

**PENGARUH PENGETAHUAN, RELIGIUSITAS DAN PERSEPSI SANTRI  
PONDOK PESANTREN PUTRI TAHFIDZUL QUR'AN AL-HIKMAH  
TUGUREJO SEMARANG TENTANG PERBANKAN SYARIAH  
TERHADAP MINAT MENJADI NASABAH BANK SYARIAH**

**SKRIPSI**

Disusun untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Program Strata 1  
dalam Ilmu Perbankan Syariah



Disusun Oleh:

**NISA AULIA ROHMAH**

**1805036158**

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

**2022**

## HALAMAN PERSETUJUAN



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

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan Telp. (024) 7608454 Semarang 50185  
Website: [febi.walisongo.ac.id](http://febi.walisongo.ac.id) – Email: [febiwalisongo@gmail.com](mailto:febiwalisongo@gmail.com)

---

### PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (Empat) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi

An. Nisa Aulia Rohmah

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo Semarang

***Assalamu'alaikum Wr. Wb***

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

**Nama** : Nisa Aulia Rohmah

**NIM** : 1805036158

**Jurusan** : S1 Perbankan Syariah

**Judul Skripsi** : Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, dan Persepsi Santri PPTQ Al-Hikmah Tugurejo Semarang Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah

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

***Wassalamu'alaikum Wr.Wb.***

Pembimbing I

**Dr. H. Muhlis, M. Si.**  
NIP.196101171988031002

Semarang, 30 November 2022

Pembimbing II

**Fita Nurotul Faizah, ME.**  
NIP. 199405032019032026

## PENGESAHAN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan Telp. (024) 7000454 Semarang 50185  
Website : febi.walisongo.ac.id – Email : febi.walisongo@gmail.com

### PENGESAHAN

Naskah skripsi berikut ini:

Judul Skripsi : Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, dan Persepsi Santri Pondok Pesantren Putri Tahfidzul Qur'an Al-Hikmah Tugurejo Semarang Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah

Penulis : Nisa Aulia Rohmah  
NIM : 1805036158  
Jurusan : SI Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Telah diujikan dalam sidang *munaqosyah* oleh Dewan penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo dan dinyatakan LULUS sidang pada tanggal:

26 Desember 2022

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar sarjana starta 1 tahun akademik 2022/2023.

Semarang, 26 Desember 2022

### DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang,

**Warno, S.E., M.Si.**  
NIP. 198307212015031002

Sekretaris Sidang,

**Fita Nurotul Faizah, M.F.**  
NIP. 199405032019032026

Penguji I,

**Ade Yusuf Mujaddid, M.A.**  
NIP. 196701191998031002

Penguji II,

**Ferry Khululul Ubarok, M.A.**  
NIP. 199005242018011001

Pembimbing I,

**Dr. H. Muhlis, M. Si.**  
NIP. 196101171988031002

Pembimbing II,

**Fita Nurotul Faizah, M.F.**  
NIP. 199405032019032026



## MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ( ٥ ) إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ( ٦ )

"Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu pasti ada kemudahan. Sesungguhnya sesudah kesulitan ada kemudahan."

(QS. Al-Insyirah : 5-6)

## **PERSEMBAHAN**

Alhamdulillah, Saya panjatkan puji syukur kepada Allah SWT atas segala ridha dan rahmat yang diberikan serta kesempatan untuk dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Bapak dan Ibu tercinta (Bapak Supriyanto dan Ibu Eko Yuliana) yang selalu memberi dukungan, semangat, motivasi dan kasih sayang yang teramat besar. Terimakasih untuk cinta kasih sayang kalian.
2. Adik tersayang (Achmat Nova Azizul Khakim) yang selalu memberikan semangat dan menghibur penulis saat mengerjakan skripsi.
3. Dosen pembimbing Bapak. Dr. H. Muhlis, M.Si dan Ibu Fita Nurotul Faizah, ME yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membimbing dan memberikan arahan guna menyelesaikan skripsi saya, semoga selalu diberikan kesehatan dan keberkahan oleh Allah SWT.
4. Sahabat-sahabat penulis Ana, Novi, Aulia, Lilis, Khetrin, Dwi, Dian, dan Desi yang membersamai penulis selama perkuliahan serta memberikan semangat dan motivasi atas penyusunan skripsi.
5. Almamater tercinta UIN Walisongo Semarang.

## DEKLARASI

Dengan penuh tanggungjawab dan kejujuran, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang telah ditulis maupun diterbitkan orang lain. Demikian skripsi ini tidak berisi satupun ide-ide orang lain, kecuali informasi yang ada dalam referensi yang dijadikan sebagai bahan rujukan oleh penulis.

Semarang, 30 November 2022

Deklarator



**Nisa Aulia Rohmah**

**NIM. 1805036158**

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987

### A. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	-	tidak dilambangkan
ب	bā`	b	-
ت	tā`	t	-
ث	śā`	ś	s (dengan titik di atasnya)
ج	Jīm	j	-
ح	hā`	ḥ	(dengan titik di bawahnya)
خ	khā`	kh	-
د	Dal	d	-
ذ	Żal	ż	z (dengan titik di atasnya)
ر	rā`	r	-
ز	Zai	z	-
س	Sīn	s	-
ش	Syīn	sy	-
ص	Şād	ş	s (dengan titik di bawahnya)
ض	Dād	ḍ	d (dengan titik di bawahnya)
ط	ṭā`	ṭ	t (dengan titik di bawahnya)
ظ	zā`	ẓ	z (dengan titik di bawahnya)
ع	‘ain	‘	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	-
ف	fā`	f	-
ق	Qāf	q	-
ك	Kāf	k	-
ل	Lām	l	-
م	Mīm	m	-
ن	Nūn	n	-
و	Wāwu	w	-
ه	Hā`	h	-
ء	Hamzah	'	apostrof, tetapi lambing ini tidak dipergunakan untuk hamzah di awal kata
ي	yā`	y	-

## B. Vokal

### a. Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
—	Fathah	A	a
—	Kasrah	I	i
—	Dammah	U	u

### b. Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
...يَ	Fathah dan ya	Ai	a dan u
...وُ	Fathah dan wau	Au	a dan u

## C. Syaddah (-)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh: نَزَّلَ nazzala , البِرُّ al-birr

## D. Kata Sandang

Kata sandang ( ...ال) ditulis dengan al- .. misal القِيَّاسُ ditulis *al-qiyās*. Al ditulis dengan huruf kecil kecuali jika terletak pada permulaan kalimat.

## E. Ta' Marbutah (ة)

### a. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

### b. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

### c. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".



## ABSTRAK

Perbankan syariah pada saat ini telah berkembang secara pesat dan disambut baik oleh masyarakat muslim khususnya para santri di pondok pesantren. Pondok pesantren merupakan basis penanaman dan pengembangan ajaran Islam di Indonesia. Berdasarkan pemahaman agama yang dimiliki santri seharusnya santri lebih sadar terhadap hal-hal yang berkaitan dengan riba dan bunga bank. Namun, pada kenyataannya masih ditemukan banyaknya santri yang menjadi nasabah di bank konvensional. Hal ini tentunya bertolak belakang dengan religiusitas santri. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pengetahuan, religiusitas, dan persepsi santri PPTQ Al-Hikmah Tugurejo Semarang tentang perbankan syariah terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah.

Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif dengan metode penelitian *field research* (penelitian lapangan). Data diperoleh dengan menggunakan kuesioner (angket), wawancara, dan dokumentasi. Sementara itu, populasi penelitian ini sebanyak 315 santri dengan jumlah sampel 76 santri PPTQ Al-Hikmah Tugurejo Semarang dipilih dengan teknik *purposive sampling* menggunakan rumus slovin. Analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi berganda dengan alat bantu SPSS versi 26. Data diolah menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, dan uji statistik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. Sedangkan pengetahuan dan persepsi secara parsial berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. Adapun secara simultan, pengetahuan, religiusitas dan persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah dengan  $F_{hitung} 35.035 > F_{tabel} 2,73$ . Selanjutnya nilai dari koefisien determinan ( $R^2$ ) didapatkan sebesar 0,577 atau 57,7%, sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

**Kata Kunci : Pengetahuan, Religiusitas, Persepsi, Minat, PPTQ Al-Hikmah Tugurejo Semarang.**

## **ABSTRACT**

*Sharia banking at this time has developed rapidly and was welcomed by the Muslim community, especially the students at Islamic boarding schools. Islamic boarding schools are the basis for planting and developing Islamic teachings in Indonesia. Based on the religious understanding possessed by the santri, the santri should be more aware of matters relating to usury and bank interest. However, in reality there are still many students who become customers at conventional banks. This is certainly contrary to the religiosity of students. The purpose of this study was to determine the effect of knowledge, religiosity, and perceptions of PPTQ Al-Hikmah Tugurejo Semarang students about Islamic banking on their intention to become customers in Islamic banks.*

*The type of research used is descriptive quantitative with field research research methods (field research). Data obtained by using a questionnaire (questionnaire), interviews, and documentation. Meanwhile, the population of this study was 315 students with a total sample of 76 students of PPTQ Al-Hikmah Tugurejo Semarang selected by purposive sampling technique using the slovin formula. The data analysis used was multiple regression analysis with SPSS version 26. The data was processed using validity, reliability, classical assumption tests, and statistical tests.*

*The results showed that religiosity partially had a positive and significant effect on the intention to become a customer of an Islamic bank. While knowledge and perceptions partially have a positive but not significant effect on the intention to become a customer of an Islamic bank. Simultaneously, knowledge, religiosity and perception have a positive and significant effect on the intention to become a customer of an Islamic bank with  $F_{count} 35,035 > F_{table} 2.73$ . Furthermore, the value of the determinant coefficient ( $R^2$ ) was obtained at 0.577 or 57.7%, the rest was influenced by other variables outside this study.*

**Keywords: Knowledge, Religiosity, Perception, Interest, PPTQ Al-Hikmah Tugurejo Semarang.**

## KATA PENGANTAR

*Assalamualaikum Wr. Wb.*

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, hidayah serta inayah-Nya kepada saya, sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “*Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Persepsi Santri PPTQ Al-Hikmah Tugurejo Semarang Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah*” dengan baik. Penulis menyadari tanpa bimbingan serta motivasi dari berbagai pihak, skripsi ini tidak akan dapat diselesaikan dengan baik.

Skripsi ini disusun guna memenuhi dan melengkapi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang jurusan S1 Perbankan Syariah. Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak bantuan baik moril maupun materiil dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini dengan rasa hormat penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Imam Taufiq, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
3. Heny Yuningrum, S.E, M.Si., selaku Ketua Program Studi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
4. Dr. H. Muhlis, M.Si., selaku wali dosen serta dosen pembimbing I dan Fita Nurotul Faizah, ME., selaku dosen pembimbing II yang telah sabar memberikan arahan dan bimbingan selama penyusunan skripsi.
5. Dosen, Karyawan, serta Civitas Akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang telah memberikan ilmu, pengetahuan, pengalaman serta motivasi sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.

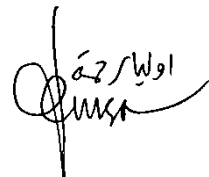
6. Sahabat-sahabat penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang selalu bersama dalam keadaan suka maupun duka dalam proses pengerjaan skripsi.
7. Teman-teman seperjuangan PBAS D angkatan 2018.
8. Semua pihak yang telah berkontribusi dalam menyelesaikan skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Dengan segala kebaikan yang telah diberikan, penulis tidak dapat membalas satu per satu, semoga Allah SWT mengganti semua kebaikan yang diberikan oleh semua pihak kepada penulis, Aamiin.

Penulis menyadari bahwa dalam menyelesaikan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu saran dan kritik yang membangun sangat dibutuhkan untuk menyempurnakan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya.

*Wassalamualaikum Wr. Wb.*

Semarang, 30 November 2022



Nisa Aulia Rohmah

NIM. 1805036158

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>i</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>DEKLARASI</b> .....	<b>v</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Sistematika Penulisan.....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>12</b>
2.1 Landasan Teori .....	12
2.1.1 <i>Theory of Planned Behavior</i> (Teori Perilaku Berencana).....	12
2.1.2 Minat .....	14
2.1.3 Faktor yang Mempengaruhi Minat .....	16
2.1.4 Indikator Minat.....	18
2.2 Pengetahuan.....	18
2.2.1 Definisi Pengetahuan .....	18
2.2.2 Faktor yang Mempengaruhi Pengetahuan.....	20
2.2.3 Indikator Pengetahuan.....	21

2.3	Religiusitas .....	21
2.3.1	Definisi Religiusitas .....	21
2.3.2	Faktor yang Mempengaruhi Religiusitas .....	22
2.3.3	Indikator Religiusitas .....	23
2.4	Persepsi.....	24
2.4.1	Definisi Persepsi .....	24
2.4.2	Proses Terjadinya Persepsi.....	26
2.4.3	Faktor yang Mempengaruhi Persepsi.....	26
2.4.4	Indikator Persepsi.....	27
2.5	Kerangka Pemikiran .....	28
2.6	Hipotesis.....	28
2.7	Penelitian Terdahulu.....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>36</b>
3.1	Jenis dan Metode Penelitian .....	36
3.1.1	Jenis Penelitian.....	36
3.1.2	Metode Penelitian.....	36
3.2	Sumber Penelitian.....	36
3.2.1	Data Primer .....	36
3.2.2	Data Sekunder .....	37
3.3	Populasi dan Sampel .....	37
3.3.1	Populasi.....	37
3.3.2	Sampel.....	37
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	39
3.4.1	Kuesioner atau Angket.....	39
3.4.2	Wawancara.....	39
3.4.3	Dokumentasi .....	40
3.5	Skala Pengukuran .....	40
3.6	Variabel dan Indikator Penelitian.....	40
3.6.1	Variabel Terikat ( <i>Dependen</i> ).....	41
3.6.2	Variabel Bebas ( <i>Independen</i> ).....	41
3.7	Uji Instrumen Penelitian.....	43

3.7.1	Uji Validitas .....	44
3.7.2	Uji Reliabilitas .....	44
3.8	Teknik Analisis Data .....	44
3.8.1	Uji Asumsi Klasik .....	45
3.8.2	Analisis Regresi Berganda .....	46
3.8.3	Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	46
3.8.4	Uji Simultan (F-test) .....	47
3.8.5	Uji Parsial (Uji T).....	47
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>48</b>
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	48
4.1.1	Sejarah Pondok Pesantren Al-Hikmah Tugurejo Semarang .....	48
4.1.2	Letak Geografis .....	49
4.1.3	Visi dan Misi .....	50
4.1.4	Struktur Kepengurusan.....	50
4.1.5	Gambaran Umum Pelaksanaan Kegiatan Santri Al-Hikmah.....	51
4.2	Karakteristik Responden .....	53
4.2.1	Usia .....	53
4.2.2	Pendidikan Terakhir .....	54
4.3	Analisis Deskriptif.....	54
4.4	Uji Kualitas Data .....	58
4.4.1	Uji Validitas .....	58
4.4.2	Uji Reliabilitas .....	59
4.5	Uji Asumsi Klasik .....	60
4.5.1	Uji Normalitas .....	60
4.5.2	Uji Multikolinieritas .....	61
4.5.3	Uji Heteroskedastisitas .....	62
4.6	Uji Regresi Berganda .....	63
4.7	Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	64
4.8	Uji Simultan (Uji F) .....	65
4.9	Uji Parsial (Uji T).....	66
4.10	Pembahasan Hasil Analisis Data .....	67

<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>71</b>
5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Saran .....	72
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>73</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b> .....	<b>79</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b> .....	



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Total Aset Perbankan Syariah .....	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	22
Tabel 3.1 Variabel dan Indikator Penelitian .....	42
Tabel 4.1 Identitas Responden (Usia) .....	53
Tabel 4.2 Identitas Responden (Pendidikan Terakhir) .....	54
Tabel 4.3 Analisis Deskriptif .....	55
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas .....	59
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas .....	60
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas .....	61
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas .....	62
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	63
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ ) .....	65
Tabel 4.14 Hasil Uji F .....	65
Tabel 4.15 Hasil Uji T .....	66

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian .....	28
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas .....	58
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	62

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Sejarah perkembangan peradaban manusia menunjukkan bahwa perjalanan manusia tidak terlepas dari faktor ekonomi yang menopang kehidupan manusia. Perkembangan ekonomi yang semakin maju membutuhkan reformasi untuk memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi ekonomi. Khususnya transaksi ekonomi syariah, juga harus direformasi untuk melaksanakan ajaran syariah. Karena Islam adalah agama yang relevan dengan *shalih likulli zaman wal makan*, artinya relevan di setiap zaman dan setiap tempat.<sup>1</sup> Keberadaan bank syariah sebagai lembaga yang memfasilitasi segala bentuk transaksi ekonomi syariah tentunya menjadi solusi bagi umat Islam agar terhindar dari transaksi yang tidak sesuai dengan prinsip syariah.<sup>2</sup>

Lembaga keuangan syariah adalah lembaga keuangan yang erat kaitannya dengan syiar agama Islam, dan kegiatan usahanya menerapkan prinsip-prinsip hukum Islam berdasarkan Al-Qur'an dan As-Sunnah. Salah satu produk lembaga keuangan syariah adalah perbankan syariah. Perbankan syariah lahir sebagai solusi alternatif atas pertentangan antara riba dan bunga bank. Riba berarti menetapkan bunga atau melebihkan jumlah pokok secara bathil dan menurut para ulama riba hukumnya haram.<sup>3</sup> Berikut merupakan beberapa lembaga keuangan perbankan dan juga lembaga keuangan non perbankan. Jenis lembaga keuangan dari perbankan yaitu BUS (Bank Umum Syariah), BPRS (Bank Pembiayaan Rakyat Syariah), UUS (Unit Usaha Syariah). Adapun jenis lembaga keuangan syariah non perbankan adalah Pegadaian Syariah, Asuransi Syariah, Reksa Dana Syariah, dan Baitul Mall Wa Tamwil.<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> Moh Faiz Maulana, "Upaya Memahami Islam Nusantara" dari <https://www.nu.or.id/opini/upaya-memahami-islam-nusantara-KDkzv>, diakses pada tanggal 30 september 2022 pukul 16.55 WIB.

<sup>2</sup> Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah*, Jakarta: Sinar Grafika, 2008, h. 1-2.

<sup>3</sup> Nurudin, et al., "Pengaruh Tingkat Pendidikan, Literasi Keuangan Syariah, dan Kebudayaan Terhadap Minat Menabung Santri Kota Semarang dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi", *El Mudhorib: Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol 2, No. 1, Juni 2021.

<sup>4</sup> *Ibid.*

Sebagai lembaga keuangan syariah, bank syariah dalam fungsinya tidak jauh berbeda dengan bank umum lainnya, yaitu menyalurkan dana dari pihak yang memiliki kelebihan keuangan kepada pihak yang kurang mampu secara finansial dalam berbagai produk jasa yang ditawarkan. Perbedaan utamanya terletak pada cara keuntungan diperoleh, dimana bank konvensional menggunakan sistem bunga, sedangkan perbankan syariah mengikuti konsep bagi hasil, yang melarang adanya bunga.<sup>5</sup> Bank syariah ini memiliki banyak keunggulan karena tidak hanya berdasarkan hukum syariah sehingga transaksi dan kegiatan menjadi halal, tetapi juga karena terbuka dan tidak hanya melayani nasabah muslim secara eksklusif tetapi juga nasabah non-muslim. Hal ini membuktikan bahwa bank syariah memberikan kesempatan yang sama kepada semua nasabah dan tidak membedakan nasabah.

Industri perbankan syariah di Indonesia jika dilihat dari tahun ke tahun terus meningkat. Hal ini bisa dilihat dari tabel berikut:

Tabel 1.1

Perkembangan Total Aset Perbankan Syariah 2018-2022

Tahun	Total Aset (Miliar Rupiah)
2018	477.327
2019	524.564
2020	593.948
2021	676.735
2022	726.274

Sumber : OJK Statistik Perbankan Syariah (data diolah)

Berdasarkan tabel 1.1 menunjukkan bahwa total aset perbankan syariah di Indonesia mengalami peningkatan dari 477.327 (Rp Miliar) tahun 2018 hingga pada tahun 2022 menjadi 726.274 (Rp Miliar). Hal ini menunjukkan adanya keberhasilan perbankan syariah di Indonesia dalam bermuamalah dengan prinsip-prinsip syariah.

---

<sup>5</sup> Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani Press, 2001, h.25

Adapun kondisi bank syariah dari sisi kinerja keuangan pada bulan agustus 2022 mencatatkan kinerja yang baik. Menurut statistik perbankan syariah yang diterbitkan Otoritas Jasa Keuangan, terdapat 13 bank umum syariah dengan 1.971 kantor, 20 unit usaha syariah dengan 427 kantor, dan 166 bank pembiayaan rakyat syariah dengan 649 kantor.<sup>6</sup> Indikator utama seperti aset, pembiayaan, dan dana pihak ketiga (DPK) tumbuh positif di atas perbankan nasional. Di antaranya, sisi aset meningkat 17,91%, pembiayaan meningkat 18,56%, dan DPK meningkat 18,08%.<sup>7</sup>

Berdasarkan data tersebut, mengingat pesatnya perkembangan perbankan syariah di Indonesia, perbankan syariah mestinya mendapat perhatian dan dukungan dari para santri, karena pesantren merupakan basis penyebaran dan pengembangan ajaran Islam di Indonesia.<sup>8</sup> Kalangan santri bisa di katakan sasaran yang tepat bagi pihak bank syariah untuk memperluas perkembangan produknya, karena bagi santri yang jauh di perantauan produk tabungan sangatlah dibutuhkan.

Al-Hikmah merupakan pondok pesantren putri tahfidzul qur'an yang didirikan oleh K.H Ahmad Amnan Muqodam pada tahun 1995. Pondok pesantren ini terletak di Tugurejo RT 07/ RW 01 Tugu Semarang. Jumlah santri yang menuntut ilmu di Pondok Pesantren Al-Hikmah kurang lebih 315 orang, yang sebagian besar santrinya adalah mahasiswa dari perguruan tinggi, yaitu UIN Walisongo yang tentunya sudah mendapatkan pengajaran dasar agama Islam.<sup>9</sup> Santri Pondok Pesantren Al-Hikmah di anggap sudah mengetahui banyak tentang perbankan syariah, karena dalam pembelajarannya di pondok pesantren mempelajari agama, dimana salah satu yang mereka pelajari yaitu kitab-kitab fiqih yang berkaitan dengan muamalah. Materi dari pembahasan tersebut

---

<sup>6</sup> Otoritas Jasa Keuangan, *Statistik Perbankan Syariah November 2021*, <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Documents/Pages/Statistik-Perbankan-Syariah---November-2021/SPS%20November%202021.pdf>, diakses pada tanggal 5 Februari 2022 pukul 19.30 WIB.

