada mahasiswa.
2. Lembaga keuangan syariah meningkatkan ketaatan mereka pada prinsip-prinsip Syariah sebagai upaya meningkatkan reputasi mereka dan mengembalikan kepercayaan publik pada lembaga keuangan Islam. Ketika kepercayaan masyarakat terhadap perbankan syariah pulih, loyalitas masyarakat terhadap penggunaan layanan perbankan syariah akan meningkat, yang akan meningkatkan pangsa pasar perbankan syariah.
3. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan analisis jalur, hanya guna mengetahui hubungan antar variabel. Karena variabel bebas bukan berpengaruh langsung terhadap variabel terikat, maka akan berpengaruh ketika variabel bebas lain yang biasa disebut intervensi dilewatkan. Oleh

karena itu, peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan alat analisis yang berbeda, seperti analisis SEM. Melalui analisis SEM, peneliti selanjutnya akan melakukan analisis yang lebih luas dan mendalam terhadap variabel dependen dan hubungannya.

4. Peneliti yang lain sebaiknya menambahkan variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi tambahan mengenai keputusan pemilihan *product* perbankan syariah kepada peneliti lain dan peneliti lain yang tertarik untuk mempelajari topik serupa, seperti pengaruh pengetahuan perbankan syariah dan tingkat religiusitas terhadap keputusan menabung di bank syariah.

5.4 Penutup

Puji dan syukur penulis haturkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, berkah dan kasih sayang sehingga penulis akhirnya dapat menyelesaikan penelitian berupa skripsi ini yang merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan dengan sukses dalam tahap masa perkuliahan dan penelitian ini.

Penulis berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi masyarakat pada umumnya, dan khususnya bagi penulis sendiri. Penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini tidak dekat dari kesempurnaan karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan penulis. Berbagai review serta rekomendasi akan ditunggu oleh penulis guna perbaikan kedepannya dalam masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

1. Buku:

- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, personality, and behavior*. McGraw-Hill Education (UK).
- Ancok, D., Suroso, F. N., & Ardani, M. S. (2000). *Psikologi Islami: Solusi Islam Atas Problem-Problem Psikologi*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar).
- Crow, Lester D.; penerjemah, Kasijan. (1984). *Educational psychology: Psikologi Pendidikan* (Cet.1). Surabaya: Bina Ilmu.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Progam SPSS*. Badan Penerbitan UNDIP Semarang.
- Hendryadi, dan Suryani. (2015). *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Prenamedia Group.
- Jalaluddin. (2010). *Psikologi Agama*. (Depok: PT Rajagrafindo Persada).
- Kahmad, D. (2002). *Sosiologi Agama*. Cet. (Bandung: Penerbit PT Remaja Rosda Karya).
- Kasmir, S. E. (2010). *Pemasaran Bank*. (Jakarta: Prenada Media).
- Kotler, Philip.; penerjemah, Teguh, Hendra. (2002). *Manajemen pemasaran : 2 Jilid* (Cet. 1). Jakarta: Prenhallindo.
- Muhamad. (2008). *Metodologi penelitian ekonomi Islam: pendekatan kuantitatif: dilengkapi dengan contoh-contoh aplikasi: proposal penelitian dan laporannya*. (Depok: PT Rajagrafindo Persada).
- Siswanto, H.B.. (2016). *Pengantar manajemen* (Cet. Ke-12). (Jakarta: Bumi Aksara).
- Sumarwan, Ujang. (2014). *Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. (Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia).
- Thouless, H. Robert; penerjemah, Machnun Husain. (1995). *Pengantar Psikologi Agama*. (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada).
- Triyuwono, I. (2006). *Perspektif, metodologi, dan teori akuntansi syariah*. (Depok: PT Rajagrafindo Persada).

Usman, Hardius., Sobari, Nurdin., dan Sulthani, Emil Azman. (2020). *Islamic Marketing Sebuah Pengantar*. (Depok: PT Rajagrafindo Persada).

2. Jurnal:

Abhimantra, A., Maulina, A. R., & Agustianingsih, E. (2013). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah (Mahasiswa) dalam Memilih Menabung pada Bank Syariah. *Prosiding PESAT*, 5.

Afendi, A., & Ghofur, A. (2021). Spiritual Well-Being and Religious Commitment in Explaining Customer Satisfaction and Loyalty in Sharia Banking. *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 12(1), 97–118. <https://doi.org/10.21580/economica.2021.12.1.6429>

Hasanah, F. (2019). Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang Pada Bank Syariah. *BALANCE Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 4(1), 485. <https://doi.org/10.32502/jab.v4i1.1815>

Inayah, N., Agriyanto, R., & Warno, W. (2018). The Role of Spirituality in the Behavior of Sharia Bank Mobile Banking: Evidence from Indonesia. *Walisongo: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 26(1), 197. <https://doi.org/10.21580/ws.26.1.2611>

Mahgalena, M., Wahab, W., & Huda, C. (2021). Factors Affecting Student Interest Of Al-Quran Wonosobo Science University To Saving In A Syariah Bank. *AL-ARBAH: Journal of Islamic Finance and Banking*, 3(1), 47–62. <https://doi.org/10.21580/al-arbah.2021.3.1.8064>

Parastika, P., Hartini, T., & Amri, U. (2021). Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah dengan Minat Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Intelektualita: Keislaman, Sosial Dan Sains*, 10(1), 177–187. <https://doi.org/10.19109/intelektualita.v10i1.8609>

Purba, A. I. (2017). Pengaruh Perubahan Bank Umum Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Aceh Syariah Pada Masyarakat Kabupaten Aceh Tenggara. *Human Falah*, 4(1), 72–86.

Sulistiyono, M. A. (2016). Pengaruh pengetahuan, religiusitas, promosi dan tingkat pendapatan konsumen terhadap keputusan menjadi nasabah

bank syariah (. *Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia*, 1–28. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/2545>

Syahriyal, S. (2019). Pengaruh Persepsi Nilai Dan Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menabung Serta Dampaknya Kepada Keputusan Menabung Pada Perbankan Syariah Di Banda Aceh. *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam*, 4(1), 139–156. <https://doi.org/10.24815/jped.v4i1.10930>

Triana, N., Nurhasanah, N., & Senjiati, I. H. (2016). Pengaruh Tingkat Religiusitas dan Disposable Income Mahasiswa Fakultas Syari ' ah Unisba terhadap Minat Menabung di Bank BRI Syari ' ah Kantor Kas Unisba. *Prosiding Keuangan Dan Perbankan Syariah*, Vol 2(No 2), 529–534.

Yuningrum, H., Muyassarah, M., & Astuti, R. D. (2020). Effect of Service Quality, Product Quality, and Trust In Customer Satisfaction (Case Study at Bank BRI Syariah KCP Kendal). *AL-ARBAH: Journal of Islamic Finance and Banking*, 2(2), 139–156. <https://doi.org/10.21580/al-arbah.2020.2.2.7425>

3. Skripsi:

Hasna, Farah Annida (2019) *Pengaruh pengetahuan produk perbankan syariah dan tingkat religiusitas terhadap keputusan menabung di bank syariah: studi kasus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang*. (Semarang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang).

Maghfiroh, Sayyidatul. (2018). *Skripsi: Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Santri Pesantren Mahasiswi Darush Shalihat*. (Yogyakarta: Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta).

Prasasti, R. (2020). *Skripsi: Pengaruh Pengetahuan dan Pelayanan Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang tahun angkatan 2017)*. (Semarang: Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang).

Tiara. (2017). *Skripsi: Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan Nasabah, Pendapatan Nasabah, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap*

Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah (Studi kasus pada nasabah PT Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu Magelang). (Salatiga: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Salatiga).

4. Website:

febi.walisongo.ac.id

ojk.go.id

tafsirweb.com

wikipedia.org

LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan telp/Fax (024)7608454 Semarang 50185
website : febi. Walisongo.ac.id – Email febi @ walisongo.ac.id

Nomor : 2848/Un.10.5/D1/PG.00.00/09/2021
Sifat : Biasa
Lamp. : -
Hal : Permohonan Ijin Pra Riset / Penelitian

15 September 2021

Kedada Yth :
Pimpinan Bank Syariah Ngaliyan Semarang
Di Tempat.

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : NOVRIEL RINDHU SALSABILA
Nim : 1705036167
Semester : IX
Jurusan / Prodi : S1 Perbankan Syariah
Alamat : Patemon, Gunungpati, Kota Semarang
Tujuan Penelitian : Mencari data untuk penyusunan Skripsi
Judul Skripsi : PENGARUH PENGETAHUAN DAN RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG DI BANK SYARIAH DENGAN MINAT MENABUNG SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Angkatan 2018)
Waktu Penelitian : 28 Juli 2021
Lokasi Penelitian : 285X+FFC, Tambakaji, Kec. Ngaliyan, Kota Semarang, Jawa Tengah 50185

Demikian surat permohonan pra riset, dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

A.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Lembaga,

FATONI H

Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang

KUESIONER

**PENGARUH PENGETAHUAN BANK SYARIAH DAN TINGKAT
RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG DI BANK
SYARIAH DENGAN MINAT MENABUNG SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam UIN Walisongo Angkatan 2018)**

Kepada Yth,

Saudara/i

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Dengan Hormat,

Saya Novriel Rindhu Salsabila mahasiswa tingkat akhir Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi S1 Perbankan Syariah. Dalam rangka penelitian skripsi pada program Strata 1 (S1) Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo yang berjudul **PENGARUH PENGETAHUAN BANK SYARIAH DAN TINGKAT RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG DI BANK SYARIAH DENGAN MINAT MENABUNG SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Angkatan 2018)**. Saya mohon kesediaan Saudara/i untuk mengisi angket (kuesioner) penelitian ini. Mengingat penelitian ini semata-mata untuk kepentingan akademik, saya mengharapkan jawaban yang sejujur-jujurnya sesuai pendapat anda. Sesuai kode etik penelitian, saya akan menjamin kerahasiaan identitas dari hasil kuesioner ini. Atas bantuan, kerjasama dan kesediaan Saudara/i dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner ini, saya ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Hormat Saya,

Novriel Rindhu Salsabila

DAFTAR KUESIONER

A. Petunjuk Pengisian

1. Kuesioner ini semata-mata untuk keperluan akademis, mohon dijawab dengan jujur.
2. Usahakanlah agar tidak ada jawaban yang dikosongkan.
3. Bacalah dan jawablah semua pertanyaan dengan teliti dan tidak ada yang terlewatkan.
4. Centang (✓) pada kolom yang tersedia dan pilih sesuai dengan keadaan.