<sup>7</sup> Bank Syariah Indonesia dalam Berita Media dari <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/bsi-siapkan-7-kunci-akselerasi-perbankan-syariah>, diakses pada tanggal 20 Februari 2022 pukul 15.30 WIB.

<sup>8</sup> Abdul Hamid dan Yaya, *Pemikiran Modern Dalam Islam*, (Bandung: CV. Pustaka Setia), h. 331.

<sup>9</sup> Hasil wawancara dengan Pengurus Pondok Pesantren Al-Hikmah pada tanggal 22 Maret 2022.

menyangkut dasar hukum Islam yang dipraktikkan oleh bank syariah, seperti cara bertransaksi yang benar menurut Islam, rukun dan syarat jual beli, maupun tentang bertransaksi menggunakan prinsip-prinsip syariah.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Santri Pondok Pesantren Al-Hikmah, terdapat beberapa santri yang masih memilih untuk menjadi nasabah konvensional. Amara (2022) mengatakan bank konvensional dirasa lebih mudah dijangkau dan praktis. Sedangkan Anili (2022) mengatakan bahwa bank yang pertama digunakan yaitu bank konvensional serta fasilitas atm bank konvensional yang tersebar dimana-mana, sehingga memudahkan untuk transaksi kapan saja dan dimana saja. Di sisi lain, terdapat juga santri yang sudah menggunakan bank syariah, disebutkan salah satu responden yaitu Fauziah (2022) mengungkapkan bahwa alasan mengapa cenderung memilih bank syariah dibandingkan bank konvensional karena patuh dengan syariat islam yang mengharamkan riba, keuntungan yang diberikan bank syariah berupa bagi hasil, dan lain-lain.<sup>10</sup> Jadi, jika dilihat dari jumlah keseluruhan santri Al-Hikmah, sebanyak 83,33% santri masih menggunakan bank konvensional, kemudian hanya 16,67% santri yang menggunakan bank syariah. Hal tersebut membuktikan bahwa minat santri Al-Hikmah terhadap bank syariah masih rendah apabila dibandingkan dengan jumlah nasabah bank konvensional.

Diambilnya responden santri Pondok Pesantren Al-Hikmah ini dikarenakan dapat berkesinambungan dengan tujuan dari bank syariah yang banyak menawarkan produk dan jasa keuangan berbasis syariah dan juga santri di Pondok Pesantren Al-Hikmah untuk pembayaran *syahriah* atau biaya spp bulanan tidak lagi menggunakan uang tunai sehingga santri atau wali santri harus mentransfer pembayaran tersebut, serta dalam masalah keuangan pasti menggunakan jasa dari perbankan. Hal tersebut dapat di simpulkan santri itu tidak terlepas dari kegiatan transaksi di bank.

Menurut hemat penulis, terdapat beberapa faktor yang menjadikan santri Pondok Pesantren Al-Hikmah tidak memiliki minat menjadi nasabah di bank

---

<sup>10</sup> Hasil wawancara dengan santri Pondok Pesantren Al-Hikmah pada tanggal 22 Maret 2022.

syariah, diantaranya: belum mengetahui secara detail tentang perbankan syariah, akses ke bank syariah cukup jauh, pemasukan uang saku dari orang tua dari bank konvensional, menghindari biaya administrasi bank jika menggunakan bank yang berbeda dengan orang tua serta tidak adanya sosialisasi bank syariah di pondok Al-Hikmah.

Melihat fenomena di atas, membuat perbankan syariah sulit untuk masuk ke lingkungan pesantren, tentunya tidak sejalan dengan persepsi santri yang dianggap memiliki pemahaman hukum, muamalah, dan agama yang kokoh. Kekuatan pesantren yang terstruktur seharusnya lebih berdaya dalam meningkatkan perekonomian baik bagi pesantren maupun masyarakat pada umumnya. Pesantren mungkin dapat memperkuat fondasi ekonomi negara dengan menerapkan prinsip-prinsip hukum Islam jika diberikan pemahaman yang tepat, seperti pengetahuan tentang keuangan Islam.<sup>11</sup> Inilah yang mendasari perlunya dilakukan penelitian. Dimana dengan dilakukan penelitian ini perusahaan dapat mengevaluasi dan menyelidiki aspek-aspek yang dapat meningkatkan kemungkinan santri untuk menjadi nasabah di bank syariah.

Sebagaimana yang dikemukakan oleh Mawadah dan Nurudin (2018) bahwa Minat merupakan motivasi atau dorongan seseorang untuk melakukan apa yang diinginkan seseorang. Ketika dia melihat sesuatu yang menguntungkan, dia merasa tertarik.<sup>12</sup> Perilaku konsumen memiliki kekuatan untuk mempengaruhi minat seseorang menjadi nasabah di bank syariah. Secara umum, pengaruh budaya, kelas sosial ekonomi, keluarga, status, kelompok atau komunitas, usia, pekerjaan, gaya hidup, dan lain-lain semuanya berdampak pada perilaku konsumen.<sup>13</sup> Faktor yang bisa memberikan pengaruh terhadap minat menjadi nasabah menurut penelitian Kusmayati & Rosana (2022) yaitu bahwa minat

---

<sup>11</sup> Galuh Husadatama. "Analisis Determinasi Pemahaman Pemilihan Perbankan Syariah Oleh Masyarakat Pondok Pesantren Lirboyo Kediri, Jawa Timur (Studi Kasus Pondok Pesantren Lirboyo Kota Kediri)", *Jurnal Ilmiah*, 2015, h. 1.

<sup>12</sup> Soikhatul Mawadah and Nurudin, "The Effect Of Interest, Religious Stimuli, and The Consumer's Trust on The Digital Al-Qur'an Purchase", *International Journal of Islamic Business and Economic (IJIBEC)*, 2 (2), Desember 2018, h. 91.

<sup>13</sup> Tini Kusmayati Dewi dan Siti Rosana Permana, "Pengaruh Tingkat Religiusitas dan Pengetahuan Terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Suryakencana Cianjur", *Ar-Rihlah: Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah*, Vol 1, No 2, 2022.

menjadi nasabah di bank syariah di pengaruhi oleh faktor pengetahuan dan faktor religiusitas.<sup>14</sup> Penelitian oleh Saputra & Khoirul (2019) menambahkan bahwa minat menjadi nasabah di bank syariah dipengaruhi oleh faktor persepsi.<sup>15</sup> Berdasarkan dari penelitian tersebut maka pada penelitian ini menggunakan pengetahuan, religiusitas, dan persepsi sebagai faktor yang mempengaruhi terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah.

Pengetahuan merupakan salah satu faktor pembentuk perilaku konsumen yang dapat mempengaruhi minat masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah.<sup>16</sup> Pengetahuan sangat dibutuhkan sebagai upaya mendukung pemahaman dan perilaku nasabah. Pada dasarnya, nasabah perlu memahami berbagai produk di lembaga keuangan untuk membuat keputusan yang tepat untuk memilih lembaga keuangan syariah sebagai pilihan mereka.<sup>17</sup> Pengetahuan menurut Sunyoto (2013) adalah semua informasi yang dimiliki pelanggan tentang berbagai barang dan jasa, serta pengetahuan lain yang berkaitan dengan produk dan jasa tersebut serta pengetahuan yang berkaitan dengan fungsinya sebagai pelanggan.<sup>18</sup> Dengan kata lain, dengan semakin dikenalnya manfaat bank syariah, akan semakin banyak orang yang tertarik untuk menggunakannya.

Disamping Sunyoto (2013) terdapat Kusmayati & Rosana (2022) yang menjelaskan bahwa pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah.<sup>19</sup> Selaras dengan penelitian oleh Kusmayati & Rosana, Winarti (2021) juga menyimpulkan bahwa pengetahuan nasabah memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah.<sup>20</sup> Akan tetapi, penelitian tersebut tidak selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Fajar & Nugroho (2019) yang menyimpulkan bahwa

---

<sup>14</sup> *Ibid.*

<sup>15</sup> Hendrik Saputra dan Moch. Khoirul Anwar, "Pengaruh Persepsi Mahasiswa Program Studi Non Ekonomi Islam Terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah", *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 2, No. 1, 2019.

<sup>16</sup> Vinna Seri Yuniarti, *Perilaku Konsumen*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2015, h. 129.

<sup>17</sup> *Ibid.*

<sup>18</sup> Danang Sunyoto, *Perilaku Konsumen (Panduan Riset Sederhana Untuk Mengenali Konsumen)*, Yogyakarta: CAPS, 2013

<sup>19</sup> *Ibid.*

<sup>20</sup> Winarti, "Pengaruh Pengetahuan Nasabah Terhadap Minat Menabung di BNI Syariah KCP Kuningan", *Jurnal Fakultas Ilmu Keislaman*, Vol. 2, No. 2, 2021.



pengetahuan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung di bank syariah.<sup>21</sup>

Selain faktor pengetahuan, religiusitas juga mempengaruhi minat nasabah. Religiusitas adalah sikap dan keyakinan terhadap ajaran agama dan pengalaman ritual yang dianut dalam kerangka hubungan horizontal dengan sesama makhluk dan interaksi vertikal dengan Tuhan dalam pencarian makna hidup dan kebahagiaan.<sup>22</sup> Glock & Stark dalam Ancok (2011) menyatakan bahwa, teori religiusitas memiliki lima dimensi: ideologis/ keyakinan, ritualistik/ praktik, eksperiensial/ pengalaman, intelektual/ pengetahuan, dan konsekuensial.<sup>23</sup> Bergantung pada tingkat religiusitas, berbagai prosedur yang diterapkan dari lima dimensi tersebut menghasilkan berbagai tingkat religiusitas. Berbagai orang akan memiliki pendapat yang berbeda tergantung pada tingkat religiusitas mereka. Semakin religius seseorang, semakin banyak transaksi yang dilarang syariah yang mereka hindari, seperti memilih untuk menjadi nasabah di bank syariah untuk melakukan transaksi yang diizinkan oleh syariat dan menjauhi transaksi konvensional yang mengandung riba.

Sebagaimana yang dikemukakan oleh Gunawan (2021) yang menjelaskan bahwa tingkat religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah.<sup>24</sup> Serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh Gunawan, Herawati (2020) menyimpulkan bahwa religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat untuk menabung di Bank Syariah.<sup>25</sup> Penelitian tersebut memiliki hasil yang berbeda dengan Zuhirsyan & Nurlinda

---

<sup>21</sup> Fajar Mujaddid dan Pandu Tezar, "Pengaruh Pengetahuan, Reputasi, Lingkungan, dan Religiusitas Terhadap Minat Pelajar SMK Prodi Perbankan Syariah dalam Minat Menabung di Bank Syariah", *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 10, No. 1, Mei 2019.

<sup>22</sup> Bambang Suryadi, *Religiusitas Konsep, Pengukuran, dan Implementasi di Indonesia*, Jakarta Pusat: Bibliosmia Karya Indonesia, 2021, h. 13.

<sup>23</sup> Djameluddin Ancok and Fuat Nashori Suroso, *Psikologi Islam*, Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2001, h. 77.

<sup>24</sup> Gunawan, "Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan Perbankan Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah BNI Syariah KC Sukabumi", *Fastabiq: Jurnal Studi Islam*, Vol 2, No. 2, 2021.

<sup>25</sup> Herawati, et al., "Pengaruh Promosi dan Religiusitas terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah: Studi Kasus Masyarakat Desa Kalongsawah Bogor", *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, Vol. 3, (1), 2020.

(2021) yang menyatakan bahwa religiusitas tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah.<sup>26</sup>

Persepsi juga merupakan bagian dari faktor yang dapat membentuk perilaku masyarakat yang dapat mempengaruhi minat masyarakat untuk menjadi nasabah di bank syariah. Persepsi seseorang mungkin terbentuk sebagai hasil dari pengalamannya, baik oleh kesannya sendiri maupun orang lain. Akumulasi persepsi dapat mengakibatkan terbentuknya opini, asumsi, atau kesimpulan atas apa yang telah dihadapi.<sup>27</sup> Seseorang cenderung setuju dengan sesuatu, jika persepsi yang dimiliki seseorang persepsi positif, sebaliknya seseorang akan cenderung mengingkari sesuatu, jika persepsi yang dimilikinya persepsi negative. Kamus Besar Bahasa Indonesia mengartikan persepsi sebagai reaksi langsung (mendapat) dari sesuatu. Kemampuan untuk memahami informasi dan beradaptasi dengan lingkungan seseorang terkait dengan persepsi, oleh karena itu semakin banyak informasi yang diterima seseorang, semakin siap mereka untuk menilai apakah mereka tertarik untuk menggunakan bank syariah sebagai sumber utama perbankan mereka.

Hal tersebut selaras dengan penelitian Faradila (2021) yang menyimpulkan bahwa persepsi masyarakat berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah untuk memilih menabung di bank syariah.<sup>28</sup> Serupa pada penelitian Faradila, Saputra & Khoirul (2019) juga menyimpulkan bahwa persepsi berpengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.<sup>29</sup> Penelitian tersebut tidak senada dengan

---

<sup>26</sup> Muhammad Zuhirsyan dan Nurlinda, "Pengaruh Religiusitas, Persepsi dan Motivasi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah", *Jurnal Perbankan Syariah*, Vol. 2, No. 2, Oktober 2021.

<sup>27</sup> Wella Sandria, "Persepsi Mahasiswa Tentang Bank Syariah Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah", *Jurnal Development*, Vol. 6, No. 2, Desember 2018.

<sup>28</sup> Ocktaviani Faradila, "Analisis Pengaruh Pengetahuan, Presepsi Masyarakat, Religiusitas, Produk, Reputasi, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi Bank Terhadap Nasabah Dalam Memilih Menabung Pada Bank Syariah. Skripsi, Surakarta, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2021.

<sup>29</sup> Hendrik Saputra dan M. Khoirul Anwar, "Pengaruh Persepsi Mahasiswa Program Studi Non Ekonomi Islam Terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah", *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 2, No. 1, 2019.

Waadarahmah (2022) yang menyatakan bahwa persepsi tidak memiliki pengaruh terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah.<sup>30</sup>

Berdasarkan uraian fakta lapangan dan tinjauan empiris di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam dengan mengusung tema **”Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Persepsi Santri Ppptq Al-Hikmah Tugurejo Semarang Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian dari latar belakang diatas, maka dapat ditentukan rumusan masalah sebagai berikut ini:

1. Apakah pengetahuan Santri PPTQ Al-Hikmah berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syariah?
2. Apakah religiusitas Santri PPTQ Al-Hikmah berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syariah?
3. Apakah persepsi Santri PPTQ Al-Hikmah berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syariah?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut ini:

1. Mengetahui pengaruh pengetahuan Santri PPTQ Al-Hikmah terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syariah.
2. Mengetahui pengaruh religiusitas Santri PPTQ Al-Hikmah terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syariah.
3. Mengetahui pengaruh persepsi Santri PPTQ Al-Hikmah terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syariah.

---

<sup>30</sup> Waadarahmah, “Pengaruh Persepsi dan Religiusitas Terhadap Minat Masyarakat Kabupaten Bima Menjadi Nasabah di Bank Syariah dengan Pengetahuan Sebagai Variabel Moderasi”, *Al-Fiddoh*, Vol. 3, No. 1, Maret 2022.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan landasan dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya yang membahas atau berkaitan pada pengaruh antara pengetahuan, religiusitas, dan persepsi santri tentang perbankan syariah terhadap minat menjadi nasabah perbankan syariah.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Mengetahui lebih spesifik pengaruh antara pengetahuan, religiusitas dan persepsi santri tentang perbankan syariah terhadap minat menjadi nasabah perbankan syariah.

b. Bagi Akademik

Diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan kembali sebagai kajian ilmiah dan dapat dijadikan saran atau referensi untuk penelitian selanjutnya.

c. Bagi Santri Al-Hikmah Tugurejo Semarang

Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat untuk memberikan wawasan yang lebih dalam tentang pola pikir terhadap perbankan syariah dan memberikan gambaran yang komprehensif tentang bank syariah kepada santri di Pondok Pesantren Putri Tahfidzul Qur'an Al-Hikmah Tugurejo Semarang ini.

#### **1.5 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan bertujuan untuk mempermudah dan memberikan penjelasan yang terstruktur dan sistematis tentang informasi dalam skripsi, sebagai berikut:

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab pertama mencakup rangkuman isi skripsi secara lengkap dan memaparkan secara singkat tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

## **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Bab kedua memaparkan secara singkat mengenai teori yang membahas variabel, kajian terdahulu, kerangka teori, dan hipotesis penelitian.

## **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ketiga berisi mengenai jenis penelitian yang akan digunakan dalam penelitian, sumber data, populasi dan sampel, deskripsi variable penelitian, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

## **BAB IV : PEMBAHASAN**

Bab keempat memuat pembahasan data penelitian dan temuan analisis data.

## **BAB V : PENUTUP**

Bab kelima merupakan bab akhir yang berisi tentang kesimpulan dari peneliti serta rekomendasi atau saran untuk penelitian selanjutnya agar lebih baik.

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Landasan Teori

#### 2.1.1 *Theory of Planned Behavior* (Teori Perilaku Berencana)

*Theory of Planned Behaviour* (TPB) merupakan pengembangan lebih lanjut dari *Theory of Reasoned Action* (TRA). TRA menjelaskan bahwa minat seseorang terhadap perilaku dibentuk oleh dua faktor utama yaitu *attitude toward the behavior* dan *subjective norms*, sedangkan dalam TPB ditambahkan satu faktor lagi yaitu *perceived behavioral control* (PBC). Menurut Ajzen (2005) menyatakan bahwa PBC merupakan persepsi terhadap tingkat kesulitan sebuah perilaku untuk dapat dilaksanakan yang bersumber dari keyakinan terhadap kontrol tersebut (*control beliefs*).<sup>31</sup>

*Theory of Planned Behaviour* (TPB) merupakan salah satu model yang dapat digunakan untuk menilai perilaku seseorang, dan teori ini telah diakui sebagai model terbaik untuk memahami perubahan perilaku dan telah dibuktikan sesuai untuk menilai minat menjadi nasabah di bank syariah. Oleh karena itu, model seperti ini turut digunakan untuk mengeksplorasi perilaku yang terencana. *Theory of Planned Behaviour* (TPB) menunjukkan bahwa tindakan manusia diarahkan oleh tiga macam kepercayaan-kepercayaan yaitu:

1. Kepercayaan perilaku (*behavioral beliefs*), yaitu kepercayaan tentang kemungkinan terjadinya perilaku yang dilihat dari segi positif dan negatif, kecenderungan atau sikap terhadap perilaku untuk bereaksi secara afektif terhadap suatu perilaku, dalam bentuk suka atau tidak suka pada perilaku yang berhubungan.
2. Kepercayaan normatif (*normative beliefs*), yaitu kepercayaan tentang ekspektasi-ekspektasi normatif dari orang lain dan motivasi untuk

---

<sup>31</sup> Icek Ajzen, "Attitudes, Personality, and Behavior", New York: Open University Press-Mc Graw-Hill Education, 2005.

menyetujui ekspektasi-ekspektasi tersebut. Pada TRA ini disebut dengan norma-orma subyektif sikap terhadap perilaku.

3. Kepercayaan kontrol (*control beliefs*), yaitu kepercayaan tentang keberadaan faktor-faktor yang akan memfasilitasi atau merintangai kinerja dari perilaku dan kekuatan persepsian dari faktor-faktor tersebut. Keyakinan bahwa suatu perilaku dapat dilaksanakan (*control beliefs*) menjadi basis bagi persepsi tentang control keperilakuan.

Faktor latar belakang merupakan faktor yang hadir dalam diri seseorang. Pada kategori ini Ajzen (2005) memasukkan tiga faktor latar belakang yakni personal, sosial dan informasi. Faktor personal adalah sikap umum seseorang terhadap sesuatu, ciri kepribadian, emosi, intelegensi, dan pengalaman. Faktor sosial antara lain adalah pendidikan, usia, jenis kelamin, pendapatan, agama, etnik. Faktor informasi adalah pengetahuan, media dan intervensi.

Pengetahuan bank syariah berkaitan dengan latar belakang, termasuk dalam faktor informasi. Dalam *Theory of planned behavior* pengetahuan merupakan salah satu faktor yang dapat memengaruhi perilaku atau tindakan seseorang yang termasuk pada kategori *control beliefs*. *Control beliefs* berkaitan dengan keyakinan bahwa suatu perilaku atau pekerjaan dapat dilakukan. Misalnya pada penelitian ini pengetahuan tentang bank syariah syariah juga mengarah pada keyakinan mengetahui dan menguasai dengan baik seperti pengertian, prinsip-prinsip, produk, dan sebagainya.

Religiusitas berkaitan dengan latar belakang seseorang yaitu sifat kepribadian. Apakah dia termasuk orang yang mempunyai tingkat religiusitas tinggi atau orang yang mempunyai tingkat religiusitas rendah. Tingkat religiusitas seseorang tersebut akan memengaruhi sifat kepribadian yang dimiliki oleh seseorang. Tingkat religiusitas juga dapat memengaruhi minat seseorang untuk menjadi nasabah di bank syariah, apalagi perbankan syariah telah menggunakan prinsip-prinsip syariah yang relevan dengan agama Islam.

Persepsi terhadap lembaga keuangan syariah berkaitan dengan keyakinan perilaku (*behavior belief*). Keyakinan seseorang terhadap suatu perilaku atau terhadap suatu hal dilihat dari segi positif negatif. Persepsi yang dimiliki seseorang terhadap suatu hal dapat dibagi menjadi dua yaitu baik dan buruk. Baik dan buruk itulah yang dapat memengaruhi sikap atau minat seseorang untuk melakukan suatu hal.

Minat untuk melakukan suatu perilaku adalah kecenderungan seseorang untuk menentukan apakah dia akan melakukan atau tidak melakukan suatu pekerjaan. Minat ini bergantung atau ditentukan oleh sejauh mana seseorang memiliki sikap positif pada suatu perilaku, dan sejauh mana apabila dia memilih untuk melakukan suatu perilaku tersebut dia akan mendapat dukungan dari orang lain yang mempunyai pengaruh dalam kehidupannya. Kepercayaan perilaku, kepercayaan kontrol, kepercayaan normatif akan membentuk sikap norma subjektif dan kontrol perilaku persepsian. Norma subjektif, sikap dan kontrol perilaku persepsian akan membentuk niat perilaku yang nantinya akan menimbulkan perilaku

### **2.1.2 Minat**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, minat digambarkan sebagai kecenderungan hati yang tinggi terhadap suatu hasrat atau keinginan. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2008) minat adalah perasaan yang membuat konsumen belajar tentang inovasi.<sup>32</sup> Minat dapat diartikan sebagai menerima, mengkonsumsi atau menghabiskan suatu produk atau jasa yang berhubungan langsung dengan kepuasan atau ketidakpuasan terhadap sesuatu.<sup>33</sup>

Menurut Shaleh dan Wahab (2004), minat dapat dilihat sebagai kecenderungan untuk memperhatikan individu dan melakukan tindakan

---

<sup>32</sup> *Ibid*, h.357.