B. Identitas Responden

Nama :

NIM :

Jenis Kelamin :

Program Studi :

C. Pertanyaan Penelitian

Pilihlah salah satu jawaban yang paling sesuai dengan pendapat saudara/i dengan memberikan tanda cek list (✓) pada kolom jawaban yang anda anggap paling sesuai.

Keterangan kolom jawaban:

1. STS : Sangat Tidak Setuju
2. TS : Tidak Setuju
3. KS : Kurang Setuju
4. S : Setuju
5. SS : Sangat Setuju

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
Variabel Pengetahuan tentang Perbankan Syariah						
1	Saya mengetahui tentang larangan riba dalam agama islam					
2	Saya mengetahui produk – produk yang ada di bank syariah					
3	Saya mengetahui tentang apa itu bank syariah					

4	Saya mengetahui perbedaan bank syariah dan bank konvensional					
5	Saya mengetahui cara menggunakan ATM, cara transfer sesama ataupun antar bank, dan cara menyimpan/ menarik uang melalui teller					
6	Saya mengetahui cara menggunakan mobile banking maupun internet banking					
Variabel Religiusitas						
1	Saya meyakini bahwa tiada tuhan selain Allah					
2	Saya mengerjakan perintah agama islam seperti, solat, puasa, zakat, haji (jika mampu)					
3	Saya merasa berdosa saat meninggalkan sholat					
4	Saya merasa doa-doa saya sering dikabulkan oleh Allah dan merasa ditolong Allah ketika dalam kesusahan					
5	Saya mematuhi dan menjalankan norma/aturan agama islam dalam kehidupan sehari-hari					
6	Saya berusaha jujur dalam keadaan apapun					
7	Saya mengetahui hukum-hukum Islam khususnya terkait dalam perbankan syariah					
8	Saya senang menghadiri pengajian atau ceramah baik secara langsung ataupun melalui media elektronik/media sosial					
Variabel Minat Menabung di Bank Syariah						
1	Saya selalu mencari informasi yang positif mengenai bank syariah					
2	Saya sering mengikuti perkembangan bank syariah dari tahun ke tahun					
3	Saya tertarik dengan layanan bank syariah					
4	Saya tertarik dengan produk-produk bank syariah					
5	Saya ingin menabung di bank syariah karena keinginan dari diri sendiri					
6	Saya ingin menabung di bank syariah karena mendapat pengaruh dari teman, keluarga dan masyarakat					
7	Saya menabung di bank syariah karena menabung di bank syariah merupakan bagian dari melaksanakan syariat islam					

8	Saya yakin menabung di bank syariah terhindar dari riba supaya mendapatkan keselamatan dunia dan ahirah					
Variabel Keputusan Menabung di Bank Syariah						
1	Saya merasa puas terhadap layanan yang ada di bank syariah					
2	Saya merasa puas terhadap produk-produk yang ada di bank syariah					
3	Saya memilih bank syariah karena sesuai dengan prinsip syariah					
4	Saya merasa yakin bertransaksi di bank syariah					
5	Saya memutuskan menjadi nasabah bank syariah karena sesuai dengan prinsip syariah Islam					
6	Saya memutuskan menjadi nasabah bank syariah dan tidak akan berpindah ke bank lain selain di bank syariah					
7	Saya akan merekomendasikan bank syariah kepada orang-orang di sekeliling saya					
8	Saya selalu mendiskusikan kebaikan-kebaikan tentang bank syariah dan mengajak orang lain untuk menabung di bank syariah					

Lampiran 2: Tabulasi Data Responden

TABULASI DATA RESPONDEN VARIABEL PENGETAHUAN (X1)

Responden	Pengetahuan (X1)						TOTAL X1
	X11	X12	X13	X14	X15	X16	
1	4	3	4	4	3	4	22
2	5	3	5	5	5	5	28
3	5	5	5	5	5	5	30
4	5	4	4	4	4	5	26
5	4	5	5	5	5	4	28
6	4	5	5	4	4	4	26
7	5	5	5	5	5	4	29
8	5	4	4	4	4	4	25
9	5	5	5	5	5	5	30
10	4	5	5	4	4	3	25
11	5	5	5	5	4	4	28
12	5	5	5	5	5	3	28
13	5	5	5	5	5	5	30
14	4	4	5	4	4	4	25
15	4	5	4	4	5	4	26
16	5	5	5	5	5	5	30
17	5	4	5	5	5	4	28
18	3	4	5	5	5	4	26
19	4	4	4	4	4	4	24
20	5	5	5	5	5	5	30
21	5	4	4	4	4	3	24
22	5	5	5	5	4	4	28
23	5	5	5	5	5	5	30
24	5	3	4	4	5	3	24
25	5	2	4	4	5	5	25
26	5	5	5	5	5	5	30
27	5	5	5	5	5	3	28
28	4	4	5	5	5	5	28
29	5	4	4	4	4	5	26
30	4	3	4	5	5	5	26
31	5	5	5	5	5	5	30
32	5	4	4	4	5	5	27
33	5	4	4	4	4	4	25

34	5	5	5	5	5	5	30
35	5	4	5	5	5	5	29
36	5	5	5	5	5	5	30
37	5	5	5	5	2	5	27
38	5	4	4	5	5	4	27
39	4	4	4	4	4	4	24
40	5	5	5	5	5	5	30
41	5	4	5	4	5	4	27
42	5	5	5	5	5	5	30
43	5	5	5	5	5	4	29
44	5	4	5	5	5	5	29
45	5	5	5	5	5	5	30
46	4	4	4	4	4	3	23
47	5	5	5	5	5	5	30
48	4	4	4	5	4	4	25
49	5	3	4	5	5	5	27
50	5	4	4	4	4	3	24
51	5	5	5	5	5	5	30
52	5	5	5	5	5	5	30
53	4	4	4	4	4	3	23
54	4	4	4	4	4	3	23
55	4	4	4	4	4	4	24
56	5	4	4	4	5	4	26
57	5	5	5	5	5	5	30
58	4	3	4	4	4	5	24
59	4	4	4	4	4	4	24
60	5	4	5	4	5	5	28
61	5	5	5	5	5	5	30
62	5	4	4	4	4	4	25
63	4	4	4	4	4	3	23
64	4	4	4	3	5	5	25
65	5	4	4	4	4	5	26
66	5	5	5	5	5	5	30
67	5	4	4	5	5	5	28
68	5	4	5	5	4	5	28
69	5	5	5	5	5	4	29
70	5	4	5	5	5	5	29
71	4	4	4	4	4	4	24
72	5	4	4	4	4	4	25

73	5	5	5	5	5	5	30
74	4	4	4	5	4	4	25
75	5	5	5	5	5	5	30
76	4	3	4	5	5	5	26
77	5	5	5	5	5	5	30
78	5	3	4	5	5	5	27
79	5	4	4	4	5	5	27
80	4	4	4	4	4	2	22
81	5	4	4	3	5	5	26
82	5	5	5	5	4	5	29
83	5	5	5	5	5	4	29

TABULASI DATA RESPONDEN VARIABEL RELIGIUSITAS (X2)

Responden	Religiusitas (X2)								TOTAL X2
	X21	X22	X23	X24	X25	X26	X27	X28	
1	4	4	4	4	4	4	4	3	31
2	5	4	5	4	4	4	5	4	35
3	5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	5	5	5	4	4	5	4	4	36
5	5	5	5	4	5	4	4	4	36
6	5	5	5	5	4	5	3	5	37
7	5	5	5	4	5	5	4	3	36
8	5	5	5	4	4	4	4	4	35
9	5	5	5	5	4	4	4	3	35
10	5	5	5	5	5	5	4	4	38
11	5	5	5	5	5	5	4	3	37
12	5	5	5	5	5	5	5	3	38
13	5	5	5	3	5	4	4	4	35
14	5	5	5	4	4	4	4	3	34
15	5	5	5	5	5	5	5	5	40
16	5	5	5	5	5	5	4	3	37
17	5	5	5	4	4	4	4	4	35
18	5	5	4	5	5	5	4	3	36
19	5	5	5	5	5	5	4	4	38
20	5	5	5	5	5	5	5	5	40
21	5	5	5	5	4	5	4	4	37
22	5	5	5	4	5	4	5	5	38
23	5	5	5	5	4	5	5	3	37