<sup>33</sup> Rahmah Yulianti, "Pengaruh Minat Masyarakat Aceh Terhadap Keputusan Memilih Produk Perbankan Syariah di Kota Banda Aceh", *Jurnal Dinamika Akuntansi dan Bisnis* 2, No. 1, Maret 2015, h. 19.



terhadap individu, aktivitas, atau keadaan yang menjadi subjek minat tersebut saat mengalami emosi yang menyenangkan.<sup>34</sup>

Jogiyanto (2008) menyatakan bahwa minat didefinisikan sebagai keinginan untuk melakukan perilaku. Minat perilaku (*behavioral intention*) masih merupakan minat. Minat atau intensi adalah suatu keinginan untuk melakukan perilaku, dimana minat belum merupakan perilakunya. Menurut Mawadah dan Nurudin (2018) menegaskan bahwa minat merupakan inspirasi atau dorongan seseorang untuk bertindak sesuai dengan keinginannya. Dia menjadi tertarik ketika melihat sesuatu yang menguntungkan. Pikiran dan perasaan secara intrinsik dihubungkan oleh keinginan, pikiran berusaha untuk berpikir secara logis setiap saat, sedangkan perasaan cenderung memiliki kebutuhan yang lebih dari sebelumnya.<sup>35</sup>

Berdasarkan teori-teori di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa minat mengacu pada skenario di mana seseorang lebih tertarik atau memperhatikan sesuatu dan keinginan untuk mempelajari lebih lanjut tentang hal itu. Minat dapat dipengaruhi oleh sesuatu yang dipelajari, artinya objek yang sebelumnya tidak diminati dapat berubah menjadi objek yang diminati dikarenakan adanya masukan-masukan atau wawasan baru serta pola pemikiran yang baru.

Adapun dalam islam minat sudah diisyaratkan secara tersirat yaitu pada surah yang pertama turun. Sebagaimana Allah berfirman dalam Q.S. Al-Alaq ayat 3-5:

إِقْرَأْ وَرَبُّكَ الْأَكْرَمُ ۝ الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ ۝ عَلَّمَ الْإِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ ۝

Artinya : ”Bacalah dan Tuhanmulah yang Maha Pemurah. Yang mengajar (manusia) dengan perantaran kalam. Dia mengajar kepada manusia apa yang tidak diketahuinya”. (Q.S. Al-Alaq [96]: 3-5)

---

<sup>34</sup> Abdul Rachman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar (Dalam Perspektif Islam)*, Jakarta: Prenada Media, 2004, h. 263.

<sup>35</sup> Soikhatul Mawadah and Nurudin, “The Effect, ...h. 91.

Ayat ini menjelaskan bahwa sesungguhnya Allah itu telah menciptakan manusia dengan sebaik-baiknya dan menurunkan segala sesuatu untuk menjadi sumber pedoman manusia. Pada ayat pertama dari surah pertama ini turun perintahnya adalah agar kita membaca. Membaca yang dimaksud bukan hanya membaca buku dalam artian tekstual, akan tetapi juga semua aspek. Apakah itu tuntunan untuk membaca cakrawala jagat yang merupakan tanda kebesaran-Nya, serta membawa potensi diri, sehingga dengannya kita dapat memahami apa yang sebenarnya hal yang menarik minat kita dalam kehidupan ini.

### **2.1.3 Faktor yang Mempengaruhi Minat**

Munculnya minat dipengaruhi oleh beberapa faktor, yang dapat dibagi menjadi dua kategori: faktor internal dan faktor eksternal, seperti keluarga individu, pendidikan, atau lingkungan sosial. Faktor-faktor berikut yang memengaruhi minat:

#### **1. Faktor Pengetahuan**

Pola perilaku yang dimiliki nasabah dipengaruhi oleh pengetahuannya, dengan tingkat pengetahuan yang dimiliki nasabah dapat mengolah informasi baru dan dapat membuat pertimbangan dalam mengambil keputusan.

Pengetahuan akan membangkitkan minat nasabah karena mereka akan meminta banyak informasi mengenai produk yang dipromosikan. Ketertarikan seseorang nasabah akan menimbulkan minat nasabah terhadap produk. Hal ini karena nasabah akan terdorong untuk menggunakannya.<sup>36</sup>

#### **2. Faktor Religiusitas**

Tingkat ketertarikan seseorang terhadap agamanya disebut sebagai religiusitas. Ketika kesadaran religiusitas dimiliki, dorongan untuk bertindak sesuai dengan hukum Islam akan tumbuh.<sup>37</sup>

Seseorang dengan tingkat minat yang tinggi akan dengan senang hati

---

<sup>36</sup> M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen*, ..., h. 75.

<sup>37</sup> Djamiludin Ancok dan Fuad Nasori, *Psikologi Islam: Solusi Islam atas Problem-Problem Psikologi*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011, h. 77.

melakukan suatu kegiatan yang menarik minatnya dan akan selalu setuju dengan kegiatan tersebut.

Pada tingkat religiusitas yang berbeda, seseorang akan memiliki sudut pandang yang berbeda. Semakin religius seseorang maka semakin ia menghindari transaksi yang dilarang syariah, seperti memutuskan untuk menjadi nasabah di bank syariah untuk melakukan transaksi yang dibenarkan syariah dan menghindari transaksi konvensional yang mengandung riba.

### 3. Faktor Persepsi

Menurut Kinichi dan Kreitner, persepsi pada dasarnya merupakan aktivitas kognitif, ketika mereka memahami informasi tentang lingkungan mereka melalui penglihatan, pendengaran, perasaan, sensasi, atau penciuman.<sup>38</sup> Hal ini dilakukan agar gambaran tentang apa yang diketahuinya menjadi sesuatu yang bermakna dan berharga. Semakin banyak seseorang memahami informasi yang didapatkan, semakin banyak pula pengetahuan yang mendefinisikan persepsi setiap masyarakat.

Persepsi setiap orang tentang subjek tertentu akan berbeda. Oleh karena itu, persepsi penting untuk dipahami karena dapat menjadi suatu proses yang mendorong seseorang untuk membeli sesuatu, dimana keberhasilan menarik minat konsumen yang dilakukan oleh perusahaan salah satu point utamanya yaitu dipengaruhi oleh adanya persepsi. Artinya persepsi patut menjadi perhatian oleh sebuah lembaga perbankan guna mengetahui pandangan konsumen yang tertarik menjadi nasabah di bank syariah. Dengan mengarahkan persepsi seseorang mengenai suatu objek yang menarik minatnya, maka hal tersebut akan memberikan pengaruhnya dalam menentukan keputusan akhir.

---

<sup>38</sup> Maropen Simbolon, "Persepsi dan Kepribadian Ekonomis", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 2, No. 1, Maret 2008.

#### 2.1.4 Indikator Minat

Sudirman (2020) menyatakan bahwa ada lima indikator untuk mengukur variabel minat menjadi nasabah bank syariah yang meliputi:

1. Perhatian (*Attention*)

Adanya minat konsumen yang kuat terhadap suatu produk (barang atau jasa).

2. Ketertarikan (*Interest*)

Mengikuti perhatian, pembeli akan merasa tertarik. Kemampuan untuk memperhatikan dan mengalami kesenangan adalah tanda ketertarikan.

3. Keinginan (*Disire*)

Mempertahankan keinginan atau kepemilikan suatu komoditas. Kebutuhan yang kuat untuk menginginkan sesuatu menunjukkan keinginan.

4. Keyakinan (*Conviction*)

Keputusan (proses akhir) untuk membeli produk kemudian didorong oleh kepercayaan seseorang terhadap produk tersebut. Keyakinan diri individu dalam nilai, kesesuaian, dan kualitas pembelian yang diinginkan adalah tanda kepercayaan.<sup>39</sup>

## 2.2 Pengetahuan

### 2.2.1 Definisi Pengetahuan

Suatu pembelajaran yang diperoleh seseorang dari sebuah pengalaman disebut sebagai sebuah pengetahuan. Pengetahuan (*knowledge*) adalah sesuatu yang diperoleh manusia dengan menggunakan panca inderanya.<sup>40</sup> Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengetahuan dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang diketahui, kecerdasan, atau segala sesuatu yang diketahui tentang berbagai hal. Dengan kata lain, pengetahuan adalah cara yang berbeda di mana manusia bertemu dan

---

<sup>39</sup> Sudirman, et al., *Perilaku Konsumen dan Perkembangannya di Era Digital*, Bandung: Widina Bhakti Persada, 2020, h. 45.

<sup>40</sup> Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Rajawali Pers, 2012, h. 6.

memperolehnya melalui indera mereka. Pengetahuan muncul ketika seseorang menggunakan indera atau pikiran yang telah dilihat atau dirasakan sebelumnya.<sup>41</sup>

Notoatmodjo berpendapat dalam Hernawaty (2020) bahwa pengetahuan dihasilkan dari mengetahui, yang terjadi ketika manusia mengalami emosi tertentu. Panca indera manusia menimbulkan sensasi (penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan sentuhan). Kita belajar banyak hal melalui mata dan pendengaran kita. Pengetahuan adalah informasi yang mengombinasikan pemahaman potensi untuk menindak lanjuti dan informasi itu tertanam dalam ingatan seseorang.<sup>42</sup>

Pengetahuan muncul ketika seseorang menggunakan akalnyanya untuk memikirkan apakah mereka pernah menjalani suatu peristiwa tertentu atau tidak. Manusia umumnya diberkahi dengan kemampuan untuk berpikir, berperilaku dengan niat baik atau jahat, bertindak sesuai dengan pengetahuannya, menggunakan akal sehatnya, dan berpikir secara rasional dan moral.<sup>43</sup>

Pengetahuan konsumen dijelaskan oleh Mower dan Minor sebagai *“the amount of experience with and information about particulae product or services a person has”*. Atau, pengetahuan adalah kumpulan pengalaman dan berbagai jenis informasi tentang hal yang dimiliki.<sup>44</sup>

Semua pengetahuan yang dimiliki konsumen tentang berbagai jenis produk dan informasi lain yang berkaitan dengan fungsi konsumen disebut sebagai pengetahuan konsumen.<sup>45</sup> Tingkat pengetahuan yang dimiliki konsumen mempengaruhi bagaimana mereka berperilaku karena

---

<sup>41</sup> Restu Kartuko Widi, *Asas Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010, h. 2.

<sup>42</sup> Hernawaty & Heriyati Chrisna, “Analisis Pengetahuan dan Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Kelompok Pengajian Al Wahra Medan)”, *Jurnal Akuntansi Bisnis dan Publik*, Vol. 11, No. 2, Januari 2020, h. 2.

<sup>43</sup> Muhammad, Sumantri, *Strategi Pembelajaran*, Jakarta: Rajawali Pers, 2012, h. 42.

<sup>44</sup> Heriyani, “Keputusan Menjad Nasabah Bank Muamalat KCP Purwakarta Ditinjau dari Pengetahuan Calon Nasabah”, *Eksisbank: Ekonomi Syariah dan Bisnis Perbankan*, Vol. 4, No. 2, h. 1.

<sup>45</sup> Vinna Seri Yuniarti, *Perilaku Konsumen*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2015, h. 129.

mempengaruhi kemampuan mereka untuk mencerna informasi baru dan membentuk opini saat mengambil keputusan.<sup>46</sup>

Berdasarkan definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa pengetahuan adalah sesuatu yang diperoleh manusia dengan menggunakan panca inderanya dan berfungsi sebagai dasar pembentukan sikap. Dengan kata lain, pengetahuan adalah cara yang berbeda di mana manusia bertemu dan memperolehnya melalui indera mereka. Pengetahuan muncul ketika seseorang menggunakan indera atau pikiran yang telah dilihat atau dirasakan sebelumnya.

### **2.2.2 Faktor yang Mempengaruhi Pengetahuan**

Adapun berbagai macam faktor yang dapat mempengaruhi pengetahuan antara lain:<sup>47</sup>

#### **1. Faktor pendidikan**

Pendidikan adalah pengembangan kemampuan dan karakter seumur hidup baik di dalam maupun di luar kelas. Institusi pendidikan tinggi biasanya memberikan informasi lebih cepat.

#### **2. Media massa dan informasi**

Berbagai pemberitahuan dari media legal dan ilegal dapat berdampak dari waktu ke waktu dan dalam jangka waktu yang lama.

#### **3. Sosial budaya dan ekonomi**

Infrastruktur yang dibutuhkan untuk suatu kegiatan tertentu ditentukan oleh alasan ekonomi, bukan moralitas atau kesalahan, itulah sebabnya adat diberlakukan oleh penduduk setempat.

#### **4. Lingkungan**

Lingkungan memiliki dampak yang signifikan terhadap perluasan pengetahuan karena saling berhubungan dengan lingkungan fisik dan biologis.

---

<sup>46</sup> Maskur Rosyid & Halimatu Saidiah “Pengetahuan Perbankan Syariah dan Pengaruhnya Terhadap Minat Menabung Santri dan Guru”, *Islaminomic*, Vol. 7, No. 2, Agustus 2016, h. 41

<sup>47</sup> Budiman Riyanto, *Kapita Selektakuisisioner Pengetahuan dan Sikap dalam Penelitian Kesehatan*, Jakarta: Salemba Medika, 2013, h. 66.

## 5. Pengalaman

Metode terbaik untuk belajar dari kesulitan yang terjadi adalah melalui pengalaman.

## 6. Usia

Seiring bertambahnya usia, pemahaman mereka tentang pengetahuan yang bermanfaat menjadi lebih canggih, dan ada banyak peluang.

### 2.2.3 Indikator Pengetahuan

Pengetahuan masyarakat tentang barang dan jasa akan berdampak pada bagaimana orang berperilaku saat melakukan pembelian. Pengetahuan produk mencakup hal-hal berikut:<sup>48</sup>

1. Kualitas produk atau pengetahuan karakteristik.
2. Pengetahuan manfaat produk.
3. Informasi tentang tingkat kepuasan suatu produk.
4. Pemahaman prinsip fundamental keuangan Islam.

## 2.3 Religiusitas

### 2.3.1 Definisi Religiusitas

Religiusitas merupakan peraturan-peraturan yang bersumber dari Tuhan secara vertical maupun horizontal yang dapat menopang jiwa dengan akal untuk mencapai kebahagiaan tanpa dipengaruhi oleh apapun atau siapa pun menurut tata cara Tuhan yang ditetapkan sesuai dengan kehendak Tuhan di dunia dan akhirat.<sup>49</sup>

Religiusitas didefinisikan seberapa jauh pengetahuan, seberapa kuat keyakinannya, seberapa baik dalam mempraktikkan ibadah dan seberapa sadar akan agama yang diikutinya. Bagi umat Islam, religiusitas dapat digunakan untuk mendefinisikan seberapa jauh agama Islam dipahami, diterapkan, dan diapresiasi.<sup>50</sup>

---

<sup>48</sup> Budiman Riyanto, *Kapita...*, h. 42.

<sup>49</sup> Heri, Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah, Cetakan Kedua*, Yogyakarta: Ekonisia, 2008, h. 27.

<sup>50</sup> Fuad Nashori dan Rachmy Diana, *Mengembangkan Kreatifitas dalam Perspektif Psikologi Islam*, Yogyakarta: Menara Kudus, 2002, h. 70-71.

Suroso dan Ancok (2011) menyatakan bahwa religiusitas adalah sistem simbol, kepercayaan, sistem nilai, dan sistem perilaku yang terlembagakan, yang semuanya menempatkan fokus pada isu-isu yang terinternalisasi sebagai hal yang paling penting.<sup>51</sup>

Ketika seseorang benar-benar percaya pada keesaan dan kekuasaan Tuhan, semua perintah dipenuhi dan tabu dihindari, itu merupakan kepatuhan seorang hamba kepada Tuhan. Setiap orang memiliki kepribadian dan perilaku yang berbeda dan perlu dipengaruhi oleh sistem nilai yang mempengaruhi perilaku konsumsi orang tersebut. Agama adalah sistem nilai yang dimaksud, dan dianggap sebagai salah satu jalan yang membawa manusia menuju kehidupan yang baik.

Melihat definisi-definisi di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa religiusitas adalah pengetahuan tentang agama dan keyakinan yang dianut seseorang serta kepercayaannya tentang agama tersebut melalui lahirnya sikap dan perilaku terhadap pengambilan suatu keputusan. Oleh karena itu, penting untuk mempelajari religiusitas sebagai ukuran keyakinan terhadap sesuatu yang akan terjadi kedepannya.

### **2.3.2 Faktor yang Mempengaruhi Religiusitas**

Menurut Thouless (2000), religiusitas adalah sikap yang dilakukan di dalam hati. Ada banyak faktor yang dapat melahirkan sikap religius. Faktor tersebut antara lain:<sup>52</sup>

1. Pengaruh Pendidikan dan berbagai tekanan sosial.

Unsur-unsur sosial meliputi pertumbuhan agama, khususnya didikan yang diberikan oleh kedua wali, akhlak, dan adat istiadat, serta permintaan masyarakat untuk menyelesaikan perselisihan antar warga.

2. Faktor Pengalaman

Pengalaman konflik moral, keindahan estetis, dan kesesuaian dengan dunia lain, pengalaman keagamaan yang emosional, dan

---

<sup>51</sup> Ancok dan Suroso, *Psikologi Islam: Solusi Islam Atas Problem-Problem Psikologi*, Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2011, h. 263.

<sup>52</sup> Thouless, *Pengantar Psikologi Agama*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2000, h. 34.



sejumlah penyebab akibat kepentingan yang tidak terpenuhi hanyalah beberapa contoh variabel pengalaman yang dapat meningkatkan aktivitas keagamaan itu sendiri. Faktor ini biasanya berbentuk perjumpaan spiritual, yang memiliki kekuatan untuk mengubah perilaku orang dengan cepat.

### 3. Faktor Kehidupan

Aspek kehidupan berbasis kebutuhan secara garis besar dapat dibagi menjadi empat kategori, yaitu:

- 1) Persyaratan untuk keselamatan dan keamanan
- 2) Persyaratan untuk cinta
- 3) Kebutuhan akan harga diri
- 4) Kebutuhan akibat ancaman pembunuhan

### 4. Faktor Intelektual

Faktor intelektual dikaitkan dengan berbagai proses berpikir atau pembenaran verbal.

## 2.3.3 Indikator Religiusitas

Menurut Ancok & Suroso (2001), secara keseluruhan religiusitas mempunyai lima dimensi penting pada penilaian religiusitas, antara lain:<sup>53</sup>

### 1. Dimensi Keyakinan (Ideologis)

Dimensi ini adalah tentang menunggu ketika orang menerima hal dogmatis dalam ajaran yang di anut. Seperti percaya pada Tuhan, percaya pada malaikat, pada rasul, nabi dan pada surga dan neraka. Setiap agama memegang deretan kepercayaan yang diamalkan agar penganutnya diperintahkan untuk mengikuti ajaran yang telah dipatenkan. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa komponen keyakinan agama mengacu pada keinginan untuk menjalankan semua ajaran agama dengan taat dan jujur.

### 2. Dimensi Praktik Agama (Ritualistik)

Dimensi praktik agama bermakna tentang bagaimana saudara-saudara melaksanakan amalan keagamaan yang telah ditentukan,

---

<sup>53</sup> Ancok dan Suroso, *Psikologi Islam*, Yogyakarta : Pustaka Belajar, 2001, h. 50.

wujud dari dimensi ini adalah tingkah laku orang yang melaksanakan ritual keagamaan tersebut. Adapun amalan yang telah diajarkan dalam Islam, adalah shalat, puasa, zakat, haji dan muamalah setiap hari.

3. Dimensi Pengalaman (Eksperensial)

Komponen experiential memiliki arti penting berkaitan dengan emosi dan pengalaman yang telah dimiliki dan dirasakan. Ketika Anda merasa dekat dengan Allah (SWT), misalnya, Anda mungkin berpikir bahwa doa Anda telah didengar atau Anda mungkin khawatir melakukan dosa.

4. Dimensi Pengetahuan Agama (Intelektual)

Informasi mengenai pemahaman seseorang terhadap ajaran yang diajarkan oleh agama yang dianutnya dapat ditemukan dalam dimensi pengetahuan agama. Konsep dasar agama ini, seperti ajarannya, tercakup dalam kategori ini. pemahaman yang terdapat dalam Al-Qur'an, rukun Islam yang lima, hukum Islam, dan pemahaman terhadap prinsip-prinsip yang terdapat dalam kitab fiqh muamalah, yang bersama-sama membentuk dimensi agama dalam ilmu Islam.

5. Dimensi Pengalaman (Konsekuensi)

Sejauh mana tindakan seseorang diinterpretasikan oleh keyakinan agama yang dianutnya termasuk dalam dimensi konsekuensi. Misalnya menjenguk tetangga yang sakit, berbagi rejeki, membantu saat dibutuhkan, dan lain sebagainya.

## 2.4 Persepsi

### 2.4.1 Definisi Persepsi

Persepsi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah tanggapan, penerimaan langsung terhadap penerimaan, atau proses dimana seseorang mempersepsikan sesuatu melalui panca inderanya. Desphande, Farley dan

Webster (1993) mendefinisikan persepsi sebagai pemilihan, pengorganisasian, dan interpretasi dari beberapa hal yang disimulasikan.<sup>54</sup>

Persepsi didefinisikan sebagai proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat indera.<sup>55</sup> Rangsangan yang dirasakan diatur dan diinterpretasikan oleh individu sehingga individu dapat mengenali dan memahami apa yang dirasakannya. Pada dasarnya stimulus terpenting yang bisa mempengaruhi perilaku konsumen yaitu lingkungan (sosial dan budaya) dimana setiap orang memiliki asumsi dan pandangan yang berbeda. Namun, faktor lingkungan dapat mempengaruhi persepsi seseorang sebagai akibat dari keakraban seseorang dengan informasi yang diperoleh dan menjadi kesimpulan dan persepsi. Namun, beberapa persepsi konsumen terhadap berbagai rangsangan yang mereka terima mungkin juga dipengaruhi oleh sifat yang dimilikinya.