24	5	5	5	5	5	4	4	4	37
25	5	5	5	5	4	4	3	3	34
26	5	5	5	5	3	5	3	3	34
27	5	5	5	5	4	3	3	2	32
28	5	5	5	5	5	3	5	5	38
29	5	5	5	5	5	5	4	4	38
30	5	5	5	5	5	4	4	4	37
31	5	5	5	5	5	5	5	5	40
32	5	5	5	5	5	5	4	4	38
33	5	5	5	5	5	5	4	4	38
34	5	5	5	4	4	4	4	4	35
35	5	5	5	4	4	4	4	4	35
36	5	5	5	5	5	5	5	5	40
37	5	5	5	5	5	5	5	2	37
38	5	5	5	5	5	5	5	5	40
39	4	4	4	4	4	4	4	4	32
40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
41	5	5	5	5	4	4	3	3	34
42	5	5	5	4	5	5	5	3	37
43	5	4	5	4	4	4	4	4	34
44	5	5	5	5	5	5	4	4	38
45	5	5	5	5	4	5	5	3	37
46	5	4	5	5	3	4	4	3	33
47	5	5	5	5	5	5	5	4	39
48	5	4	4	5	4	4	4	4	34
49	5	5	5	5	5	5	4	5	39
50	5	4	5	5	4	4	3	5	35
51	5	5	5	5	5	5	5	5	40
52	5	5	5	5	5	5	4	4	38
53	5	5	5	4	4	4	4	4	35
54	5	5	5	5	4	4	3	3	34
55	5	5	5	5	5	5	4	4	38
56	5	5	5	4	4	4	4	3	34
57	5	4	4	5	4	4	4	3	33
58	5	4	5	4	4	4	4	4	34
59	5	5	5	4	4	4	4	3	34
60	5	5	5	5	5	4	4	3	36
61	5	5	5	5	5	5	5	5	40
62	5	5	5	5	4	4	4	4	36

63	3	4	3	3	3	3	4	3	26
64	5	5	5	5	5	5	4	4	38
65	5	5	5	5	5	5	5	5	40
66	5	5	5	5	4	4	4	4	36
67	5	5	5	4	4	5	4	4	36
68	5	5	5	5	5	5	4	5	39
69	5	5	5	5	5	5	5	5	40
70	5	5	5	5	5	5	4	4	38
71	4	4	4	4	4	4	4	4	32
72	5	5	5	4	3	3	3	3	31
73	5	5	5	4	5	5	4	5	38
74	5	5	5	5	4	4	4	5	37
75	5	5	5	5	5	5	5	3	38
76	5	5	5	5	4	4	3	3	34
77	5	4	5	5	5	5	5	5	39
78	5	5	5	5	5	4	3	5	37
79	5	5	5	5	5	5	4	4	38
80	4	4	4	4	4	4	4	3	31
81	5	5	5	4	4	4	3	3	33
82	5	5	5	5	5	5	4	3	37
83	5	4	5	5	4	4	4	4	35

TABULASI DATA RESPONDEN VARIABEL MINAT MENABUNG (Z)

Responden	Minat Menabung (Z)								TOTAL Z
	Z1	Z2	Z3	Z4	Z5	Z6	Z7	Z8	
1	3	2	4	4	4	4	4	4	29
2	4	4	4	3	4	3	3	4	29
3	5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	5	5	2	4	3	31
5	4	5	5	5	3	4	4	5	35
6	5	3	4	4	4	3	4	4	31
7	5	4	4	4	3	3	5	5	33
8	4	4	4	4	4	3	4	4	31
9	4	3	4	4	4	3	4	4	30
10	3	4	4	4	4	5	5	5	34
11	5	5	5	5	5	3	5	4	37

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

51	5	5	5	5	5	5	4	5	39
52	4	4	5	5	5	1	5	5	34
53	4	4	4	4	4	3	4	4	31
54	4	4	4	4	4	3	4	4	31
55	4	3	3	4	3	3	3	3	26
56	3	3	4	4	4	1	4	4	27
57	4	5	4	4	5	3	4	5	34
58	4	4	5	4	5	4	4	3	33
59	4	3	4	4	4	3	4	4	30
60	4	4	4	4	4	3	4	4	31
61	5	5	5	5	5	1	5	5	36
62	4	4	4	4	4	4	3	4	31
63	4	3	4	3	3	3	3	4	27
64	3	3	4	4	4	4	3	4	29
65	3	4	4	4	3	3	3	3	27
66	4	4	4	4	3	2	2	2	25
67	4	4	4	4	4	2	4	5	31
68	4	4	5	5	5	3	4	5	35
69	5	4	5	5	5	4	5	5	38
70	5	3	4	4	5	1	4	5	31
71	4	4	4	4	4	4	5	4	33
72	3	2	3	4	4	3	4	4	27
73	4	4	5	5	5	3	5	4	35
74	5	3	5	4	5	5	5	5	37
75	5	5	5	5	5	5	5	5	40
76	3	3	3	3	4	2	3	3	24
77	4	4	3	4	5	3	2	4	29
78	4	4	4	4	4	3	3	3	29
79	4	4	4	4	5	4	4	4	33
80	3	3	4	4	4	3	4	4	29
81	2	2	3	3	4	4	4	3	25
82	4	4	4	4	4	3	5	5	33
83	4	4	5	5	5	4	4	4	35

TABULASI DATA RESPONDEN VARIABEL KEPUTUSAN MENABUNG (Y)

Responden	Keputusan Menabung (Y)								TOTAL Y
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	32

2	4	4	3	4	4	3	3	3	28
3	5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	5	4	4	5	3	4	4	33
5	4	5	4	4	5	4	5	4	35
6	3	4	4	4	3	3	5	4	30
7	5	5	5	5	5	5	5	5	40
8	3	3	4	4	4	3	4	4	29
9	4	4	4	4	4	4	4	4	32
10	4	4	3	4	4	3	4	4	30
11	5	4	5	5	5	5	5	5	39
12	4	4	5	5	5	5	5	5	38
13	3	3	4	4	3	3	4	4	28
14	4	4	4	4	4	4	3	3	30
15	5	5	5	5	5	5	5	5	40
16	4	4	4	4	4	3	3	2	28
17	4	4	3	3	3	2	3	3	25
18	4	4	4	4	5	3	4	3	31
19	4	4	4	4	4	4	4	4	32
20	5	5	5	5	5	5	5	5	40
21	4	4	5	4	5	5	5	5	37
22	4	4	5	3	4	3	3	5	31
23	5	5	5	5	5	5	5	5	40
24	4	4	4	3	3	2	4	3	27
25	4	3	4	3	4	3	4	3	28
26	2	2	2	2	2	2	2	2	16
27	4	3	4	4	4	2	3	3	27
28	5	5	5	5	5	5	5	5	40
29	4	4	4	4	4	4	4	4	32
30	4	4	4	4	3	4	4	4	31
31	5	5	5	5	5	5	5	5	40
32	4	3	3	3	3	3	3	3	25
33	4	4	4	4	4	3	3	3	29
34	4	4	4	4	4	2	4	2	28
35	3	3	4	4	4	3	4	4	29
36	5	5	5	5	5	5	5	5	40
37	5	5	5	5	5	3	5	3	36
38	4	4	4	4	4	4	4	4	32
39	4	4	4	4	4	4	4	4	32
40	5	5	5	5	5	5	5	5	40

41	4	4	4	4	4	3	3	3	29
42	5	5	5	5	5	4	4	4	37
43	4	4	4	4	4	4	4	4	32
44	4	4	4	4	4	4	4	4	32
45	2	4	4	3	4	3	4	4	28
46	4	4	3	4	3	3	3	4	28
47	5	5	5	5	5	4	5	5	39
48	4	4	4	5	4	4	4	4	33
49	5	4	5	5	4	3	4	5	35
50	3	5	4	4	4	4	4	2	30
51	5	5	5	5	5	5	5	5	40
52	5	4	5	5	5	4	4	4	36
53	4	4	4	4	4	4	4	4	32
54	4	3	5	5	5	4	4	4	34
55	3	4	5	4	3	1	3	3	26
56	3	4	4	5	5	2	4	4	31
57	4	4	4	4	5	4	5	5	35
58	4	4	4	4	3	3	4	4	30
59	4	4	4	4	4	3	4	4	31
60	3	3	3	3	3	3	3	3	24
61	5	5	5	5	5	3	3	3	34
62	4	4	4	4	4	4	4	4	32
63	3	3	4	3	3	4	3	4	27
64	4	4	4	3	4	3	3	3	28
65	4	3	4	4	4	4	3	4	30
66	2	2	3	3	2	2	4	5	23
67	4	4	4	4	4	3	3	3	29
68	5	4	5	5	5	3	5	5	37
69	5	5	5	5	5	5	5	5	40
70	4	4	5	5	5	3	4	5	35
71	5	4	4	5	4	4	4	4	34
72	3	3	4	4	4	2	3	4	27
73	5	4	4	5	5	4	4	4	35
74	5	5	5	5	5	5	5	5	40
75	5	5	5	5	5	5	5	5	40
76	3	3	3	3	3	2	3	3	23
77	4	5	5	4	4	2	5	5	34
78	4	3	3	4	3	3	3	4	27
79	4	4	4	4	4	2	4	4	30

80	3	3	4	4	4	3	4	3	28
81	4	3	3	4	4	3	3	2	26
82	5	4	5	5	5	3	4	3	34
83	4	4	4	4	4	4	5	4	33

Lampiran 3: Hasil Uji Validitas

Uji Validitas Variabel Pengetahuan

Correlations								
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	Pengetahuan
P1	Pearson Correlation	1	-.014	.187	.234	.068	.243	.425*
	Sig. (2-tailed)		.943	.323	.212	.720	.195	.019
	N	30	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	-.014	1	.495**	.173	-.014	-.021	.599**
	Sig. (2-tailed)	.943		.005	.360	.943	.914	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	.187	.495**	1	.339	.317	-.013	.717**
	Sig. (2-tailed)	.323	.005		.067	.088	.945	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	.234	.173	.339	1	.562**	.230	.681**
	Sig. (2-tailed)	.212	.360	.067		.001	.222	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	.068	-.014	.317	.562**	1	.243	.550**
	Sig. (2-tailed)	.720	.943	.088	.001		.195	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30
P6	Pearson Correlation	.243	-.021	-.013	.230	.243	1	.452*
	Sig. (2-tailed)	.195	.914	.945	.222	.195		.012
	N	30	30	30	30	30	30	30
Pengetahuan	Pearson Correlation	.425*	.599**	.717**	.681**	.550**	.452*	1
	Sig. (2-tailed)	.019	.000	.000	.000	.002	.012	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Uji Validitas Variabel Religiusitas