Menurut definisi di atas dapat disimpulkan bahwa persepsi adalah proses merancang melalui indera yang dirangsang atau membentuk kesan subjektif terhadap sesuatu. Persepsi adalah keadaan di mana seseorang berbagi tentang stimulus yang mereka terima. Karena persepsi adalah keadaan yang serupa, maka apa yang terdapat pada diri seseorang, seperti pengalaman seseorang, akan ikut serta dalam persepsi seseorang.<sup>56</sup> Persepsi yang dihasilkan memiliki banyak potensi untuk menjadi benar dan salah. Ketika apa yang dirasakan item dan kenyataan sesuai, persepsi dikatakan akurat. Jika tidak, persepsi dikatakan salah.<sup>57</sup>

Selain itu, pada kegiatan pemasaran, persepsi dalam pandangan konsumen sangat bernilai karena konsumen memutuskan untuk membeli produk berdasarkan persepsinya terhadap produk tersebut. Semakin banyak informasi yang dimiliki konsumen tentang suatu produk, semakin besar kemungkinan mereka tertarik untuk membelinya. Dalam situasi ini,

---

<sup>54</sup> Nugroho J, Setiadi, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2003, h. 92.

<sup>55</sup> Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum*, Yogyakarta: Andi Offset, 2002, h. 69.

<sup>56</sup> Bimo Walgito, *Psikologi Umum*, Yogyakarta: Andi Offset, 1993, h. 53.

<sup>57</sup> M. Darwis Hude, *Emosi: Penjelajahan Religi Psikologi Tentang Emosi Manusia di Dalam Al-Quran*, Jakarta: Erlangga, 2006, h. 120.

karena ada pandangan yang menguntungkan tentang bank syariah, seseorang mungkin tertarik untuk menjadi nasabah bank syariah tersebut.

#### **2.4.2 Proses Terjadinya Persepsi**

Tiga proses yang membentuk persepsi adalah sebagai berikut:

1. Proses fisik, dimana suatu rangsangan berupa benda menyebabkan suatu rangsangan menyerang pancaindra atau reseptor.
2. Proses fisiologis, yaitu berupa impuls yang ditangkap oleh indera dan dikirim oleh saraf sensorik ke otak.
3. Mekanisme psikologis di otak yang memungkinkan orang merasakan rangsangan yang mereka hadapi.<sup>58</sup>

#### **2.4.3 Faktor yang Mempengaruhi Persepsi**

Menurut Sondang (1995), faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi yaitu:

1. Orang yang melihat dan berusaha menafsirkan apa yang dilihatnya. Individu yang berpengaruh dalam situasi ini meliputi ciri-ciri pribadi, seperti sikap, motivasi, minat, pengalaman, dan harapan.
2. Benda, orang, atau peristiwa yang menjadi subjek persepsi bisa berbeda-beda, dimana persepsi seseorang terhadap apapun yang dilihatnya dapat dipengaruhi oleh sifat objek yang dipersepsikan. Gerakan, suara, ukuran, dan karakteristik lain dari target persepsi merupakan faktor tambahan yang dapat mempengaruhi persepsi.
3. Variabel situasional. Konteks penting saat memeriksa persepsi, jadi penting untuk memperhatikan lingkungan tempat mereka muncul. Tumbuhnya pandangan dipengaruhi oleh sejumlah faktor, termasuk situasi.<sup>59</sup>

Sementara itu, menurut Fatah Syukur (2005), faktor yang mempengaruhi persepsi antara lain:<sup>60</sup>

---

<sup>58</sup> Sunaryo, *Psikologi Untuk Keperawatan* Jakarta: EGC, 2004, h. 94.

<sup>59</sup> P. Siagian Sondang, *Teori dan Praktek Kepemimpinan*, Jakarta: Rhineka Cipta, 1995, h. 101-105.

<sup>60</sup> Fatah Syukur, *Teknologi Pendidikan*, Semarang: Rasail, 2005, h. 89.

1. Faktor Internal, atau yang mempengaruhi bagaimana seseorang memandang tindakan, seperti aspek biologis, fisik, dan psikologis. Perhatian, sikap, minat, motivasi, pengalaman, dan pendidikan adalah contoh unsur psikologis.
2. Faktor eksternal, juga disebut sebagai faktor yang independen dari perilaku individu atau perseptual, seperti item target dan konteks atau lingkungan di mana persepsi itu terjadi.
3. Informasi sangat penting untuk pengembangan persepsi selain faktor-faktor yang disebutkan di atas.

#### **2.4.4 Indikator Persepsi**

Menurut Bimo Walgito (2010), indikator persepsi terdiri dari:

1. Penyerapan terhadap rangsang atau item dari lingkungan  
Panca indera baik secara individu atau kolektif menerima rangsangan atau objek. Hasil penyerapan panca indera akan menghasilkan suatu gambaran, reaksi, atau kesan di dalam otak.
2. Pengertian atau pemahaman objek  
Suatu pemahaman atau pemahaman terhadap suatu objek dihasilkan ketika visualisasi tersebut disusun, dikategorikan, dan diinterpretasikan di dalam otak.
3. Penilaian atau evaluasi individu terhadap objek  
Penilaian individu tercipta setelah pemahaman atau pemahaman terbentuk. Orang membandingkan pengetahuan yang baru mereka peroleh dengan standar atau norma yang mereka pegang secara pribadi. Meskipun objeknya sama, penilaian individu berbeda. Persepsi demikian tergantung pada individu.<sup>61</sup>

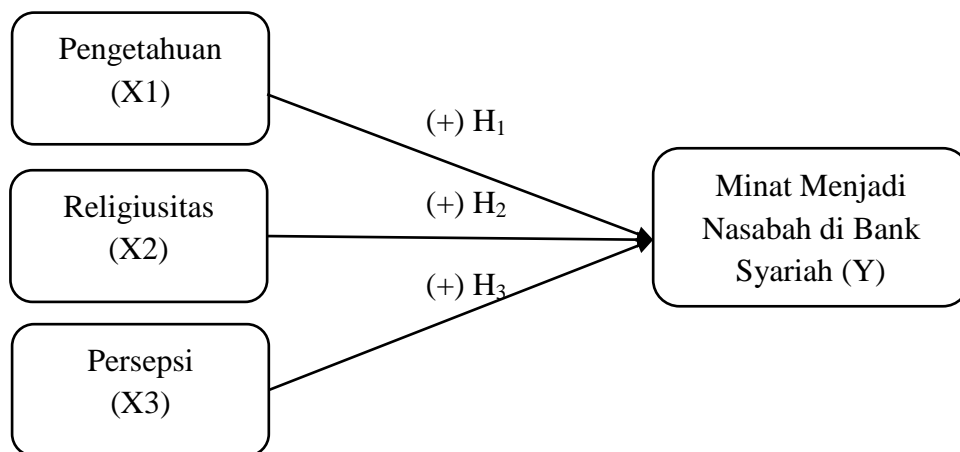
---

<sup>61</sup> Bimo Walgito, *Pengantar*, .... h. 54-55.

## 2.5 Kerangka Pemikiran

Menurut pembahasan yang telah dipaparkan sebelumnya, peneliti menguraikan beberapa hal yang dapat dijadikan sebagai landasan dalam menyelesaikan masalah.

**Gambar 2.1 Kerangka Penelitian**



## 2.6 Hipotesis

Hipotesis dapat diartikan sebagai suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan dari sebuah penelitian, dan harus menunjukkan bukti melalui hasil data yang telah peneliti kumpulkan.<sup>62</sup> Berdasarkan rumusan masalah serta kajian pustaka di atas, maka hipotesis yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

### 1. Pengaruh Pengetahuan Santri Al-Hikmah terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah

Pengetahuan menurut Notoatmodjo dalam Hernawaty (2020) diartikan sebagai hasil dari tahu dan ini terjadi setelah orang melakukan penginderaan terhadap obyek tertentu. Penginderaan muncul melalui indera manusia penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa, dan raba. Pengetahuan merupakan informasi yang menggabungkan pemahaman dan potensi untuk

---

<sup>62</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2002, h. 64.

menindak lanjuti, dan informasi itu menjadi terperangkap dalam pikiran seseorang.

Santri Pondok Pesantren Al-Hikmah memiliki pengetahuan yang cukup tentang bank syariah. Dimana dalam pengajarannya terdapat pembahasan mengenai prinsip-prinsip dasar hukum Islam yang dipraktikkan oleh bank syariah, seperti cara bertransaksi yang benar menurut Islam, rukun dan syarat jual beli, maupun tentang bertransaksi menggunakan prinsip-prinsip syariah. Adanya pengetahuan yang dimiliki santri seharusnya juga dapat menerapkannya di kehidupan sehari-hari.

Ketertarikan seseorang dalam menggunakan bank syariah dipengaruhi oleh pemahaman mereka terhadapnya, karena seseorang yang memiliki pengetahuan yang baik tentang suatu produk akan tertarik untuk menggunakannya. Notoatmodjo dalam Syahriyal (2018) menyatakan bahwa pengetahuan atau kognitif merupakan domain yang sangat penting untuk terbentuknya tindakan seseorang (*overt behavior*). Pendapat tersebut sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) oleh Ajzen (2005) yang menyatakan bahwa pengetahuan merupakan salah satu faktor latar belakang (informasi) yaitu *knowledge* yang dapat mempengaruhi perilaku atau tindakan seseorang.

Hal tersebut sesuai dengan penelitian Bayu Arifin (2018) yang menemukan bahwa variabel pengetahuan secara positif dan signifikan terhadap minat masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah.<sup>63</sup> Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Riska Amanati (2021) dan Tini Kusumayati (2022) yang menyatakan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah.<sup>64</sup>

Berdasarkan rumusan di atas, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

---

<sup>63</sup> Bayu Arifin, "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah, S1 thesis, *STIE Indonesia Banking School*, 2019.

<sup>64</sup> Tini Kusumayati Dewi dan Siti Rosana Permana, "*Pengaruh...*", h. 135.

**H1: Terdapat pengaruh positif pengetahuan santri Al-Hikmah terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syariah.**

## **2. Pengaruh Religiusitas Santri Al-Hikmah terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah**

Menurut Djamaludin Ancok & Fuad Nasori (2011), Religiusitas adalah tingkat ketertarikan individu terhadap agamanya. Ketika rasa religiusitas sudah ada, maka keinginan untuk melakukan hal-hal yang sesuai dengan syariat Islam juga akan meningkat. Seseorang yang sangat tertarik akan senang melakukan aktivitas yang menarik minatnya dan akan selalu setuju dengan aktivitas tersebut.

*Theory of Planned Behavior* (TPB), menyatakan bahwa religiusitas berkaitan dengan latar belakang seseorang yaitu sifat kepribadian. Apakah dia termasuk orang yang mempunyai tingkat religiusitas tinggi atau orang yang mempunyai tingkat religiusitas rendah. Religiusitas dapat mempengaruhi minat seseorang untuk menjadi nasabah di bank syariah karena semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang maka semakin ia menghindari transaksi yang dilarang syariah. Santri Pondok Pesantren dikenal memiliki tingkat religiusitas yang tinggi. Jadi seharusnya dengan tingkat religiusitas yang dimiliki santri bisa diterapkan untuk kegiatan sehari-hari seperti memutuskan untuk menjadi nasabah di bank syariah untuk melakukan transaksi yang dibenarkan syariah dan menghindari transaksi konvensional yang mengandung riba.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Herawati (2020) bahwa variabel religiusitas berpengaruh positif dan simultan terhadap minat menabung pada masyarakat.<sup>65</sup> Sejalan dengan penelitian oleh Fadhilatul Hasanah (2019) dan Gunawan (2021) yang menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.<sup>66</sup>

Berdasarkan rumusan di atas, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

---

<sup>65</sup> Herawati, et al., "*Pengaruh Promosi...*", h. 12.

<sup>66</sup> Gunawan, "*Pengaruh...*", h. 13.



**H2: Terdapat pengaruh positif religiusitas santri Al-Hikmah terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syariah.**

**3. Pengaruh Persepsi Santri Al-Hikmah terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah**

Menurut Kinichi dan Kreitner, persepsi pada dasarnya merupakan aktivitas kognitif, ketika mereka memahami informasi tentang lingkungan mereka melalui penglihatan, pendengaran, perasaan, sensasi, atau penciuman. Hal ini dilakukan agar gambaran tentang apa yang diketahuinya menjadi sesuatu yang bermakna dan berharga. Semakin banyak seseorang memahami informasi yang didapatkan, semakin banyak pula pengetahuan yang mendefinisikan persepsi setiap masyarakat

Persepsi santri terhadap minat menjadi nasabah berkaitan dengan keyakinan perilaku (*behavior belief*). Keyakinan seseorang terhadap suatu perilaku atau terhadap suatu hal dilihat dari segi positif negatif. Persepsi yang dimiliki seseorang terhadap suatu hal dapat dibagi menjadi dua yaitu baik dan buruk. Baik dan buruk itulah yang dapat memengaruhi sikap atau minat seseorang untuk melakukan suatu hal.

Ketertarikan santri untuk menjadi nasabah di bank syariah dipengaruhi oleh persepsi mereka terhadap bank syariah karena opini yang baik tentang bank syariah dapat memicu minat untuk menggunakan produk perbankan syariah. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Hendrik Saputra & Moch Khoirul (2019) menyimpulkan bahwa persepsi berpengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.<sup>67</sup> Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nuril Fijriah (2021) dan Ahmad Munajim (2022) yang menyimpulkan bahwa persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.<sup>68</sup>

Berdasarkan rumusan di atas, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

---

<sup>67</sup> Hendrik Saputra dan Moch. Khoirul Anwar, *Pengaruh...*, h. 7.

<sup>68</sup> Ahmad Munajim, et. al., "Pengaruh Persepsi dan Religiusitas Santri Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus di Pondok Tarbiyatul Banin)", *Ecobankers: Journal Of Economy Banking*, Vol.3, h. 6, 2022.

**H3: Terdapat pengaruh positif persepsi santri Al-Hikmah terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syariah.**

## 2.7 Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Tini Kusmayati daan Siti Rosana <sup>69</sup>	Pengaruh Tingkat Religiusitas dan Pengetahuan Terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Suryakencana Cianjur	Metode Kuantitatif Deskriptif dan Asosiatif	Variabel religiusitas dan pengetahuan berpengaruh signifikan dan berarah positif terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah.
2.	Gicella Fanny dan Halmawati <sup>70</sup>	Pengaruh Bagi Hasil, Kelompok Acuan, Kepercayaan dan Budaya Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah	Metode Kuantitatif	Variabel bagi hasil dan kelompok acuan tidak berpengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah di bank

<sup>69</sup> Tini Kusmayati Dewi dan Siti Rosana Permana, “Pengaruh..., h. 135.

<sup>70</sup> Gicella Fanny Andriani dan Halmawati, “Pengaruh Bagi Hasil, Kelompok Acuan, Kepercayaan, dan Budaya terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah”, *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, Vol. 1, No. 3, 2019.

				syariah, sedangkan kepercayaan dan budaya berpengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah.
3.	Siti Fatimah Hidayatulloh <sup>71</sup>	Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Santri Terhadap Minat Menabung Pada Perbankan Syariah di Pondok Pesantren Motivator Quran Ekselensia Indonesia Bogor	Metode Kuantitatif	Variabel religiusitas santri memiliki pengaruh terhadap minat menabung di bank syariah. Sedangkan variabel persepsi tidak memiliki pengaruh terhadap minat menabung di bank syariah.
4.	Gunawan <sup>72</sup>	Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan Perbankan	Metode Kuantitatif Asosiatif	Hasil penelitian variabel religiusitas dan pengetahuan

<sup>71</sup> Siti Fatimah Hidayatulloh, "Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Santri Terhadap Minat Menabung pada Perbankan Syariah di Pesantren Motivator Qur'an Ekselensia Indonesia", Skripsi, *UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*, 2021.

<sup>72</sup> Gunawan, "Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan Perbankan Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah BNI Syariah KC Sukabumi", *Fastabiq: Jurnal Studi Islam*, Vol 2, No. 2, 2021

		Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah BNI Syariah KC Sukabumi		perbankan berpengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.
5.	Waadarahmah <sup>73</sup>	Pengaruh Persepsi dan Religiusitas Terhadap Minat Masyarakat Kabupaten Bima Menjadi Nasabah di Bank Syariah dengan Pengetahuan Sebagai Variabel Moderasi	Metode Kuantitatif	Hasil dari penelitian menunjukkan variabel persepsi dan religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah. Kemudian variabel pengetahuan dapat memoderasi persepsi dan religiusitas terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah.

<sup>73</sup> Waadarahmah, "Pengaruh Persepsi dan Religiusitas Terhadap Minat Masyarakat Kabupaten Bima Menjadi Nasabah di Bank Syariah dengan Pengetahuan Sebagai Variabel Moderasi", *Al-Fiddoh*, Vol. 3, No. 1, Maret 2022.

Berdasarkan riset terdahulu di atas, maka terdapat persamaan dalam penelitian yaitu variabel pengetahuan, religiusitas, dan persepsi. Namun, diantara penelitian-penelitian di atas belum ada yang menggabungkan antara ke-3 variabel tersebut dalam satu kesatuan penelitian. Terlebih, belum ada yang menjadikan santri pada pondok pesantren sebagai objek penelitian. Oleh karena itu, penelitian ini dirasa penting untuk dilakukan, mengingat santri merupakan salah satu penggerak perkembangan perbankan syariah.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis dan Metode Penelitian**

##### **3.1.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif. Penelitian kuantitatif merupakan riset dengan pengajuan teori-teori melalui pengukuran variabel penelitian dengan menggunakan angka dan menganalisis data dengan statistika. Sedangkan dalam menganalisis, penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif adalah pendekatan dengan mendeskripsikan hal-hal yang menjadi sasaran penelitian dengan menggunakan data-data yang telah dikumpulkan.<sup>74</sup>

##### **3.1.2 Metode Penelitian**

Adapun metode penelitian yang dipakai dalam penelitian ini yaitu penelitian lapangan (*field research*) atau penelitian empiris. Penelitian lapangan adalah penelitian yang dilaksanakan secara sistematis dengan mengambil atau mengumpulkan data yang diperoleh dari kegiatan di kancah (lapangan).<sup>75</sup> Dengan demikian, penelitian ini akan mendeskripsikan objek penelitian dari data-data yang telah dikumpulkan dan dianalisis menggunakan statistik ataupun menggunakan pengukuran, untuk membuktikan ada atau tidaknya pengaruh pengetahuan, religiusitas, dan persepsi santri PPTQ Al-Hikmah terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah.

#### **3.2 Sumber Penelitian**

##### **3.2.1 Data Primer**

Data primer merupakan data yang berasal dari pihak pertama baik individu maupun kelompok tertentu.<sup>76</sup> Data primer yang diperoleh berasal

---

<sup>74</sup> Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016, h. 37.

<sup>75</sup> Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, Yogyakarta: UII Press, 2005.

<sup>76</sup> Husain Umar, *Research Methods In Finance And Banking*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002, h. 82.

dari sumber pertama atau secara langsung pada subyek penelitiannya.<sup>77</sup> Pada penelitian ini data diperoleh langsung dari hasil wawancara kepada Pengurus Pondok untuk mengetahui data profil dan bagaimana sejarah berdirinya PPTQ Al-Hikmah, serta dengan penyebaran kuesioner yang berisi pernyataan tentang variabel yang akan diteliti kepada responden yaitu santri PPTQ Al-Hikmah Semarang.

### **3.2.2 Data Sekunder**

Data sekunder adalah jenis informasi penelitian yang diperoleh peneliti melalui sumber perantara.<sup>78</sup> Data sekunder penelitian ini diperoleh dari jurnal, artikel dan buku seperti data profil pondok Al-Hikmah, serta penelitian terdahulu dengan tema yang relevan terhadap penelitian.

## **3.3 Populasi dan Sampel**

### **3.3.1 Populasi**

Populasi adalah bidang yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki besaran dan sifat tertentu yang peneliti terapkan untuk memahami dan kemudian menarik kesimpulan. Populasi bukan hanya jumlah yang ada pada suatu objek atau subjek, tetapi mencakup semua sifat yang dimiliki oleh objek atau subjek tersebut.<sup>79</sup> Adapun populasi penelitian ini yaitu Santri PPTQ Al-Hikmah Tugurejo Semarang yang berjumlah 315 santri.

### **3.3.2 Sampel**

Sampel adalah bagian dari populasi. Sampel dapat mewakili populasi apabila populasi besar, dan dikarenakan keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti tidak dapat mempelajari semua populasi. Kesimpulan tentang populasi dapat ditarik dari apa yang ditemukan dalam sampel. Oleh karena itu, sampel yang dipilih harus mencerminkan populasi secara

---

<sup>77</sup> Muhlis Yahya, “*Perilaku Menabung di Perbankan Syariah di Jawa Tengah*”, Disertasi: Universitas Diponegoro Semarang, 2011.

<sup>78</sup> Nur Indriantoro, Bambang Supromo, *Metode Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*, Yogyakarta: BPFE, 1999. h. 147.

<sup>79</sup> Muhammad Rizal, Syamsu dan Wali, *Buku Perbankan Komputer (Teori dan Praktikum)*, 2018.

akurat.<sup>80</sup> Pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu responden yang dipilih merupakan hasil pertimbangan khusus dari peneliti.<sup>81</sup> *Purposive sampling* juga di artikan suatu metode penetapan sampel berdasarkan pada tujuan tertentu. Kriteria sampel pada penelitian ini yaitu santri yang belum menjadi nasabah di bank syariah.

Rumus slovin diterapkan sebagai berikut untuk mendapatkan jumlah sampel yang diambil dari populasi:

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

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Batas Toleransi Kesalahan

Sebelum menggunakan rumus tersebut, terlebih dahulu tentukan batas toleransi kesalahan (*margin of error*). Persamaan berikut berfungsi sebagai dasar untuk batas toleransi kesalahan ini: semakin kecil batas toleransi kesalahan, semakin dekat sampel dengan populasi. Batas toleransi kesalahan dapat menggunakan 1%, 5%, dan 10%. Dalam penelitian ini diambil populasi sebanyak 315 Santri PPTQ Al-Hikmah. Jumlah sampel kemudian dapat ditentukan sebagai berikut:

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

$$n = \frac{315}{1+315 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{315}{1+315 (0,01)}$$

$$n = \frac{315}{1+3,15}$$

$$n = \frac{315}{4,15}$$

$$n = 75,90$$

---

<sup>80</sup> Metodologi Penelitian Kualitatif dan R&D, h. 80.

<sup>81</sup> Unaradjan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Universitas Katolik Indonesia Jaya, 2019.



Menurut perhitungan rumus slovin di atas, dapat diketahui bahwa sampel penelitian ini adalah 76 santri. Kuesioner disebarikan dengan cara dibagikan kepada santri, kemudian responden mengisi pernyataan kuesioner yang sudah disiapkan oleh peneliti berdasarkan kenyataan yang sebenarnya.