Correlations

		R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7	R8	Religiusitas
R1	Pearson Correlation	1	.259	.850**	.196	.338	.119	.117	.117	.536**
	Sig. (2-tailed)		.167	.000	.299	.068	.532	.540	.540	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
R2	Pearson Correlation	.259	1	.196	.523**	-.060	.316	.283	.117	.484**
	Sig. (2-tailed)	.167		.299	.003	.754	.088	.130	.540	.007
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
R3	Pearson Correlation	.850**	.196	1	.423*	.398*	.023	.137	.137	.570**
	Sig. (2-tailed)	.000	.299		.020	.029	.903	.470	.470	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
R4	Pearson Correlation	.196	.523**	.423*	1	.047	.198	-.010	-.010	.386*
	Sig. (2-tailed)	.299	.003	.020		.806	.295	.959	.959	.035
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
R5	Pearson Correlation	.338	-.060	.398*	.047	1	.205	.271	.271	.595**
	Sig. (2-tailed)	.068	.754	.029	.806		.276	.147	.147	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
R6	Pearson Correlation	.119	.316	.023	.198	.205	1	.379*	.202	.595**
	Sig. (2-tailed)	.532	.088	.903	.295	.276		.039	.286	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
R7	Pearson Correlation	.117	.283	.137	-.010	.271	.379*	1	.327	.662**
	Sig. (2-tailed)	.540	.130	.470	.959	.147	.039		.078	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
R8	Pearson Correlation	.117	.117	.137	-.010	.271	.202	.327	1	.592**
	Sig. (2-tailed)	.540	.540	.470	.959	.147	.286	.078		.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Religiusitas	Pearson Correlation	.536**	.484**	.570**	.386*	.595**	.595**	.662**	.592**	1

Sig. (2-tailed)	.002	.007	.001	.035	.001	.001	.000	.001	
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Uji Validitas Variabel Minat Menabung

Correlations										
		MM1	MM2	MM3	MM4	MM5	MM6	MM7	MM8	Minat Menabung
MM1	Pearson Correlation	1	.503**	.758**	.707**	.247	.195	.240	.195	.795**
	Sig. (2-tailed)		.005	.000	.000	.187	.303	.201	.303	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
MM2	Pearson Correlation	.503**	1	.465**	.541**	.394*	.045	.075	.045	.724**
	Sig. (2-tailed)	.005		.010	.002	.031	.812	.694	.812	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
MM3	Pearson Correlation	.758**	.465**	1	.761**	.297	.283	.090	.283	.783**
	Sig. (2-tailed)	.000	.010		.000	.111	.129	.635	.129	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
MM4	Pearson Correlation	.707**	.541**	.761**	1	.358	.395*	.261	.395*	.844**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000		.052	.031	.164	.031	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
MM5	Pearson Correlation	.247	.394*	.297	.358	1	.191	.178	.191	.408*
	Sig. (2-tailed)	.187	.031	.111	.052		.311	.347	.311	.025
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
MM6	Pearson Correlation	.195	.045	.283	.395*	.191	1	.451*	1.000**	.488**
	Sig. (2-tailed)	.303	.812	.129	.031	.311		.012	.000	.006
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
MM7	Pearson Correlation	.240	.075	.090	.261	.178	.451*	1	.451*	.416*
	Sig. (2-tailed)	.201	.694	.635	.164	.347	.012		.012	.022

	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
MM8	Pearson Correlation	.195	.045	.283	.395*	.191	1.000**	.451*	1	.488**
	Sig. (2-tailed)	.303	.812	.129	.031	.311	.000	.012		.006
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Minat Menabung	Pearson Correlation	.795**	.724**	.783**	.844**	.408*	.488**	.416*	.488**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.025	.006	.022	.006	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Uji Validitas Variabel Keputusan Menabung

Correlations										
		KM1	KM2	KM3	KM4	KM5	KM6	KM7	KM8	Keputusan Menabung
KM1	Pearson Correlation	1	.691**	.479**	.437*	.535**	.386*	.626**	.478**	.662**
	Sig. (2-tailed)		.000	.007	.016	.002	.035	.000	.008	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KM2	Pearson Correlation	.691**	1	.771**	.764**	.559**	.640**	.708**	.780**	.892**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KM3	Pearson Correlation	.479**	.771**	1	.829**	.577**	.519**	.549**	.594**	.819**
	Sig. (2-tailed)	.007	.000		.000	.001	.003	.002	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KM4	Pearson Correlation	.437*	.764**	.829**	1	.559**	.640**	.522**	.724**	.871**
	Sig. (2-tailed)	.016	.000	.000		.001	.000	.003	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KM5	Pearson Correlation	.535**	.559**	.577**	.559**	1	.407*	.600**	.373*	.700**
	Sig. (2-tailed)	.002	.001	.001	.001		.026	.000	.042	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

KM6	Pearson Correlation	.386*	.640**	.519**	.640**	.407*	1	.579**	.742**	.773**
	Sig. (2-tailed)	.035	.000	.003	.000	.026		.001	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KM7	Pearson Correlation	.626**	.708**	.549**	.522**	.600**	.579**	1	.667**	.797**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.003	.000	.001		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KM8	Pearson Correlation	.478**	.780**	.594**	.724**	.373*	.742**	.667**	1	.852**
	Sig. (2-tailed)	.008	.000	.001	.000	.042	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Keputusan Menabung	Pearson Correlation	.662**	.892**	.819**	.871**	.700**	.773**	.797**	.852**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Lampiran 4: Hasil Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas Variabel Pengetahuan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.723	.757	7

Uji Reliabilitas Variabel Religiusitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.725	.794	9

Uji Reliabilitas Variabel Minat Menabung

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.777	.865	9

Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Menabung

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.816	.942	9

Lampiran 5: Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			83
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		2.91185584
Most Extreme Differences	Absolute		.065
	Positive		.062
	Negative		-.065
Test Statistic			.065
Asymp. Sig. (2-tailed)			.200 ^{c,d}
Monte Carlo Sig. (2-tailed) Sig.			.856 ^e
99% Confidence Interval Lower Bound			.847
Upper Bound			.865

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

e. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-4.656	4.772		-.976	.332		
Pengetahuan	-.058	.155	-.028	-.375	.709	.751	1.331
Religiusitas	.293	.152	.153	1.923	.058	.648	1.542
Minat Menabung	.884	.087	.747	10.120	.000	.755	1.324

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung

Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.721	2.972		-.242	.809
Pengetahuan	.060	.097	.078	.621	.536
Religiusitas	.142	.095	.202	1.500	.138
Minat Menabung	-.123	.054	-.281	-2.257	.027

a. Dependent Variable: ABS_RES2

Uji Heteroskedastisitas setelah ditambahkan metode *weighted least square*

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.003	.004		-.760	.449
Pengetahuan_	.100	.086	.343	1.164	.248
Religiusitas_	.048	.072	.209	.664	.508
Minat Menabung	7.258E-7	.000	.086	.375	.709

a. Dependent Variable: ABS_RES1

Lampiran 6: Hasil Uji Kelayakan Model

Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.821 ^a	.675	.662	2.967

a. Predictors: (Constant), Minat Menabung, Pengetahuan, Religiusitas

b. Dependent Variable: Keputusan Menabung

Uji F Statistik

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1442.995	3	480.998	54.653	.000 ^b
Residual	695.270	79	8.801		
Total	2138.265	82			

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung

b. Predictors: (Constant), Minat Menabung, Pengetahuan, Religiusitas

Lampiran 7: Hasil Uji Hipotesis

Uji T Statistik

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-4.656	4.772		-.976	.332
Pengetahuan	-.058	.155	-.028	-.375	.709
Religiusitas	.293	.152	.153	1.923	.058
Minat Menabung	.884	.087	.747	10.120	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.674	6.105		.110	.912
Pengetahuan	.228	.197	.129	1.158	.250
Religiusitas	.676	.179	.419	3.771	.000

a. Dependent Variable: Minat Menabung

Uji Analisis Jalur

MODEL 1

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.495 ^a	.245	.226	3.795

a. Predictors: (Constant), Religiusitas, Pengetahuan

b. Dependent Variable: Minat Menabung

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.674	6.105		.110	.912
Pengetahuan	.228	.197	.129	1.158	.250
Religiusitas	.676	.179	.419	3.771	.000

a. Dependent Variable: Minat Menabung

MODEL 2

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.821 ^a	.675	.662	2.967

a. Predictors: (Constant), Minat Menabung, Pengetahuan, Religiusitas

b. Dependent Variable: Keputusan Menabung

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-4.656	4.772		-.976	.332
Pengetahuan	-.058	.155	-.028	-.375	.709
Religiusitas	.293	.152	.153	1.923	.058
Minat Menabung	.884	.087	.747	10.120	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Novriel Rindhu Salsabila

Tempat, Tanggal Lahir : Semarang, 9 Nopember 1999

Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Kebangsaan : Indonesia

Email : novriels@gmail.com

No Telepon/HP : 089516377391

Alamat : Patemon baru I/VII, Patemon, Gunungpati, Semarang



Riwayat Pendidikan :

1. RA Rouhlotul Huda Tahun Lulus 2005
2. MI Roudlotul Huda Tahun Lulus 2011
3. SMP Islam Roudlotus Saidiyyah Tahun Lulus 2014
4. SMK Islam Roudlotus Saidiyyah Tahun Lulus 2017
5. Prodi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang

Pengalaman Organisasi :

1. Sie. Humas OSIS SMK Islam Roudlotus Saidiyyah 2014-2015.
2. Bendahara OSIS SMK Islam Roudlotus Saidiyyah 2015-2016.
3. Anggota Jam'iyatul Qurra' Wal Huffadz eL-Fasya & eL-Febi's Tahun 2018/2019 di UIN Walisongo Semarang.
4. Relawan BAZNAS KOTA SEMARANG Tahun 2018-2021.