### **3.4 Metode Pengumpulan Data**

#### **3.4.1 Kuesioner atau Angket**

Kuesioner atau angket ialah teknik pengumpulan data dengan cara memberikan atau membagikan daftar pertanyaan/pernyataan kepada responden dengan harapan dapat menjawab daftar pertanyaan tersebut.<sup>82</sup> Peneliti akan menyebarkan kuesioner kepada santri Pondok Al-Hikmah sebagai sampel untuk dijawab dan selanjutnya dikumpulkan, kemudian diuji kelengkapannya untuk diukur nantinya. Dalam hal ini, peneliti memakai kuesioner tertutup, dimana responden hanya menjawab pernyataan yang sudah diberikan oleh peneliti. Kuesioner yang digunakan yaitu bentuk *check list*, dan skala likert dengan skor 5 point. Variabel yang diukur dengan skala likert dijelaskan dalam indikator variabel. Indikator ini kemudian digunakan sebagai titik awal untuk merancang instrument dalam bentuk item-item pernyataan atau pertanyaan.<sup>83</sup>

#### **3.4.2 Wawancara**

Wawancara menjadi salah satu metode yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Wawancara merupakan komunikasi dua arah untuk memperoleh informasi dari responden yang terkait. Dapat pula dikatakan bahwa wawancara adalah tanya jawab langsung antara pewawancara dengan narasumber dimana pewawancara menyelidiki secara langsung mengenai obyek kajian yang telah ditentukan.<sup>84</sup>

---

<sup>82</sup> Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi Kedua*, Jakarta: Rajawali Pers, 2011, h. 49.

<sup>83</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2015. h. 93.

<sup>84</sup> *Ibid.*

Wawancara dalam penelitian ini dilakukan bersama pengurus Pondok Al-Hikmah dan responden lainnya seperti Amara, Wiwin, Anili, dll, sebagai sumber data.

### 3.4.3 Dokumentasi

Tujuan dari metode dokumentasi adalah untuk mencari dan mengumpulkan informasi penting dari materi yang tersedia, yang biasanya dalam bentuk teks, gambar, atau kreasi penting seseorang. Buku harian, memori, cerita, biografi, aturan, dan kebijakan adalah contoh catatan tertulis.<sup>85</sup>

Dokumentasi dalam penelitian ini digunakan untuk mengumpulkan informasi terkait profil, misi dan tujuan Pondok Pesantren Al-Hikmah Tugurejo Semarang.

## 3.5 Skala Pengukuran

Skala adalah metode untuk menetapkan angka atau simbol lain ke sekelompok fitur pada objek untuk menyatakan nomor fitur untuk fitur tersebut.<sup>86</sup> Skala Likert digunakan sebagai skala pengukuran dalam penelitian ini. Peneliti mengajukan pernyataan sebagai titik awal pengelompokan item instrumen setelah menerjemahkan variabel yang diukur menjadi indikator variabel dengan menggunakan skala Likert. Setiap jawaban pertanyaan dipecah menjadi kategori berikut dalam penelitian kuantitatif:

- a. Sangat Tidak Setuju (STS) = 1
- b. Tidak Setuju (TS) = 2
- c. Netral (N) = 3
- d. Setuju (S) = 4
- e. Sangat Setuju (SS) = 5

## 3.6 Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel penelitian ialah gejala variabel yang bervariasi. Artinya faktor bisa berubah-ubah atau tidak untuk tujuan penelitian. Variabel penelitian harus di

---

<sup>85</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 2013, h. 274.

<sup>86</sup> *Ibid.* h. 43.

identifikasi hubungan dari dua atau lebih variabel penelitian untuk dianalisis.<sup>87</sup> Objek penelitian ini diklasifikasikan menjadi variabel terikat dan variabel bebas.

### 3.6.1 Variabel Terikat (*Dependen*)

Variabel terikat atau *dependen* diartikan sebagai variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas/ akibat dari variabel bebas. Minat menjadi nasabah bank syariah (Y), menjadi variabel dependen dalam penelitian ini.

### 3.6.2 Variabel Bebas (*Independen*)

Variabel bebas atau *independen* adalah variabel yang nilainya dapat mempengaruhi variabel lain. Variabel bebas dalam riset ini adalah unsur-unsur yang mempengaruhi minat Santri PPTQ Al-Hikmah untuk menjadi nasabah bank syariah, seperti:

- Pengetahuan (X1)

Menurut Notoatmodjo, pengetahuan adalah bidang yang sangat penting untuk membentuk tindakan seseorang. Oleh karena itu, eksperimen dan riset menunjukkan bahwa perilaku sadar pengetahuan lebih tahan lama daripada perilaku berbasis pengetahuan.<sup>88</sup>

- Religiusitas (X2)

Religiusitas merupakan nilai pemahaman seseorang terhadap suatu norma syariah, semakin positif perasaan seseorang tentang sesuatu, maka semakin besar kemungkinan seseorang untuk bertindak sesuai dengan item tersebut.

- Persepsi (X3)

Persepsi adalah proses merancang melalui indera yang dirangsang atau membentuk kesan subjektif terhadap sesuatu. Persepsi adalah keadaan di mana seseorang berbagi tentang stimulus yang mereka terima. Karena persepsi adalah keadaan yang serupa, maka apa yang terdapat pada diri seseorang, seperti pengalaman seseorang, akan ikut serta dalam persepsi seseorang.

---

<sup>87</sup> Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Kencana Perdana Media Group, 2013, h. 69.

<sup>88</sup> Soekidjo Notoadmodjo, *Ilmu Kesehatan Masyarakat dan Prinsip-Prinsip Dasar*, Jakarta: Rineka Cipta, 2003, h. 144.

**Tabel 3.1 Variabel dan Indikator Penelitian**

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Pengetahuan (X1)	Semua yang diketahui atau keadaan sadar adalah pengetahuan. Ketika seseorang menggunakan akalanya untuk mengenali hal-hal tertentu yang belum pernah mereka rasakan sebelumnya, saat itulah pengetahuan tercipta.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Konsep dasar bank syariah</li> <li>2. Karakteristik atau atribut produk</li> <li>3. Manfaat produk</li> <li>4. Kepuasan suatu produk</li> </ol> <p>Philip Khotler (2000: 401)</p>	Likert
Religiusitas (X2)	Religiusitas adalah kedalaman seseorang untuk meyakini adanya tuhan yang dibuktikan dengan menjalankan setiap perintah dan menjauhi segala larangan-Nya.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keyakinan/Ideologis</li> <li>2. Praktik Agama/ritualistic</li> <li>3. Pengalaman/eksperensial</li> <li>4. Pengetahuan agama/intelektual</li> <li>5. Konsekuensi</li> </ol> <p>Glock dan Stark (dalam Ancok dan Suroso, 2001)</p>	Likert

Persepsi (X3)	Persepsi adalah proses kognitif setiap individu dalam memahami informasi.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penyerapan terhadap rangsang atau objek dari luar individu</li> <li>2. Pengertian atau pemahaman terhadap objek</li> <li>3. Penilaian atau evaluasi individu terhadap objek</li> </ol> <p>Bimo Walgito (2010: 102-104)</p>	Likert
Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah (Y)	Kecenderungan hati yang tinggi terhadap suatu gairah atau keinginan.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perhatian</li> <li>2. Ketertarikan</li> <li>3. Keinginan</li> <li>4. Keyakinan</li> </ol> <p>Lucas dan Britt (2003: 101)</p>	Likert

### 3.7 Uji Instrumen Penelitian

Sebelum digunakan untuk penelitian, kuesioner terlebih dahulu harus melalui pengujian. Untuk mengetahui apakah instrumen yang telah dibuat benar-benar memberikan hasil yang diinginkan, maka dilakukan uji coba instrumen. Menurut Arikunto, keakuratan data yang diperoleh dipengaruhi oleh kualitas instrumen, dan kualitas hasil penelitian ditunjukkan oleh keakuratan data.<sup>89</sup> Dalam investigasi ini, uji coba instrumen meliputi:

<sup>89</sup> Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: PT. Rieneka Cipta, 2006.

### 3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah alat ukur yang bertujuan untuk memperoleh data yang valid. Cara menghitung koefisien korelasi dari uji validitas instrument adalah dengan menghitung nilai item dan jumlah skor dalam taraf signifikan 0,05. Instrument valid apabila memiliki  $r$  hitung bernilai  $> r$  tabel dan signifikansi korelasi yaitu di bawah  $\alpha = 0,05$ .<sup>90</sup>

### 3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur kestabilan alat pencacah. Suatu alat ukur dikatakan handal jika dapat memberikan hasil yang sama pada pengukuran berulang. Jika sebuah penelitian secara konsisten menghasilkan hasil yang sama untuk ukuran tertentu, itu dianggap dapat diandalkan. Di sisi lain, jika pengukuran berulang menghasilkan hasil yang berbeda, penelitian tidak dapat dipercaya.<sup>91</sup> Teknik *Cronbach Alpha* sering digunakan dalam program SPSS. Kriteria penilaian uji reliabilitas adalah:

- Kuesioner dianggap reliabel jika koefisien alpha lebih besar dari 0,60.
- Kuesioner dianggap tidak reliabel jika koefisien alpha kurang dari 0,60.

## 3.8 Teknik Analisis Data

Peneliti menggunakan analisis deskriptif sebagai metode analisis data untuk penelitian ini. Untuk menganalisis dan mendeskripsikan data guna memberikan jawaban atas berbagai masalah penelitian. Metode ini juga menggunakan analisis regresi berganda, suatu metode untuk analisis data yang memerlukan perumusan persamaan dan menggunakan persamaan tersebut untuk memperoleh perkiraan. Alat yang digunakan pada penelitian ini adalah aplikasi SPSS Statistics 26, dengan pengujian berikut:

---

<sup>90</sup> M. Askari Zakariyah, *Analisis Statistik Dengan SPSS Untuk Penelitian Kuantitatif*, (Kolaka: Yayasan Pondok Pesantren Al-Mawadah Warahmah, 2021), h. 33.

<sup>91</sup> Dian Ayunita Nugraheni, "Uji Validitas dan Reabilitas," *Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan* 7, No. 1 (2018)

### 3.8.1 Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas ialah model regresi yang berguna untuk mengetahui kenormalitasan sebuah data. Uji P plot dilakukan untuk menguji baik variabel independen maupun variabel dependen, atau keduanya dalam model regresi berdistribusi teratur atau tidak. Data dengan pola yang menyerupai distribusi normal dikatakan akurat.

Berikut ketentuan pengujian:

- Dikatakan normal apabila titik-titik tersebar di sekitar garis dan mengikuti arah garis diagonal.
- Sedangkan dengan uji *Kolmogorov-Smirnov* data berdistribusi normal apabila nilai signifikansi lebih tinggi dari 5% atau 0,05, dan sebaliknya.<sup>92</sup>

#### b. Uji Multikolinearitas

Untuk melihat terjadinya korelasi antar variabel bebas dalam model regresi dilakukan uji multikolinearitas. Model regresi yang baik harusnya tidak memiliki korelasi antar variabel terikat dan variabel bebas. Kriteria berikut dapat digunakan untuk menentukan model multikolinearitas dengan menggunakan nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF):<sup>93</sup>

- Apabila  $VIF > 10$  atau *tolerance value*  $< 0,10$  maka terjadi multikolinearitas.
- Jika  $VIF < 10$  atau *tolerance value*  $> 0,10$  maka tidak terjadi multikolinearitas.

#### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan pada varians residual dari observasi lain dalam model regresi. Scatter plot atau nilai ekspektasi variabel dependen (SRESID) dengan residual error (ZPRED) digunakan untuk menentukan apakah

---

<sup>92</sup> Mulyono, "Analisis Uji Asumsi Klasik," *Binus University Bussines School*. 2019.

<sup>93</sup> *Ibid.*

terjadi gejala heteroskedastisitas. Diketahui bahwa tidak ada tanda-tanda heteroskedastisitas jika titik pada grafik berada di atas atau di bawah 0 dan distribusi titik-titik tersebut tidak berpola.<sup>94</sup>

### 3.8.2 Analisis Regresi Berganda

Pengukuran pengaruh satu atau lebih faktor independen terhadap variabel dependen dilakukan dengan menggunakan analisis ini. Variabel independen dianggap memiliki pengaruh timbal balik satu sama lain baik secara positif dan ini seharusnya diperhitungkan dalam perhitungan.<sup>95</sup>

Untuk mengetahui nilai variabel X1 (pengetahuan), X2 (religiusitas), dan X3 (persepsi) yang mempengaruhi variabel Y (minat menjadi nasabah bank syariah), diperlukan analisis regresi linier berganda. Bentuk persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Total aset

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

e = Error

X<sub>1</sub> = Pengetahuan (Variabel independen)

X<sub>2</sub> = Religiusitas (Variabel independen)

X<sub>3</sub> = Persepsi (Variabel independen)

### 3.8.3 Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Kemampuan model memperhitungkan variasi variabel dependen diukur dengan koefisien determinasi (R<sup>2</sup>). Kisaran koefisien determinasi adalah 0 sampai 1. Nilai R<sup>2</sup> yang rendah menunjukkan betapa kecilnya kontribusi variabel independen terhadap variansi variabel dependen. Ketika R<sup>2</sup> mendekati 1, itu berarti bahwa variabel independen hampir

---

<sup>94</sup> *Ibid.*

<sup>95</sup> Ghazali, "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21".



seluruhnya menginformasikan bagaimana variabel dependen akan berubah.<sup>96</sup>

#### 3.8.4 Uji Simultan (F-test)

Uji F dilakukan untuk melihat ada atau pun tidaknya pengaruh variabel bebas pada variabel terikat secara bersama-sama (simultan).<sup>97</sup> Untuk mendapatkan hasil uji simultan ini, didapat dengan nilai F hitung dibandingkan dengan F tabel atau nilai signifikansi F 0,05 atau 5%.

Kriteria berikut menentukan apakah hipotesis harus diterima atau ditolak:

- Variabel independen secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen jika nilai signifikansi F hitung  $<$  F tabel.
- Variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen jika nilai signifikansi F hitung  $>$  F tabel.<sup>98</sup>

#### 3.8.5 Uji Parsial (Uji T)

Uji koefisien regresi yang berguna untuk melihat signifikansi variabel secara parsial dalam menjelaskan variabel terikat dengan memberi asumsi variabel independen lain dianggap konstan. Hipotesis diterima atau ditolak sesuai dengan kondisi berikut:

- Jika t hitung  $<$  t tabel berarti secara parsial variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
- Jika t hitung  $>$  t tabel berarti ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.<sup>99</sup>

---

<sup>96</sup> Mudrajat Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*, Jakarta: Erlangga, 2013, h. 246.

<sup>97</sup> Muhammad Yusuf, *Analisis Data Penelitian Teori & Aplikasi dalam Bidang Perikanan*, (Bogor: PT IPB Press) 2019, h. 148.

<sup>98</sup> *Ibid.*

<sup>99</sup> *Ibid.*

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

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

##### **4.1.1 Sejarah Pondok Pesantren Al-Hikmah Tugurejo Semarang**

Ketika Kyai Amnan Muqodam dan Ibu Rofiqotul Makiyah pindah ke Desa Godong di Kabupaten Grobogan pada tahun 1991, saat itulah semuanya dimulai. Sekitar 30 anak di desa yang di ajarkan mengaji oleh Kiai Amnan dan Ibu Rofiqotul, yang aktivitasnya dilakukan setelah sholat maghrib. Setelah melihat semangat dan perkembangan anak-anak tersebut, Kiai Amnan Muqodam akhirnya membangun sebuah mushola di yang ia beri nama “Nurudzullam” untuk dijadikan majlis ta’lim. Pada tahun 1993, Ibu Rofiqotul Makiyah menghadiri acara komunitas *Jam'iyah Qurra' wa al-Huffadz*. Salah satu peserta jam'iyah ingin adiknya mengaji kepadanya.

Pada saat yang sama, seorang warga Godong memohon bantuan kepada Pak Amnan Muqaddam untuk mengantarkan anaknya ke pondok pesantren binaan Kiai Busro, namun setelah beberapa hari, santri tersebut kembali ke rumah karena merasa tidak nyaman. Ia memilih mengaji Alquran kepada ibu Rofiqotul Makiyah. Kiai Amnan Muqaddam dan Ibu Rofiqotul saat itu menumpang di rumah orang lain (masih kost) karena belum memiliki rumah sendiri. Kemudian pada suatu hari datanglah enam orang santri yang ingin belajar Al-qur'an dan akhirnya diterima oleh Kiai Amnan Muqodam dengan seluruh keikhlasan dan kesabarannya serta fasilitas pondok pesantren yang terbatas karena hanya terdapat 2 kamar yang ditempati oleh Kiai Amnan Muqodam beserta keluarga dan enam muridnya.

Hal ini menimbulkan keinginan untuk membangun pesantren. Setelah Mushalla Nurudzolam dibangun, Kiai Amnan dan Ibu terus mengejar cita-cita mereka yang mengagumkan untuk membuka pesantren di Kampung Tugurejo Tugu Semarang, tempat kelahiran Kiai Amnan Muqoddam.

Rencana pertama Kiai Amnan adalah mengubah rumah Pak Muqodam (Ayah Kiai Amnan) menjadi pesantren. Namun sebelum niat terkabul, Allah SWT membuka hati Keluarga Al-Khumaidi menghibahkan tanah seluas 8,5 x 12 m<sup>2</sup> untuk membangun pondok pesantren dengan harapan dapat membawa mashalakh ke lingkungan dan membimbing generasi muda menyusuri jalan yang diridhoi Allah SWT. Selain itu, Kiai Amnan Moqaddam juga bertugas menjaga mushola di depan pesantren.

Pesantren ini dibangun pada bulan Desember 1994. Sebagian besar dana yang digunakan untuk membangun pesantren ini berasal dari keluarga sendiri dan masyarakat Godong yang memberikan waktu dan tenaga mereka dengan sukarela. Pondok tersebut dihuni dan diberi nama Al-Hikmah pada tanggal 15 Juli 1995, untuk menghormati salah satu anak Pak Khumaidi yang telah menghibahkan tanahnya untuk pesantren. Hanya ada enam santri yang terdaftar pada saat itu, tetapi jumlah itu terus meningkat selama bertahun-tahun, begitu pula dengan ukuran fasilitas, yang kini telah berkembang menjadi 19 kamar dan saat ini menampung sekitar 315 santri.

#### **4.1.2 Letak Geografis**

Pondok Pesantren Al-Hikmah dibangun di atas tanah wakaf oleh Bapak Al-Khumaidi dengan luas 8,5 x 12 m<sup>2</sup>. Sebelumnya, lahan seluas 8,5 kali 12 meter telah dialokasikan. Akhirnya dibangun dengan luas 8×9 m<sup>2</sup> yang hanya digunakan untuk pondok pesantren Al-Hikmah karena keadaan yang tidak memungkinkan untuk membangun lahan yang begitu luas. Kemudian, seiring bertambahnya jumlah santri setiap tahun, gedung pesantren diperluas menjadi total luas 207 meter persegi oleh Kiai Amnan. Bangunan kedua ini akan berada di atas tanah yang milik Kiai Amnan Muqodam yang dibeli dari penduduk setempat, bukan tanah wakaf.

Pondok Al-Hikmah terletak di Tugurejo, RT 07 RW 01, Tugu, Semarang. Berikut penulis berikan gambaran lokasi Pondok Al Hikmah untuk informasi lebih lanjut:

- a. Sebelah barat dibatasi oleh Mushala, rumah bapak Hartono, bapak Asikin dan rumah bapak Zayid.
- b. Sebelah utara dibatasi oleh rumah bapak Thalhah dan rumah bapak Abdillah (daerah Candi Tugu).
- c. Sebelah selatan dibatasi oleh jalan yang dijadikan sebagai gang buntu.
- d. Sebelah Timur dibatasi oleh Makam.

#### **4.1.3 Visi dan Misi**

Visi dan Misi Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Al-Hikmah, seperti halnya dengan pendidikan lainnya mempunyai:

- Visi : “Yayasan Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Al-Hikmah sebagai pengembangan ilmu agama islam, sebagai tempat terbentuknya pribadi muslim berakhlakul qur'ani, berhaluan ahlu sunnah wal jamaah, betjiwa khidmah, dan berwawasan kebangsaan”.
- Misi : 1) Menyelenggarakan pendidikan keagamaan.  
2) Mendidik akhlak santri berdasarkan akhlak al-qur'an  
3) Menanamkan nilai-nilai keagamaan melalui kitab-kitab kuning.

#### **4.1.4 Struktur Kepengurusan**

- Pengasuh : KH. A. Amnan Muqoddam
- Ketua : Siti FatimatuZZahro, S.Pd
- Wakil Ketua : Thohiroh Hasanah, S.Pd
- Sekretaris : Sakinah, S.Pd
- Bendarahara : Syintia Anggreani, S.Si
- Seksi-Seksi
- Sie Pendidikan : Falasifah, S.pd
- Sie Keamanan : Khusnul Arifah, S.Ag
- Sie Kepustakaan : Sela Mardiyah, S.H
- Sie Kebersihan : Nailash Shofa, S. Mat
- Sie Perlengkapan : Asiyatun, S.
- Sie Kegiatan : Anilifa Thoniyah

- Sie Kesehatan : Hawa Hasna H.

#### **4.1.5 Gambaran Umum Pelaksanaan Kegiatan Santri Al-Hikmah**

Jumlah santri di Pesantren Al-Hikmah sebanyak 315 santri menghuni di 19 kamar, dan rata-rata 12 santri menempati ruangan berukuran biasa sedangkan 40 santri menempati ruangan besar. Pesantren Al-Hikmah awalnya hanya mengkhususkan pada bidang hafalan Al-Qur'an, namun membuka program Kitab Kuning setelah 5 tahun karena beberapa santri lebih banyak mempelajari kitab kuning yang diajarkan oleh Kyai Aman Muqaddam dan anaknya. Mayoritas santri Al-Hikmah adalah mahasiswa UIN Walisongo Semarang, meskipun ada mahasiswa mukim (yang hanya mengaji tetapi tidak kuliah) dan beberapa mahasiswa SMA.

Untuk memperlancar proses pembelajaran dan untuk menjamin keamanan dan ketertiban santri, dikeluarkan peraturan dengan perintah dan larangan yang wajib diikuti oleh semua santri. Adapun perintah dan larangan tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Ma'murot/ Perintah
  - Mentaati hukum Islam
  - Ber ideologi Pancasila, beriman dan beramal Islam, Ahlisunnah Wal Jamaah
  - Wajib solat berjamaah lima waktu
  - Moral yang baik
  - Minta izin pengasuh atau pengasuh saat Anda hendak bepergian
  - Memelihara keamanan dan ketertiban di pondok pesantren dan sekitarnya
  - Partisipasi dalam kegiatan pesantren adalah wajib
  - Pakaian muslimah
  - Laporkan kepada pengurus atau petugas kebersihan jika terdapat teman yang sakit
  - Dll.

b. Manhiyat/ Larangan

- Perilaku yang bertentangan dengan hukum Islam Ahlussunnah Wal Jamaah
- Membuat keributan
- Menggunakan atau mengambil milik orang lain tanpa seizin pemiliknya
- Menonton semua pertunjukan di sekitar pesantren
- Memakai celana jeans di sekitar pondok
- Memakai perhiasan mencolok
- Membawa kendaraan pribadi
- Dll.

Santri yang tidak mematuhi peraturan akan menerima ta'zir atau sanksi sesuai pelanggarannya.

Adapun kegiatan sehari-hari para santri Pesantren Al-Hikmah yaitu:

Waktu	Kegiatan
02.15	Bangun, dilanjut shalat tahajud berjamaah
04.15	Jamaah sholat shubuh
04.50-06.00	Mengaji Al-qur'an untuk santri <i>binnadzor</i> serta setoran hafalan untuk santri khuffadz.
06.10- 06. 40	Mengaji kitab untuk santri <i>binnadzor</i>
06. 40	Bersih-bersih kamar serta lingkungan pondok sesuai dengan jadwal piket yang sudah ditentukan.
07.15-15.05	Dilanjutkan dengan tadarus al-Qur'an dan kegiatan lainnya bagi mukim atau santri salafi. Sedangkan untuk santri mahasiswa menjalankan aktifitasnya di kampus untuk belajar.
15.15	Sholat ashar berjamaah
16.15- 17.10	Mengaji kitab untuk santri <i>binnadzor</i> dan tadarus dan santri khuffadz untuk mempersiapkan darusan (pengulangan hafalan)
17.10	Bersih-bersih area pondok sesuai piket yang telah ditulis
17.55	Sholat maghrib berjamaah
18.30-20.00	Untuk santri khuffadz setoran darusan (pengulangan hafalan) Al-qur'an dan sorogan kitab untuk santri

	<i>binnadzor</i>
20.15	Sholat isya berjamaah
20.35-21.35	Kegiatan yang mengikuti jadwal yang telah ditentukan tergantung harinya, yaitu Senin Al-Qur'an Tarilan, Selasa Al-Qur'an Darusan, Rabu, mengetahui lebih lanjut tentang Tajwid dan Nahwu Shorof. Kamis Al-Qur'an Simaan dan Istighosah, belajar lebih dalam tentang Tajwid pada hari Jumat, Sabtu, khitobah dan Fasholatan (termasuk pengetahuan yang lebih dalam tentang hukum, tata cara, aturan dan sifat dan manfaat doa). Pada hari Minggu, barjanji, membaca sholawat nariyah dan munjiat. Pengurus pendidikan bertanggung jawab atas kegiatan ini.
21.35	Belajar masing-masing dan istirahat

## 4.2 Karakteristik Responden

Berikut tabel pembagian mengenai karakteristik responden pada penelitian ini:

### 4.2.1 Usia

Sebanyak 76 responden Santri Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Al-Hikmah Tugurejo Semarang sebagai berikut:

**Tabel 4.1 Identitas Responden (Usia)**

No.	Usia	Frekuensi	Persentase
1.	16 – 20	31	40,8%
	21 – 25	37	48,7%
	>26	8	10,5%
<b>Total</b>		<b>76</b>	<b>100%</b>

(Sumber: Data Primer diolah, 2022.)

Berdasarkan Tabel 4.1, santri yang ada di pesantren yang didasarkan pada rentan usianya dari 76 responden di atas menunjukkan bahwa terdapat 31 santri atau 40,8% dari total, berusia antara 16 dan 20 tahun. Ada 37 santri atau 48,7% dari total, antara usia 21 dan 25 tahun. Selanjutnya, ada 8 santri atau 10,5% yang lebih tua dari 26 tahun. Maka

dapat diketahui bahwa responden terbesar terletak pada usia 21-25 tahun yang berjumlah 37 orang dengan persentase 48,7%, dan yang terendah yaitu usia >26 tahun yang berjumlah 8 orang dengan besar persentase 10,5%.

#### 4.2.2 Pendidikan Terakhir

Data mengenai pendidikan terakhir santri Al-Hikmah yang diambil sebagai responden adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.2 Pendidikan Terakhir**

No.	Pendidikan	Frekuensi	Persentase
1.	SMA/ MA/ SMK	51	67.1%
	Sarjana	13	17.1%
	Lainnya	12	15.8%
<b>Total</b>		<b>76</b>	<b>100%</b>

(Sumber: Data Primer diolah, 2022)

Berdasarkan tabel 4.2 diketahui bahwa 51 atau sebesar 67,1% responden berpendidikan tingkat akhir SMA/ MA/ SMK, sebesar 13 atau 17,1% responden berpendidikan akhir Sarjana, dan 12 atau 15,8% berpendidikan lainnya. Jadi kesimpulan yang diambil bahwa responden berpendidikan terakhir SMA/MA/ SMK cenderung lebih banyak jika dibandingkan dengan yang lain.

#### 4.3 Analisis Deskriptif

Menganalisis data deskriptif memerlukan deskripsi data dengan minimum, maksimum, jumlah, rentang, rata-rata, dan standar deviasi. Statistik Deskriptif disajikan untuk memberikan gambaran kepada pembaca laporan tentang data penelitian dan menemukan sejumlah asumsi dan tanggapan terhadap item persoalan mengenai aspek-aspek yang mempengaruhi minat menjadi nasabah Bank Syariah.



**Tabel 4.3 Analisis Deskriptif**

<b>Descriptive Statistics</b>					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pengetahuan	76	10	20	14.53	2.910
Religiusitas	76	8	29	21.16	3.311
Persepsi	76	5	23	18.28	2.919
Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah	76	4	20	14.01	2.548
Valid N (listwise)	76				

Berdasarkan gambar di atas menunjukkan bahwa N atau jumlah data setiap variabel yang valid berjumlah 76, dari 76 data sampel minat menjadi nasabah di bank syariah (Y), diperoleh nilai minimum 4, nilai maksimum 20, nilai mean 14.01 dan nilai standar deviasi sebesar 2.548 yang artinya nilai mean lebih besar dari nilai standar sehingga penyimpangan data yang terjadi rendah. Maka, penyebaran nilainya merata.

Pengetahuan (X1), dari 76 data sampel diketahui bahwa nilai minimum 10, nilai maksimum 20, nilai mean 14.53 dan nilai standar deviasi sebesar 2.910 yang berarti nilai mean pengetahuan lebih besar dari nilai standar deviasi, sehingga penyimpangan data yang terjadi rendah. Maka penyebaran nilainya merata.

Religiusitas (X2), dari 76 data sampel diketahui bahwa nilai minimum 8, nilai maksimum 29, nilai mean 21.16 dan nilai standar deviasi sebesar 3.311 yang berarti nilai mean religiusitas lebih besar dari nilai standar deviasi, sehingga penyimpangan data yang terjadi rendah. Maka penyebaran nilainya merata.

Persepsi (X3), dari 76 data sampel diketahui bahwa nilai minimum 5, nilai maksimum 23, nilai mean 18.28 dan nilai standar deviasi sebesar 2.919 yang berarti nilai mean persepsi lebih besar dari nilai standar deviasi, sehingga penyimpangan data yang terjadi rendah. Maka penyebaran nilainya merata.

#### 4.3.1 Deskripsi Variabel Pengetahuan (X1)

**Tabel 4.4 Kategori Rata-Rata Skor Penilaian Responden**

<b>Rata-Rata Skor</b>	<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
10 – 12	Sangat Rendah	21	27,6%
13 – 14	Rendah	21	27,6%
15 – 16	Sedang	11	14,5%
17 – 18	Tinggi	15	19,7%
19 – 20	Sangat Tinggi	8	10,5%
<b>Total</b>		<b>76</b>	<b>100%</b>

Melihat pada tabel di atas dapat diketahui bahwa skor total jawaban yang diperoleh dari setiap responden dengan nilai yang berada pada interval 10–12 dengan kategori sangat rendah mendapatkan frekuensi 21 atau 27,6%. Interval 13–14 dengan kategori rendah mendapatkan frekuensi 21 atau 27,6%. Interval 15-16 berkategori sedang dengan frekuensi 11 atau 14,5%. Interval 17-18 berkategori tinggi dengan frekuensi 15 atau 19,7%. Interval 19-20 berkategori sangat tinggi dengan frekuensi 8 atau 10,5%. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa skor total jawaban yang diperoleh dari setiap responden untuk variabel pengetahuan pada kategori rendah dan sangat rendah cenderung lebih banyak jika dibandingkan dengan yang lainnya.

#### 4.3.2 Deskripsi Variabel Religiusitas (X2)

**Tabel 4.5 Kategori Rata-Rata Skor Penilaian Responden**

<b>Rata-Rata Skor</b>	<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
8 - 12,2	Sangat Rendah	1	1,3%
12,3 - 16,4	Rendah	2	2,6%
16,5 - 20,6	Sedang	32	42,1%
20,7 - 24,8	Tinggi	27	35,5%
24,9 - 29	Sangat Tinggi	14	18,4%
<b>Total</b>		<b>76</b>	<b>100%</b>

Melihat pada tabel di atas dapat diketahui bahwa skor total jawaban yang diperoleh dari setiap responden dengan nilai yang berada pada

interval 8 - 12,2 dengan kategori sangat rendah mendapatkan frekuensi 1 atau 1,3%. Interval 12,3 - 16,4 dengan kategori rendah mendapatkan frekuensi 2 atau 2,6%. Pada interval 16,5 - 20,6 berkategori sedang dengan frekuensi 32 atau 42,1%. Interval 20,7 - 24,8 berkategori tinggi dengan frekuensi 27 atau 35,5%. Interval 24,9 – 29 berkategori sangat tinggi dengan frekuensi 14 atau 18,4%. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa skor total jawaban yang diperoleh dari setiap responden untuk variabel religiusitas pada kategori sedang cenderung lebih banyak jika dibandingkan dengan yang lainnya.

#### 4.3.3 Deskripsi Variabel Persepsi (X3)

**Tabel 4.6 Kategori Rata-Rata Skor Penilaian Responden**

<b>Rata-Rata Skor</b>	<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
5 - 8,6	Sangat Rendah	1	1,3%
8,7 - 12,2	Rendah	2	2,6%
12,3 - 15,8	Sedang	6	7,9%
15,9 - 19,4	Tinggi	38	50,0%
19,5 – 23	Sangat Tinggi	29	38,2%
<b>Total</b>		<b>76</b>	<b>100%</b>

Melihat pada tabel di atas dapat diketahui bahwa skor total jawaban yang diperoleh dari setiap responden dengan nilai yang berada pada interval 5 - 8,6 dengan kategori sangat rendah mendapatkan frekuensi 1 atau 1,3%. Interval 8,7 - 12,2 dengan kategori rendah mendapatkan frekuensi 2 atau 2,6%. Pada interval 12,3 - 15,8 berkategori sedang dengan frekuensi 6 atau 7,9%. Interval 15,9 - 19,4 berkategori tinggi dengan frekuensi 38 atau 50,0%. Interval 19,5 – 23 berkategori sangat tinggi dengan frekuensi 29 atau 38,2%. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa skor total jawaban yang diperoleh dari setiap responden untuk variabel persepsi pada kategori tinggi cenderung lebih banyak jika dibandingkan dengan yang lainnya.

#### 4.3.4 Deskripsi Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah (Y)

Tabel 4.7 Kategori Rata-Rata Skor Penilaian Responden

Rata-Rata Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase
4 - 7,2	Sangat Rendah	1	1,3%
7,3 - 10,4	Rendah	4	5,3%
10,5 - 13,6	Sedang	29	38,2%
13,7 - 16,8	Tinggi	30	39,5%
16,9 - 20	Sangat Tinggi	12	15,8%
<b>Total</b>		<b>76</b>	<b>100%</b>

Melihat pada tabel di atas dapat diketahui bahwa skor total jawaban yang diperoleh dari setiap responden dengan nilai yang berada pada interval 4 - 7,2 dengan kategori sangat rendah mendapatkan frekuensi 1 atau 1,3%. Interval 7,3 - 10,4 dengan kategori rendah mendapatkan frekuensi 4 atau 5,3%. Pada interval 10,5 - 13,6 berkategori sedang dengan frekuensi 29 atau 38,2%. Interval 13,7 - 16,8 berkategori tinggi dengan frekuensi 30 atau 39,5%. Interval 16,9 - 20 berkategori sangat tinggi dengan frekuensi 12 atau 15,8%. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa skor total jawaban yang diperoleh dari setiap responden untuk variabel minat pada kategori tinggi cenderung lebih banyak jika dibandingkan dengan yang lainnya.

#### 4.4 Uji Kualitas Data

##### 4.4.1 Uji Validitas

Pengujian yang berguna untuk melakukan pengukuran dalam kapasitas suatu item atau pernyataan kuesioner itu valid atau tidak validnya suatu item yang digunakan. Tingkat validitas dapat dilakukan dengan cara membandingkan nilai  $r$  hitung dan  $r$  tabel. Adapun kriteria penilaian uji validitas yaitu dengan signifikan ( $\alpha$ ) = 0,05. Apabila  $r$  hitung bernilai  $> r$  tabel maka disebut valid. Untuk menentukan nilai  $t$  tabel yaitu dengan menentukan *degree of freedom* ( $df$ ) =  $(n-2) = 76-2 = 74$  dengan alpha 0,05 memberikan nilai  $r$  tabel = 0,225.

**Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item	R hitung	R tabel	Keterangan
Pengetahuan (X1)	X1.1	0,584	0,225	Valid
	X1.2	0,764	0,225	Valid
	X1.3	0,740	0,225	Valid
	X1.4	0,720	0,225	Valid
Religiusitas (X2)	X2.1	0,687	0,225	Valid
	X2.2	0,724	0,225	Valid
	X2.3	0,605	0,225	Valid
	X2.4	0,592	0,225	Valid
	X2.5	0,826	0,225	Valid
	X2.6	0,405	0,225	Valid
Persepsi (X3)	X3.1	0,782	0,225	Valid
	X3.2	0,762	0,225	Valid
	X3.3	0,613	0,225	Valid
	X3.4	0,712	0,225	Valid
	X3.5	0,583	0,225	Valid
Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah (Y)	Y.1	0,735	0,225	Valid
	Y.2	0,715	0,225	Valid
	Y.3	0,752	0,225	Valid
	Y.4	0,705	0,225	Valid

(Sumber: data primer diolah, 2022)

Berdasarkan hasil tabel di atas, dapat dilihat bahwa semua item pada variabel pengetahuan (X1), religiusitas (X2), dan persepsi (X3) dinyatakan valid, dibuktikan dengan  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel 0,225. Sehingga variabel bisa dilakukan pengujian lebih lanjut.

#### 4.4.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas berguna untuk menunjukkan kepastian dan stabilitas skor (skala pengukur atau indikator) dengan menggunakan alat *cronbach's alpha*. Adapun kriteria uji reliabilitas yaitu *cronbach's alpha*  $\geq$  0,6 dengan tingkat sig. 5%. Data diolah dengan bantuan SPSS Statistic 26, dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas**

No.	Variabel	Nilai Alpha	Batas Reliabel	Kriteria
1.	Pengetahuan	0,657	0,6	Reliable
2.	Religiusitas	0,708	0,6	Reliable
3.	Persepsi	0,727	0,6	Reliable
4.	Minat Menjadi Nasabah	0,698	0,6	Reliable

(Sumber : data primer diolah, 2022)

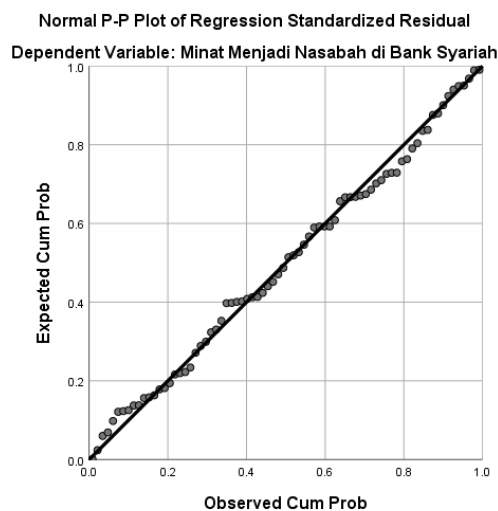
Hasil pengujian di atas, diketahui hasil olah reliabilitas instrument penelitian diperoleh nilai *Cornbach Alpha*  $\geq 0,6$ . Dimana koefisien reliabilitas X1 adalah 0,657, koefisien reliabilitas X2 adalah 0,708, koefisien reliabilitas X3 adalah 0,727, dan koefisien reliabilitas Y adalah 0,698. Hal ini diartikan seluruh indikator dalam penelitian reliable.

## 4.5 Uji Asumsi Klasik

### 4.5.1 Uji Normalitas

Uji P-plot dalam uji normalitas pada penelitian ini guna membuktikan apakah data berdistribusi normal atau tidak. Data dianggap normal bila titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal.

**Gambar 4.1 Uji Normalitas**



Seperti yang diamati pada grafik di atas, di mana data menampilkan pola data yang terdistribusi secara teratur, titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan bergerak ke arah tersebut. Hal tersebut menunjukkan pola data yang berdistribusi normal.

**Tabel 4.10 Uji Normalitas**

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		
		Unstandardized Residual
N		76
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.62471723
Most Extreme Differences	Absolute	.056
	Positive	.056
	Negative	-.053
Test Statistic		.056
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa tingkat signifikansi residual adalah 0,200 yang lebih besar dari 0,05. Sehingga dikatakan nilai residual normal. Untuk itu, data dalam penelitian ini penyebarannya terdistribusi dengan normal.

#### 4.5.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi menemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Jika tidak ada masalah multikolinieritas maka model regresi dapat dikatakan baik. Kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- Jika nilai VIF < 10 dan nilai tolerance > 0,1 dikatakan tidak terjadi multikolinieritas.
- Jika nilai VIF > 10 dan nilai tolerance < 0,1 dikatakan terjadi multikolinieritas.

**Tabel 4.11 Uji Multikolinieritas**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Pengetahuan	.553	1.808
	Religiusitas	.385	2.595
	Persepsi	.465	2.150

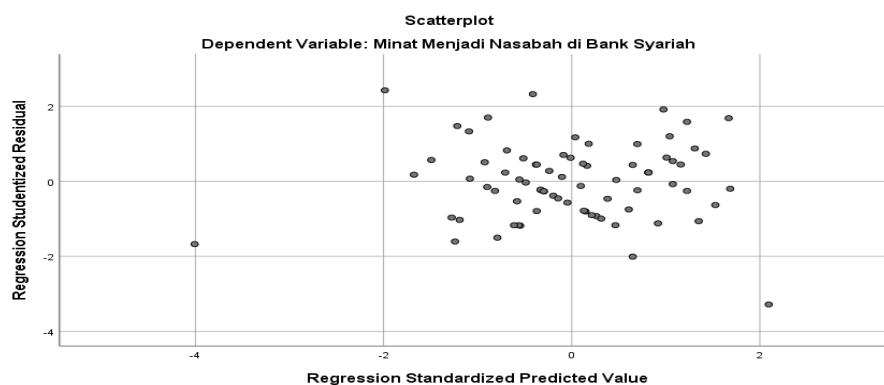
a. Dependent Variable : Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas pada tabel di atas, variabel pengetahuan (X1) menghasilkan nilai VIF sebesar 1,808 dan nilai tolerance sebesar 0,553. Nilai VIF untuk variabel religiusitas (X2) sebesar 2,595, sedangkan nilai toleransi sebesar 0,385. Nilai VIF untuk variabel persepsi (X3) sebesar 2,150, dan nilai tolerance sebesar 0,465. Justifikasi ini mengarah pada kesimpulan bahwa nilai toleransi untuk nilai VIF ketiga variabel lebih besar dari 0,1 dan nilainya kurang dari 10. Hal ini menunjukkan klaim bahwa tidak ada multikolinieritas dalam penelitian ini.

### 4.5.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan variansi residual dari pengamatan lain dalam suatu model regresi. Tidak adanya gejala heteroskedastisitas merupakan persyaratan model regresi ini. Jika grafik menunjukkan titik-titik tersebar yang tidak membentuk pola, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

**Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas**





Berdasarkan hasil pengujian di atas, titik-titik pada grafik tampak terdistribusi secara acak dan tidak memiliki struktur/ pola tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada tanda-tanda heteroskedastisitas pada data penelitian.

#### 4.6 Uji Regresi Berganda

Merupakan alat untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh antara satu variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat. Analisis data ini untuk menguji pengaruh variabel pengetahuan (X1), religiusitas (X2), persepsi (X3) yang menyebabkan perubahan variabel minat menjadi nasabah bank syariah (Y). Hasil pengujian model regresi berganda dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

**Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.711	1.326		.536	.594
	Pengetahuan	.115	.088	.132	1.302	.197
	Religiusitas	.393	.093	.511	4.224	.000
	Persepsi	.181	.096	.207	1.879	.064

a. Dependent Variable: Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah

Berdasarkan hasil pada tabel di atas, dapat diuraikan persamaan regresi berganda yaitu sebagai berikut:

$$Y = 0,711 + 0,115 X_1 + 0,393 X_2 + 0,181 X_3 + e$$

Dari persamaan regresi linear berganda di atas, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta (a) memiliki nilai positif sebesar 0,711. Tanda positif artinya menunjukkan bahwa jika semua variabel independen yang meliputi pengetahuan (X1), religiusitas (X2), dan persepsi (X3) bernilai 0 (nol) atau tidak mengalami perubahan, maka minat menjadi nasabah di bank syariah adalah dikategorikan sangat rendah. Hal ini ditunjukkan dengan nilai 0,711 yang di bawah nilai minimum yakni 4 yang sebenarnya bisa diartikan bahwa tidak ada minat sama sekali.

2. Nilai koefisien regresi untuk variabel pengetahuan (X1) memiliki nilai positif yaitu sebesar 0,115 dan nilai signifikansi 0,197 atau 19,7%. Hal tersebut menunjukkan jika pengetahuan mengalami kenaikan 1 basis point maka minat menjadi nasabah di bank syariah akan naik sebesar 0,115 basis point dengan asumsi variabel independen yang lainnya dianggap konstan (*ceteris paribus*) tetapi tidak signifikan. Artinya ketika pengetahuan santri Al-Hikmah naik 1 basis point, maka akan bertambah pada kenaikan minat menjadi nasabah di bank syariah adalah sebesar 0,115. Nilai tersebut berada pada kategori sangat rendah.
3. Nilai koefisien regresi untuk variabel religiusitas (X2) memiliki nilai positif yaitu sebesar 0,393 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hal tersebut menunjukkan jika religiusitas mengalami kenaikan 1 basis point maka minat menjadi nasabah di bank syariah akan naik sebesar 0,393 basis point dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan (*ceteris paribus*). Artinya ketika tingkat religiusitas santri Al-Hikmah naik 1 basis point, maka akan bertambah pada kenaikan minat menjadi nasabah di bank syariah adalah sebesar 0,393. Nilai tersebut berada pada kategori sangat rendah.
4. Nilai koefisien regresi untuk variabel persepsi (X3) memiliki nilai positif yaitu sebesar 0,181 dengan nilai signifikansi sebesar 0,64. Hal tersebut menunjukkan jika persepsi mengalami kenaikan 1 basis point maka minat menjadi nasabah di bank syariah akan naik sebesar 0,181 basis point dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan (*ceteris paribus*). Artinya ketika tingkat persepsi santri Al-Hikmah naik 1 basis point, maka akan bertambah pada kenaikan minat menjadi nasabah di bank syariah adalah sebesar 0,181. Nilai tersebut berada pada kategori sangat rendah.

#### **4.7 Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Uji R Square digunakan untuk mengetahui kemampuan dari model regresi dalam menjelaskan variabel dependen atau terikat. Berikut adalah hasil uji R Square:

**Tabel 4.13 Hasil R Square**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.770 <sup>a</sup>	.593	.577	1.658
a. Predictors: (Constant), Persepsi, Pengetahuan, Religiusitas				
b. Dependent Variable: Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah				

Berdasarkan tabel di atas, membuktikan bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,577, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel *independen* yaitu pengetahuan, religiusitas dan persepsi berkontribusi bersama-sama sebesar 57,7% terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah. Sedangkan sisanya 42,3% (100% - 57,7%) dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Dengan demikian model ini dikategorikan layak/baik.

#### 4.8 Uji Simultan (Uji F)

Uji-F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat. Dalam hal ini uji F bertujuan untuk menguji pentingnya pengaruh pengetahuan, religiusitas dan persepsi terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. Uji F ini didapat dengan membandingkan nilai F hitung > F tabel dengan sig. 0,05. Pada tabel distribusi F dicari derajat kebebasan (df) = n-k-1. Hal ini menghasilkan df = (76-3-1) dengan signifikansi 5% adalah 2,73 untuk F-tabel.

**Tabel 4.14 Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	289.009	3	96.336	35.035	.000 <sup>b</sup>
	Residual	197.978	72	2.750		
	Total	486.987	75			
a. Dependent Variable: Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah						
b. Predictors: (Constant), Persepsi, Pengetahuan, Religiusitas						

Berdasarkan hasil uji F di atas, maka dapat diartikan kesimpulan bahwa diperoleh  $F_{hitung} 35.035 > F_{tabel} 2,73$ , yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh

variabel bebas yakni Pengetahuan (X1), Reigiusitas (X2), dan Persepsi (X3) secara bersama-sama terhadap variabel terikat yaitu minat menjadi nasabah di bank syariah.

Hasil nilai signifikansi sebesar 0,000, sehingga nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu  $0,000 < 0,05$ . Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel Pengetahuan (X1), Reigiusitas (X2), dan Persepsi (X3) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah.

#### 4.9 Uji Parsial (Uji T)

Uji T dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh variabel bebas secara individual berpengaruh terhadap variabel terikat. Dengan cara membandingkan probabilitas variabel bebas terhadap tingkat signifikansi 0,05 dan nilai t hitung  $> t$  tabel. Apabila nilai sig.  $< 0,05$  maka variabel bebas (X) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Y) dan ini dapat terlihat pada t hitung  $> t$  tabel. Sehingga t tabel = (76-3-1) dengan signifikansi 5% adalah 1.993 .

**Tabel 4.15 Hasil Uji t**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.711	1.326		.536	.594
	Pengetahuan	.115	.088	.132	1.302	.197
	Religiusitas	.393	.093	.511	4.224	.000
	Persepsi	.181	.096	.207	1.879	.064

a. Dependent Variable: Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah

Berdasarkan hasil uji t di atas, maka dapat diuraikan sebagai berikut:

##### 1. Pengujian Hipotesis Satu (H1)

Berdasarkan tabel di atas, variabel pengetahuan menunjukkan nilai t hitung sebesar 1,302 lebih kecil dari t tabel 1,993 atau  $t_{hitung} 1,302 < t_{tabel} 1,993$  dan hasil signifikansi yang diperoleh sebesar 0,197. Hasil ini menunjukkan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Maka H1 ditolak,

sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel pengetahuan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan.

## 2. Pengujian Hipotesis Dua (H2)

Berdasarkan tabel di atas, variabel religiusitas menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  4,224 >  $t_{tabel}$  1,993 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hasil ini menunjukkan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Maka H2 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel religiusitas berpengaruh positif dan signifikan.

## 3. Pengujian Hipotesis Tiga (H3)

Berdasarkan tabel di atas, variabel persepsi menunjukkan nilai  $t$  hitung sebesar 1,879 lebih kecil dari  $t$  tabel 1,993 atau  $t_{hitung}$  1,879 <  $t_{tabel}$  1,993 dan hasil signifikansi yang diperoleh sebesar 0,064. Hasil ini menunjukkan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Maka H3 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel persepsi berpengaruh positif tetapi tidak signifikan.

### 4.10 Pembahasan Hasil Analisis Data

Penelitian ini melibatkan 76 responden guna memberikan informasi terkait penelitian tentang “Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, dan Persepsi Santri PPTQ Al-Hikmah Terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah”. Dari hasil analisis data yang dilakukan pada penelitian ini dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 26 diketahui bahwa :

Uji validitas kuesioner yang dibagikan kepada 76 responden menunjukkan hasil yang valid, dapat dibuktikan bahwa secara keseluruhan memiliki nilai  $r$  hitung >  $r$  tabel sebesar 0,225. Uji reliabilitas dikatakan reliabel yang ditunjukkan dengan nilai koefisien >0,6. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan nilai  $R$ -squared sebesar 0,577 atau 57,7%. Hal ini membuktikan bahwa variabel pengetahuan, agama dan persepsi berpengaruh sebesar 57,7%. Persentase faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini sebesar 42,3%.

Uji signifikansi simultan (uji F), menunjukkan bahwa variabel pengetahuan, religiusitas dan persepsi secara bersamaan berpengaruh terhadap minat menjadi

nasabah di bank syariah. Dibuktikan dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai F hitung  $> F$  tabel dengan nilai  $35.035 > 2,73$ .

### **1. Pengaruh Pengetahuan Santri Al-Hikmah terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah.**

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang dilakukan secara parsial (uji t), diperoleh variabel pengetahuan dengan nilai t hitung  $1.302 < t$  tabel  $1.993$  dan nilai sig. sebesar  $0,197 > 0,05$ . Sehingga H1 ditolak yang menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah

Pengetahuan bank syariah berkaitan dengan latar belakang, termasuk dalam faktor informasi. Dalam *Theory of planned behavior* pengetahuan merupakan salah satu faktor yang dapat memengaruhi perilaku atau tindakan seseorang yang termasuk pada kategori *control beliefs*. *Control beliefs* berkaitan dengan keyakinan bahwa suatu perilaku atau pekerjaan dapat dilakukan. Misalnya pada penelitian ini pengetahuan tentang bank syariah syariah juga mengarah pada keyakinan mengetahui dan menguasai dengan baik seperti pengertian, prinsip-prinsip, produk, dan sebagainya.

Pengetahuan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat santri Pondok Pesantren Al-Hikmah untuk menjadi nasabah di bank syariah akibat kurangnya sosialisasi bank syariah kepada masyarakat, khususnya kalangan pesantren, hal ini menimbulkan kesadaran bahwa perbankan syariah sama dengan bank konvensional lainnya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hasanah (2019) dan Fajar & Nugroho (2019) yang menyimpulkan bahwa pengetahuan tidak berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap minat menjadi nasabah.<sup>100</sup>

---

<sup>100</sup> Fajar Mujaddid dan Pandu Tezar, "Pengaruh, ..., h. 5.

## **2. Pengaruh Religiusitas Santri Al-Hikmah terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah.**

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang dilakukan secara parsial (uji t), variabel religiusitas menghasilkan nilai t hitung  $4,224 > t$  tabel  $1,993$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,000$ . Hasil ini menunjukkan nilai signifikansi lebih kecil dari  $0,05$ . Sehingga hipotesis H2 diterima yang menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah.

Religiusitas adalah nilai spiritual bagi seseorang dalam melaksanakan hukum-hukum agama yang dianutnya. Religiusitas berkaitan dengan latar belakang seseorang yaitu sifat kepribadian. Apakah dia termasuk orang yang mempunyai tingkat religiusitas tinggi atau orang yang mempunyai tingkat religiusitas rendah. Tingkat religiusitas seseorang tersebut akan memengaruhi sifat kepribadian yang dimiliki oleh seseorang.

Tingkat religiusitas juga dapat memengaruhi minat seseorang untuk menjadi nasabah di bank syariah, apalagi perbankan syariah telah menggunakan prinsip-prinsip syariah yang relevan dengan agama Islam. Semakin besar keimanan seseorang maka semakin besar ketaatannya terhadap agama. Ini berlaku untuk kehidupan sehari-hari termasuk dalam dunia perbankan bagi santri. Semakin besar religiusitas santri maka semakin besar pengaruhnya terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.

Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat para santri Al-Hikmah untuk menjadi nasabah bank syariah, karena pesantren mengajarkan agama Islam yang mendalam, termasuk kitab *Fathul Qorib* dalam pembahasan tentang larangan riba dan sejenisnya di bank syariah. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mardiana et al. (2021) dan Gunawan (2021) yang menjelaskan bahwa tingkat religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah.<sup>101</sup>

---

<sup>101</sup> Gunawan, "Pengaruh Religiusitas, ..., h. 3.

### **3. Pengaruh Persepsi Santri Al-Hikmah terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah.**

Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial (uji t), variabel persepsi didapatkan nilai t hitung  $1,879 < t$  tabel  $1,993$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,064$ . Hasil ini menunjukkan nilai signifikansi lebih besar dari  $0,05$ . Sehingga  $H_3$  ditolak yang dapat ditarik kesimpulan bahwa persepsi berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah.

Persepsi terhadap lembaga keuangan syariah berkaitan dengan keyakinan perilaku (*behavior belief*). Keyakinan seseorang terhadap suatu perilaku atau terhadap suatu hal dilihat dari segi positif negatif. Persepsi yang dimiliki seseorang terhadap suatu hal dapat dibagi menjadi dua yaitu baik dan buruk. Baik dan buruk itulah yang dapat memengaruhi sikap atau minat seseorang untuk melakukan suatu hal.

Persepsi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat santri Al-Hikmah untuk menjadi nasabah di bank syariah karena kurangnya pemahaman konsep perbankan syariah sehingga persepsi yang dibentuk oleh santri terhadap perbankan syariah tidak mempengaruhi minat untuk menjadi nasabah perbankan syariah. Persepsi bank syariah maupun persepsi riba tidak dipahami dengan baik oleh para santri, sehingga tidak menciptakan pandangan positif untuk menarik mereka menjadi nasabah bank syariah. Keadaan atau kondisi sekitar juga menjadi alasan mengapa variabel persepsi denial mempengaruhi minat mahasiswa menjadi nasabah perbankan syariah. Hal ini dapat terjadi karena keadaan atau situasi di sekitar pondok, banyak dari mereka yang belum menggunakan perbankan syariah, sehingga persepsi terhadap perbankan syariah tidak akan mempengaruhi minat mereka untuk menjadi nasabah perbankan syariah.

Sebagaimana riset yang dilaksanakan oleh Waadarahmah (2022) yang menyatakan bahwa persepsi tidak memiliki pengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel pengetahuan, religiusitas dan persepsi santri Al-Hikmah berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengetahuan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah. Hal ini dibuktikan dengan hasil t hitung  $1,302 < t \text{ tabel } 1,993$  dengan nilai sig. sebesar  $0,197 > 0,05$  serta nilai koefisien sebesar 0,115 atau 11,5%.
2. Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah. Hal ini dibuktikan dengan hasil t hitung  $4,224 > t \text{ tabel } 1,993$  dan nilai sig. sebesar  $0,000 < 0,05$  serta nilai koefisien sebesar 0,393 atau 39,3%.
3. Persepsi berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah. Hal ini dibuktikan dengan hasil t hitung  $1,879 < t \text{ tabel } 1,993$  dan nilai sig. sebesar  $0,064 > 0,05$  serta nilai koefisien sebesar 0,181 atau 18,1%.
4. Variabel Pengetahuan, Religiusitas, dan Persepsi berpengaruh secara simultan terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah. Hal ini dibuktikan dengan hasil F hitung  $35,035 > F \text{ tabel } 2,73$  dan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,577 atau 57,7% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

## 5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dijabarkan di atas, peneliti akan memberikan saran yang akan dipertimbangkan sehubungan dengan hasil penelitian dan dianggap berguna bagi pihak-pihak yang terlibat. Berikut adalah saran yang disampaikan:

### a. Bagi Instansi dan Perbankan Syariah

- 1) Pesantren Tahfidzul Qur'an Al-Hikmah Tugurejo Semarang dan Perbankan Syariah diharap dapat memberikan sosialisasi dan informasi yang lebih luas kepada seluruh santri tentang sistem, landasan hukum, dan layanan perbankan syariah melalui workshop atau seminar.
- 2) Penting diadakan adanya kerjasama antara Pesantren Tahfidzul Qur'an Al-Hikmah Tugurejo Semarang dengan bank syariah agar santri tidak kesulitan dalam menggunakan layanan yang disediakan oleh bank syariah.

### b. Bagi Peneliti Selanjutnya

- 1) Bagi peneliti setelahnya diharap melakukan penelitian lebih lanjut tentang indikator lain yang dapat meningkatkan jumlah sampel dan mempengaruhi minat menjadi nasabah bank syariah.
- 2) Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian di masa yang akan datang.
- 3) R Square menghasilkan 57,7% dalam penelitian ini. 42,3% dipengaruhi oleh faktor lain. Faktor lain ini dapat menambahkan variabel baru, seperti lokasi, fasilitas, bagi hasil, dll.

## DAFTAR PUSTAKA

- (OJK) Otoritas Jasa Keuangan. “Statistik Perbankan Syariah November 2021”. Diakses pada tanggal 5 Februari 2022. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Documents/Pages/Statistik-Perbankan-Syariah---November-2021/SPS%20November%202021.pdf>
- “Bank Syariah dalam Berita Media”. Diakses pada 20 Februari 2022. <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/bsi-siapkan-7-kunci-akselerasi-perbankan-syariah>.
- Ali, Zainuddin. 2008. *Hukum Perbankan Syariah*, Jakarta: Sinar Grafika.
- Ajzen, I, 2005. *Attitudes, Personality, and Behavior*, New York: Open University Press-Mc Graw-Hill Education.
- Ancok, Djamaluddin dan Fuat Nashori Suroso. 2001. *Psikologi Islam: Solusi Islam atas Problem-Problem Psikologi*, Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Antonio, Muhammad Syafi’i. 2001. *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani Press.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Bungin, Burhan. 2013. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Kencana Pernada Media Group.
- Darmawan, Deni. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Dewi, Dian Ayunita Nugraheni Nurmala. 2018. ”Uji Validitas dan Reabilitas,” *Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan* 7, No.1.
- Dewi, Tini Kusmayati dan Siti Rosana Permana. 2022. “Pengaruh Tingkat Religiusitas dan Pengetahuan Terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas

- Suryakencana Cianjur”, *Ar-Rihlah: Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah*, Vol 1, No 2.
- Faradila, Ocktaviani. 2021. “*Analisis Pengaruh Pengetahuan, Presepsi Masyarakat, Religiusitas, Produk, Reputasi, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi Bank Terhadap Nasabah Dalam Memilih Menabung Pada Bank Syariah*”, Skripsi, Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Firmansyah, M. Anang. 2018. *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan. 2021. “Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan Perbankan Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah BNI Syariah KC Sukabumi”, *Fastabiq: Jurnal Studi Islam*, Vol 2, No. 2.
- Hamid, Abdul dan Yaya. *Pemikiran Modern dalam Islam*, Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Herawati, Elvinovita dan Sukarna. 2020. “Pengaruh Promosi dan Religiusitas terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah: Studi Kasus Masyarakat Desa Kalongsawah Bogor”, *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, Vol. 3, No. 1.
- Heri dan Sudarsono. 2008. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah, Cetakan Kedua*, Yogyakarta: Ekonisia.
- Heriyani, “Keputusan Menjad Nasabah Bank Muamalat KCP Purwakarta Ditinjau dari Pengetahuan Calon Nasabah”, *Eksisbank: Ekonomi Syariah dan Bisnis Perbankan*, Vol. 4, No. 2.
- Hernawaty dan Heriyati Chrisna. 2020. “Analisis Pengetahuan dan Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Kelompok Pengajian Al Wahra Medan)”, *Jurnal Akuntansi Bisnis dan Publik*, Vol. 11, No. 2.
- Hude, M. Darwis. 2006. *Emosi: Penjelajahan Religi Psikologi Tentang Emosi Manusia di Dalam Al-Quran*, Jakarta: Erlangga.

- Husadatama, Galuh. 2015. "Analisis Determinasi Pemahaman Pemilihan Perbankan Syariah Oleh Masyarakat Pondok Pesantren Lirboyo Kediri, Jawa Timur (Studi Kasus Pondok Pesantren Lirboyo Kota Kediri)", *Jurnal Ilmiah*.
- Husein, Umar. 2019. *Manajemen Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT Gramedia Pusaka.
- Indriantoro, Nur. 1999. Bambang Supromo, *Metode Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*, Yogyakarta: BPFE.
- J, Nugroho dan Setiadi. 2003. *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT Macanan Jaya Cemerlang.
- Kuncoro, Mudrajat. 2013. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*, Jakarta: Erlangga.
- Martono, Nanang. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Mawadah, Soikhatul dan Nurudin. 2018. "The Effect Of Interest, Religious Stimuli, and The Consumer's Trust on The Digital Al-Qur'an Purchase", *International Journal of Islamic Bussines and Ekonomik (IJIBEC)*, 2 (2).
- Muhammad dan Sumantri. 2012. *Strategi Pembelajaran*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Mujaddid, Fajar dan Pandu Tezar Adi Nugroho. 2019. "Pengaruh Pengetahuan, Reputasi, Lingkungan, dan Religiusitas Terhadap Minat Pelajar SMK Prodi Perbankan Syariah dalam Minat Menabung di Bank Syariah", *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 10, No. 1.
- Mulyono 2019. "Ananlisis Uji Asumsi Klasik," *Binus University Bussines School*.
- Nashori, Fuad dan Rachmy Diana. 2002. *Mengembangkan Kreativitas dalam Perspektif Psikologi Islam*, Yogyakarta: Menara Kudus.

- Notoadmodjo, Soekidjo. 2003. *Ilmu Kesehatan Masyarakat dan Prinsip-Prinsip Dasar*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Nurudin, Johan Arifin, Anang Ma'ruf. 2021. "Pengaruh Tingkat Pendidikan, Literasi Keuangan Syariah, dan Kebudayaan Terhadap Minat Menabung Santri Kota Semarang dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi", *El Mudhorib: Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol 2.
- Riyanto, Budiman. 2013. *Kapita Selektakuisisioner Pengetahuan dan Sikap dalam Penelitian Kesehatan*, Jakarta: Salemba Medika.
- Rizal, Muhammad, Syamsu dan Wali. 2018. *Buku Perbankan Komputer (Teori dan Praktikum)*.
- Rosyid, Maskur dan Halimatu Saidiah. 2016. "Pengetahuan Perbankan Syariah dan Pengaruhnya Terhadap Minat Menabung Santri dan Guru", *Islaminomic*, Vol. 7, No. 2.
- Sandria, Wella. 2018. "Persepsi Mahasiswa Tentang Bank Syariah Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah", *Jurnal Development*, Vol. 6, No. 2.
- Saputra, Hendrik dan Moch Khoirul Anwar. 2019. "Pengaruh Persepsi Mahasiswa Program Studi Non Ekonomi Islam Terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah", *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 2, No. 1.
- Shaleh, Abdul Rachman dan Muhib Abdul Wahab. 2004. *Psikologi Suatu Pengantar (dalam Perspektif Islam)*, Jakarta: Prenada Media.
- Simbolon, Maropen. 2008. "Persepsi dan Kepribadian Ekonomis", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 2, No. 1.
- Soewadji, Jusuf. 2012. *Pengantar Metodologi Penelitian*, Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Sondang, P. Siagian. 1995. *Teori dan Praktek Kepemimpinan*, Jakarta: Rhineka Cipta.

- Sri, Hesti. 2020. "Pengaruh Brand Image Produk Syariah dan Religius Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Kota Kediri", *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, Vol. 5, No. 1.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Sunaryo. 2004. *Psikologi Untuk Keperawatan* Jakarta: EGC.
- Sunyoto, Danang. 2013. *Perilaku Konsumen (Panduan Riset Sederhana Untuk Mengenal Konsumen*, Yogyakarta: CAPS.
- Supardi. 2005. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, Yogyakarta: UII Press.
- Suryadi, Bambang. 2021. *Religiusitas Konsep, Pengukuran, dan Implementasi di Indonesia*, Jakarta Pusat: Bibliosmia Karya Indonesia.
- Syah, Muhibbin. 2001. *Psikologi Pendidikan dengan Pendekatan Baru*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Syukur, Fatah. 2005. *Teknologi Pendidikan*, Semarang: Rasail.
- Thouless. 2000. *Pengantar Psikologi Agama*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Umar, Husain. 2002. *Research Methods In Finance And Banking*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Waadarahmah. 2022. "Pengaruh Persepsi dan Religiusitas Terhadap Minat Masyarakat Kabupaten Bima Menjadi Nasabah di Bank Syariah dengan Pengetahuan Sebagai Variabel Moderasi", *Al-Fiddoh*, Vol. 3, No. 1.
- Walgito, Bimo. 2002. *Pengantar Psikologi Umum*, Yogyakarta: Andi Offset,
- Widi, Restu Kartuko. 2010. *Asas Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Winarti. 2021. "Pengaruh Pengetahuan Nasabah Terhadap Minat Menabung di BNI Syariah KCP Kuningan", *Jurnal Fakultas Ilmu Keislaman*, Vol. 2, No. 2.
- Yahya, Muhlis. 2011. *Perilaku Menabung di Perbankan Syariah di Jawa Tengah*, Disertasi: Universitas Diponegoro Semarang.

- Yulianti, Rahmah. 2015. "Pengaruh Minat Masyarakat Aceh Terhadap Keputusan Memilih Produk Perbankan Syariah di Kota Banda Aceh", *Jurnal Dinamika Akuntansi dan Bisnis* 2, No. 1.
- Yuniarti , Vinna Seri. 2015. *Perilaku Konsumen*, Bandung: CV Pustaka Setia.
- Zuhirsyan, Muhammad dan Nurlinda. 2021. "Pengaruh Religiusitas, Persepsi dan Motivasi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah, *Jurnal Perbankan Syariah*, Vol. 2, No. 2.



## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

### **Lampiran 1**

#### **KUESIONER PENELITIAN**

Kepada:

Yth, Santri Putri

Pondok Pesantren Al-Hikmah

Tugurejo Semarang

Assalamu'alaikum. Wr. Wb.

Saya Nisa Aulia Rohmah (1805036158) Mahasiswa Program Studi S1 Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang sedang melakukan penelitian (Tugas Akhir/ Skripsi) dengan judul “Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, dan Persepsi Santri PPTQ Al-Hikmah Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah”. Oleh karena itu memerlukan dukungan serta partisipasi dari teman-teman untuk meluangkan waktu mengisi kuesioner ini dengan sebenarnya. Terkait informasi yang diberikan akan dirahasiakan dan hanya digunakan untuk kepentingan akademis.

Penelitian ini tidak akan berarti tanpa partisipasi dari teman-teman semua. Semoga partisipasi yang diberikan dapat bermanfaat untuk kepentingan-kepentingan ilmu pengetahuan dan dapat membantu upaya meningkatkan pengetahuan tentang perbankan syariah.

Atas bantuan dan partisipasinya saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum, Wr. Wb

### **A. Petunjuk Pengisian Kuesioner**

1. Mohon beri tanda checklist (√) pada kolom jawaban yang dianggap paling sesuai, pendapat anda dinyatakan dalam skala likert 1 s/d 5 yang memiliki makna:

- Sangat Tidak Setuju (STS) = 1
- Tidak Setuju (TS) = 2
- Netral (N) = 3
- Setuju (S) = 4
- Sangat Setuju (SS) = 5

2. Setiap pernyataan hanya membutuhkan satu jawaban saja.

3. Mohon memberikan jawaban yang sebenarnya.

### **B. Identitas Responden**

1. Nama :

2. Usia :

- a. 16-20 th
- b. 21-25 th
- c. 26-30 th
- d. > 30 th

3. Pendidikan Terakhir :

- a. SMA/MA/SMK
- b. Perguruan Tinggi
- c. Lainnya

4. Apakah anda sudah menjadi nasabah di bank syariah?

- a. Sudah
- b. Belum

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
	<b>Pengetahuan (X1)</b>					
1.	Saya mengetahui perbankan syariah adalah perbankan yang terbebas dari unsur riba					
2.	Saya menggunakan bank syariah karena bank syariah adalah bank yang operasioanalnya berdasarkan hukum-hukum syariah					
3.	Saya mengetahui perbankan syariah adalah perbankan yang menerapkan bagi hasil					
4.	Saya merasa puas menggunakan jasa bank syariah karena pelayanan yang diberikan sesuai dengan syariah					

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
	<b>Religiusitas (X2)</b>					
1.	Saya meyakini adanya Allah SWT, dan saya melaksanakan segala perintahnya dan menjauhi segala larangannya					
2.	Saya meyakini dan menjalankan rukun islam dan rukun iman					
3.	Saya selalu melaksanakan shalat lima waktu dengan tepat waktu					
4.	Saya dapat membedakan hal yang baik dengan hal yang buruk					

5.	Saya membaca Al-Qur'an setiap hari dan menerapkan hukum tajwid dalam membaca Al-Qur'an					
----	--	--	--	--	--	--

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
	<b>Persepsi (X3)</b>					
1.	Saya mengetahui adanya bank syariah					
2.	Saya mengetahui jika terdapat perbedaan operasional bank syariah dengan bank konvensional					
3.	Saya mengetahui jika produk bank syariah tidak mengandung riba					
4.	Bank syariah mempunyai reputasi yang baik					
5.	Saya akan menggunakan produk bank syariah jika saya mengerti bagaimana operasional bank syariah					

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
	<b>Minat Menjadi Nasabah (Y)</b>					
1.	Saya sering mengikuti perkembangan bank syariah dari tahun ke tahun					
2.	Saya senang dengan produk dan layanan bank syariah					

3.	Saya tertarik dengan sistem bebas dari bunga					
4.	Saya tertarik dengan fasilitas yang disediakan oleh bank syariah					
5.	Saya akan menggunakan bank syariah karena terhindar dari riba					

## Lampiran 2 Data Jawaban Responden

### A. Pengetahuan (X1)

PENGETAHUAN (X1)				Total X1
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	
4	5	5	5	19
4	3	4	3	14
2	3	2	3	10
1	5	1	5	12
3	4	3	3	13
5	1	4	1	11
5	1	3	2	11
5	1	4	1	11
2	3	4	3	12
4	4	3	4	15
4	5	4	4	17
4	3	3	3	13
4	4	3	3	14
4	3	3	3	13
4	3	4	3	14
3	5	4	3	15
4	3	2	3	12
4	3	2	4	13
4	4	4	3	15
3	3	3	3	12
2	2	3	3	10
4	4	4	4	16
3	4	4	3	14
2	3	4	3	12
2	3	4	5	14
4	4	2	4	14
3	4	4	4	15
5	2	1	3	11
4	4	4	4	16
4	4	4	2	14
5	3	3	5	16
2	3	4	5	14
3	3	4	4	14
3	4	4	4	15
2	5	3	4	14
3	2	3	2	10

2	3	2	3	10
3	2	3	2	10
4	3	2	3	12
4	3	2	2	11
4	4	4	4	16
5	5	4	4	18
3	4	3	5	15
5	5	5	5	20
5	4	5	5	19
5	5	5	5	20
5	4	5	5	19
4	5	3	5	17
4	5	5	5	19
5	4	5	5	19
4	5	5	4	18
5	3	5	4	17
5	5	4	3	17
4	3	3	4	14
4	4	5	4	17
5	5	5	4	19
5	5	5	3	18
4	4	5	5	18
4	4	4	5	17
4	4	5	5	18
5	4	3	5	17
2	3	4	5	14
2	3	3	3	11
3	3	3	4	13
3	4	3	4	14
4	4	4	4	16
3	3	4	3	13
3	3	3	3	12
3	3	3	4	13
2	4	1	3	10
3	4	3	4	14
3	2	3	2	10
3	2	3	2	10
5	5	4	4	18
5	5	4	4	18
4	5	4	5	18

**B. Religiusitas (X2)**

RELIGIUSITAS (X2)						Total X2
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	
5	4	5	3	5	4	26
4	3	3	4	3	3	20
2	3	2	3	2	3	15
1	1	1	1	1	3	8
3	4	2	2	3	2	16
4	4	1	4	4	3	20
4	4	1	4	4	3	20
4	4	1	4	4	3	20
3	4	2	3	3	4	19
4	4	4	4	4	3	23
4	5	4	4	4	4	25
4	3	4	4	3	3	21
4	3	3	3	3	3	19
4	3	3	5	5	3	23
3	4	3	4	3	4	21
4	3	5	3	4	3	22
3	4	3	3	3	3	19
4	3	3	3	3	3	19
3	4	3	3	3	4	20
3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	4	3	3	19
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	3	4	19
4	3	3	2	3	3	18
5	4	3	3	3	2	20
4	3	3	4	4	2	20
5	3	3	4	5	3	23
4	4	3	4	3	4	22
4	5	5	5	5	5	29
5	4	3	4	4	4	24
5	5	5	4	4	3	26
4	3	2	1	3	4	17
3	3	4	4	3	3	20
4	4	4	3	2	3	20
4	3	3	3	3	4	20
3	2	3	4	3	4	19
2	4	4	2	3	4	19
3	2	3	2	3	4	17



2	3	2	4	2	4	17
4	3	4	2	3	4	20
4	4	4	4	4	4	24
3	4	5	3	4	4	23
4	4	3	3	4	5	23
5	3	5	4	5	3	25
4	5	3	5	5	5	27
5	4	4	3	5	4	25
5	4	4	3	4	5	25
3	3	4	3	3	2	18
4	4	4	3	4	4	23
4	4	3	3	5	4	23
5	5	3	4	5	5	27
4	3	3	3	4	5	22
4	4	3	4	3	3	21
4	4	3	3	3	4	21
4	4	4	5	4	4	25
3	4	4	3	5	4	23
5	3	2	5	3	2	20
5	4	3	4	4	5	25
4	3	5	3	3	4	22
4	3	3	5	3	3	21
3	4	3	3	3	4	20
2	3	3	3	3	4	18
3	3	4	5	3	4	22
4	3	4	3	3	4	21
3	4	4	3	4	5	23
4	4	4	4	4	4	24
3	3	5	3	3	4	21
4	3	4	3	3	4	21
4	3	5	4	3	2	21
3	3	3	3	4	4	20
3	2	3	2	3	4	17
3	2	3	2	3	4	17
3	2	3	2	3	4	17
4	4	5	4	5	4	26
4	4	5	4	5	3	25
4	4	5	3	5	4	25

### C. Persepsi (X3)

PERSEPSI (X3)					Total X3
X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	
5	5	4	4	5	23
4	4	3	3	3	17
3	2	3	2	3	13
1	1	1	1	1	5
4	4	3	4	2	17
5	4	4	3	3	19
5	4	3	4	3	19
4	4	4	3	2	17
4	5	3	3	4	19
5	5	4	4	3	21
4	4	4	4	4	20
4	4	3	3	3	17
4	4	3	3	3	17
3	3	4	3	4	17
4	4	3	4	3	18
5	4	3	4	3	19
4	3	3	3	3	16
4	4	3	4	3	18
3	4	3	3	3	16
3	3	3	3	3	15
4	4	3	3	3	17
4	4	4	4	4	20
4	4	3	4	3	18
4	4	3	3	3	17
4	3	3	2	3	15
4	5	4	4	3	20
4	4	5	4	4	21
4	4	4	5	4	21
5	5	4	4	5	23
5	4	3	4	4	20
5	3	5	4	4	21
5	4	3	4	5	21
4	3	3	5	4	19
4	5	3	5	3	20
5	5	3	4	4	21
2	3	3	2	4	14
2	3	2	3	2	12
4	3	2	2	3	14

4	3	4	3	2	16
3	2	3	3	2	13
4	4	4	4	4	20
5	5	3	4	5	22
3	4	5	3	4	19
5	5	4	5	4	23
5	4	4	5	3	21
5	4	3	4	3	19
5	3	3	4	3	18
4	4	3	4	5	20
5	5	4	4	4	22
5	3	2	5	4	19
3	5	2	5	3	18
5	4	4	4	3	20
5	5	3	3	3	19
4	4	4	3	5	20
4	4	4	3	5	20
4	3	3	3	5	18
3	4	3	3	4	17
5	5	4	4	3	21
4	4	4	3	4	19
4	3	4	2	5	18
2	4	3	3	4	16
5	4	3	3	3	18
4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	4	16
4	4	4	3	3	18
4	4	4	4	4	20
5	5	3	4	4	21
4	3	4	3	3	17
4	4	4	4	4	20
4	2	4	3	3	16
4	4	3	3	4	18
3	5	4	3	2	17
2	1	2	3	4	12
5	4	4	5	3	21
4	5	4	3	5	21
4	5	3	3	4	19

**D. Minat Menjadi Nasabah (Y)**

MINAT MENJADI NASABAH (Y)				Total Y
Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	
5	5	5	5	20
4	4	3	3	14
2	3	4	5	14
1	1	1	1	4
2	2	2	3	9
3	3	3	3	12
3	4	4	3	14
3	3	4	3	13
3	4	3	4	14
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	3	3	4	14
3	3	3	3	12
3	5	4	3	15
4	3	4	4	15
3	4	3	3	13
3	2	3	2	10
3	2	3	3	11
3	4	5	5	17
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
3	4	3	3	13
3	3	3	3	12
2	3	3	3	11
4	3	4	3	14
3	3	3	3	12
4	4	3	2	13
4	3	3	3	13
5	4	4	4	17
5	4	4	5	18
2	2	3	4	11
3	4	3	3	13
3	3	3	4	13
3	4	4	4	15
2	3	4	5	14
2	3	2	3	10
2	3	3	4	12

2	3	3	2	10
3	4	2	4	13
4	4	4	4	16
4	3	4	3	14
3	3	4	3	13
4	3	5	4	16
5	5	4	3	17
5	3	5	4	17
3	5	4	5	17
3	4	3	3	13
5	4	5	5	19
4	3	3	5	15
3	5	4	3	15
3	5	3	4	15
3	5	4	4	16
4	3	4	3	14
5	3	4	5	17
4	4	3	3	14
3	3	3	4	13
4	4	4	4	16
3	4	4	3	14
3	3	4	3	13
2	3	4	4	13
5	4	3	2	14
3	4	5	3	15
4	3	2	4	13
5	3	2	3	13
4	4	4	4	16
3	4	3	3	13
3	3	4	3	13
5	4	3	4	16
4	3	3	3	13
5	3	3	4	15
5	3	4	2	14
2	3	4	2	11
5	4	5	4	18
5	5	4	5	19
5	4	5	4	18

### Lampiran 3 Identitas Responden

#### A. Usia

Usia					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	16-20	31	40.8	40.8	40.8
	21-25	37	48.7	48.7	89.5
	26-30	8	10.5	10.5	100.0
	Total	76	100.0	100.0	

#### B. Pendidikan Terakhir

Pendidikan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA/ MA/ SMK	51	67.1	67.1	67.1
	Perguruan Tinggi	13	17.1	17.1	84.2
	Lainnya	12	15.8	15.8	100.0
	Total	76	100.0	100.0	

#### Lampiran 4 Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pengetahuan	76	10	20	14.53	2.910
Religiusitas	76	8	29	21.16	3.311
Persepsi	76	5	23	18.28	2.919
Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah	76	4	20	14.01	2.548
Valid N (listwise)	76				

## Lampiran 4 Uji Validitas

### A. Uji Validitas X1

Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.165	.403**	.072	.584**
	Sig. (2-tailed)		.153	.000	.539	.000
	N	76	76	76	76	76
X1.2	Pearson Correlation	.165	1	.354**	.620**	.764**
	Sig. (2-tailed)	.153		.002	.000	.000
	N	76	76	76	76	76
X1.3	Pearson Correlation	.403**	.354**	1	.328**	.740**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002		.004	.000
	N	76	76	76	76	76
X1.4	Pearson Correlation	.072	.620**	.328**	1	.720**
	Sig. (2-tailed)	.539	.000	.004		.000
	N	76	76	76	76	76
Total_X1	Pearson Correlation	.584**	.764**	.740**	.720**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	76	76	76	76	76

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

### B. Uji Validitas X2

Correlations								
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Total_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.430**	.263*	.385**	.575**	-.002	.687**
	Sig. (2-tailed)		.000	.022	.001	.000	.985	.000
	N	76	76	76	76	76	76	76
X2.2	Pearson Correlation	.430**	1	.226*	.402**	.545**	.257*	.724**
	Sig. (2-tailed)	.000		.050	.000	.000	.025	.000
	N	76	76	76	76	76	76	76
X2.3	Pearson Correlation	.263*	.226*	1	.140	.382**	.168	.605**
	Sig. (2-tailed)	.022	.050		.229	.001	.146	.000
	N	76	76	76	76	76	76	76



X2.4	Pearson Correlation	.385**	.402**	.140	1	.394**	-.063	.592**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.229		.000	.587	.000
	N	76	76	76	76	76	76	76
X2.5	Pearson Correlation	.575**	.545**	.382**	.394**	1	.284*	.826**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000		.013	.000
	N	76	76	76	76	76	76	76
X2.6	Pearson Correlation	-.002	.257*	.168	-.063	.284*	1	.405**
	Sig. (2-tailed)	.985	.025	.146	.587	.013		.000
	N	76	76	76	76	76	76	76
Total_X2	Pearson Correlation	.687**	.724**	.605**	.592**	.826**	.405*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	76	76	76	76	76	76	76

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

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

### C. Uji Validitas X3

		Correlations					
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Total_X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.525**	.358**	.552**	.243*	.782**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.034	.000
	N	76	76	76	76	76	76
X3.2	Pearson Correlation	.525**	1	.327**	.474**	.264*	.762**
	Sig. (2-tailed)	.000		.004	.000	.021	.000
	N	76	76	76	76	76	76
X3.3	Pearson Correlation	.358**	.327**	1	.233*	.296**	.613**
	Sig. (2-tailed)	.001	.004		.043	.009	.000
	N	76	76	76	76	76	76
X3.4	Pearson Correlation	.552**	.474**	.233*	1	.195	.712**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.043		.092	.000
	N	76	76	76	76	76	76
X3.5	Pearson Correlation	.243*	.264*	.296**	.195	1	.583**
	Sig. (2-tailed)	.034	.021	.009	.092		.000
	N	76	76	76	76	76	76
Total	Pearson Correlation	.782**	.762**	.613**	.712**	.583**	1

_X3	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	76	76	76	76	76	76
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).							

#### D. Uji Validitas Y

		Correlations				
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Total_Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.371**	.381**	.298**	.735**
	Sig. (2-tailed)		.001	.001	.009	.000
	N	76	76	76	76	76
Y.2	Pearson Correlation	.371**	1	.420**	.341**	.715**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.003	.000
	N	76	76	76	76	76
Y.3	Pearson Correlation	.381**	.420**	1	.427**	.752**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.000
	N	76	76	76	76	76
Y.4	Pearson Correlation	.298**	.341**	.427**	1	.705**
	Sig. (2-tailed)	.009	.003	.000		.000
	N	76	76	76	76	76
Total_Y	Pearson Correlation	.735**	.715**	.752**	.705**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	76	76	76	76	76
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						

## Lampiran 5 Uji Reliabilitas

### A. Variabel X1

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.657	4

### B. Variabel X2

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.708	6

### C. Variabel X3

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.727	5

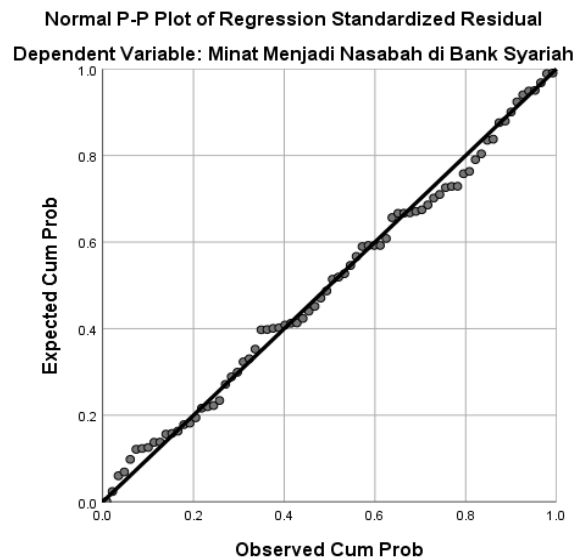
### D. Variabel Y

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.698	4

## Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik

### A. Uji Normalitas



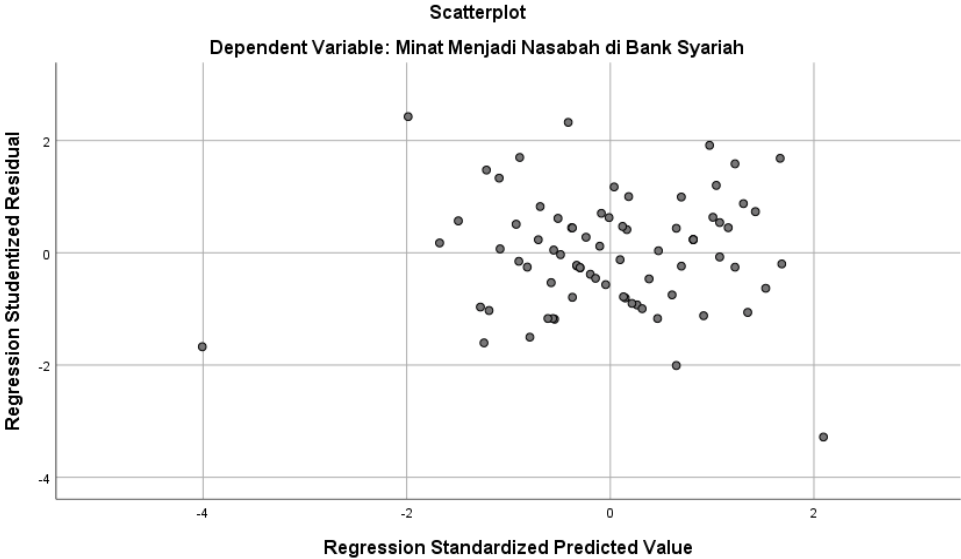
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		76
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.62471723
Most Extreme Differences	Absolute	.056
	Positive	.056
	Negative	-.053
Test Statistic		.056
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

**B. Uji Multikolinieritas**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Pengetahuan	.553	1.808
	Religiusitas	.385	2.595
	Persepsi	.465	2.150

a. Dependent Variable: Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah

**C. Uji Heteroskedastisitas**



## Lampiran 7 Regresi Linier Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.711	1.326		.536	.594
	Pengetahuan	.115	.088	.132	1.302	.197
	Religiusitas	.393	.093	.511	4.224	.000
	Persepsi	.181	.096	.207	1.879	.064

a. Dependent Variable: Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah

## Lampiran 8 Uji Hipotesis

### A. Uji Parsial (Uji t)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.711	1.326		.536	.594
	Pengetahuan	.115	.088	.132	1.302	.197
	Religiusitas	.393	.093	.511	4.224	.000
	Persepsi	.181	.096	.207	1.879	.064

a. Dependent Variable: Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah

### B. Uji Simultan (Uji F)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	289.009	3	96.336	35.035	.000 <sup>b</sup>
	Residual	197.978	72	2.750		
	Total	486.987	75			

a. Dependent Variable: Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah

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

### C. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.770 <sup>a</sup>	.593	.577	1.658

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

b. Dependent Variable: Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah

## Lampiran 9 Dokumentasi Penyebaran Kuesioner





## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

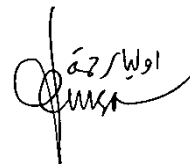


**Nisa Aulia Rohmah**, lahir di Grobogan, 25 Juni 2000. Penulis merupakan anak pertama dari pasangan Bapak Supriyanto dan Ibu Eko Yuliana. Menempuh pendidikan di SD N 2 Banjardowo tahun 2007-2012, MTs Futuhiyyah 2 Mranggen Demak tahun 2012-2015, MA Futuhiyyah 2 Mranggen Demak tahun 2015-2018, dan melanjutkan pendidikannya di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dengan Program Studi S1 Perbankan Syariah 2018-2022.

Hidup itu tidak ada yang sempurna, karena sejatinya kesempurnaan hanya milik Allah SWT. Maka dari itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran mengenai skripsi ini, dapat disampaikan kepada penulis melalui alamat email [nisaaulia828@gmail.com](mailto:nisaaulia828@gmail.com).

Semarang, 30 November 2022

Penulis



Nisa Aulia Rohmah

NIM. 1805036158