

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, LOKASI, DAN RELIGIUSITAS
TERHADAP MINAT MENABUNG DI BANK SYARIAH**

(Studi Kasus Masyarakat Desa Gondang Kecamatan Cepiring Kabupaten Kendal)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana

Dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Syariah

Jurusan S1 Perbankan Syariah



Oleh :

HANIFATUL HIDAYAH

1905036093

S1 PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO

SEMARANG



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

Jl. Prof. DR. HAMKA (Kampus III) Ngaliyan Telp/Fax (024) 7601291, 7624691, Semarang, 50185
Website : febi.Walisongo.ac.id – Email : febi@walisongo.ac.id

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (Empat) cks.
Hal : Naskah Skripsi
An. Sdr. Hanifatul Hidayah

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

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya Bersama ini saya kirim naskah skripsi saudara

Nama : Hanifatul Hidayah
NIM : 1905036093
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Desa Gondang Kecamatan Cepiring Kabupaten Kendal**

Dengan ini kami mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqasahkan. Demikian atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I

Dr. H. Maltuf Fitri, S.E., M.Si
NIP. 197410162003121003

4 September 2023
Pembimbing II

Farah Amalia, S.E., M.M.
NIP. 199401182019032026



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

Jl. Prof. DR. HAMKA (Kampus III) Ngaliyan Telp/Fax (024) 7601291, 7624691, Semarang 50185
Website : febi.Walisongo.ac.id – Email : febi@walisongo.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi Saudara : Hanifatul Hidayah
NIM : 1905036093
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, Dan Religiusitas Terhadap
Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Desa
Gondang Kecamatan Cepiring Kabupaten Kendal)

Telah di munaqosahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan LULUS pada tanggal:

27 September 2023

Dan dapat diterima sebagai pelengkap ujian akhir guna memperoleh gelar sarjana Strata 1,
Tahun Akademik 2022/2023.

Ketua Sidang

Semarang, 5 Oktober 2023

Sekretaris Sidang


Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag.

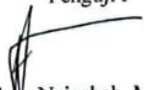

Farah Amalia, S.E., M.M.


NIP. 197003211996031003

NIP. 199401182019032026

Penguji I

Penguji II


Elysa Najachah, M.A.



Rizka Wijayanti, S.H., M.H.

NIP. 199107192019032017

NIP. 199304082019032019

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. H. Maltuf Fitri, S.E., M.Si.
NIP. 197410162003121003


Farah Amalia, S.E., M.M.
NIP. 199401182019032026



MOTTO

حَسْبُنَا اللَّهُ وَنِعْمَ الْوَكِيلُ

"Cukuplah Allah menjadi Penolong kami dan Allah adalah sebaik-baik Pelindung"

(QS. Ali - 'Imran : 173)

Orang lain tidak akan bisa paham *struggle* dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin tau hanya bagian *success stories*nya saja. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun tidak ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini.

Tetap berjuang ya!

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah *rabbil'alamin* Puji Syukur Kehadirat Allah SWT yang telah memberikan ribuan nikmat yang tak terhitung kepada penulis, sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. Dengan segala kerendahan hati, perjuangan, dan kerja keras yang tak lupa juga diiringi dengan doa, maka karya sederhana ini penulis persembahkan kepada :

1. Kedua orang tua tercinta Bapak Irkham dan Ibu Suryati yang telah merawat dan membesarkan saya dengan penuh cinta dan kasih sayang yang tulus. Terimakasih telah memberi semangat dukungan moril dan materil, serta selalu mendoakan kesuksesan anak-anakya.
2. Saudara sedarah yang aku sayangi, terimakasih sudah menjadi penyemangat, selalu mendukung dalam setiap langkah dan selalu mendoakan kesuksesan untuk penulis.
3. Semua pihak yang telah membantu selama proses penulisan skripsi.

Terima kasih banyak ku ucapkan kepada seluruh pihak yang senantiasa membantu ku dalam penyusunan skripsi ini. Semoga Allah senantiasa membalas kebaikan kalian.

DEKLARASI

Assalamualaikum Wr.Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Hanifatul Hidayah

NIM : 1905036093

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Desa Gondang Kecamatan Cepiring Kabupaten Kendal)”** merupakan hasil karya penulis sendiri berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan oleh penulis dan tidak berisi materi yang telah ditulis oleh orang lain kecuali yang terdapat referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Semarang, 4 September 2023

Deklarator



Hanifatul Hidayah

NIM. 1905036093

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi merupakan hal yang sangat penting dalam setiap skripsi, karena pada umumnya banyak istilah arab, nama orang, judul buku, nama Lembaga dan lain sebagainya yang aslinya ditulis dengan tulisan arab namun harus disalin kedalam huruf latin. Untuk menjamin konsistensi, perlu ditetapkan satu transliterasi sebagai berikut:

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	tsa'	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ha'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭā'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓā'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
‘ain	ع	‘	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En

و	Wawu	W	W
ه	ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap Karena Syaddah Ditulis Rangkap

النَّاس	Ditulis	Annasi
عِدَّة	Ditulis	'iddah

C. *Tā' marbūṭah*

Semua *tā' marbūṭah* ditulis dengan *h*, baik berada pada akhir kata tunggal ataupun berada di tenga penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang “al”). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حكمة	Ditulis	Himah
بركة	Ditulis	Berkah
هدية	Ditulis	Hidayah

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

َ	Fathah	Ditulis	<i>A</i>
ِ	Kasrah	Ditulis	<i>I</i>
ُ	Dhammah	Ditulis	<i>U</i>

فعل	Fathah	Ditulis	<i>fa'ala</i>
اجر	Kasrah	Ditulis	<i>Ajira</i>
سكر	Dhammah	Ditulis	<i>Sakuru</i>

E. Vokal Panjang

1. Fathah + Alif جَاهِلِيَّةَ	Ditulis	<i>Jāhiliyyah</i>
2. Kasrah+ya'mati كَرِيمِ	Ditulis	<i>Karīm</i>
3. Dhammah + wawu mati يَعْلَمُونَ	Ditulis	<i>ya'lamūn</i>

F. Vokal Rangkap

1. Fathah+ ya'mati بَيْعَ	Ditulis	<i>Baia</i>
2. Fathah + wawu mati فَوْقَ	Ditulis	<i>Fauqo</i>

ABSTRAK

Perkembangan industri bank syariah di Indonesia setiap tahunnya mengalami peningkatan yang sangat pesat. Dilihat dari statistik perbankan syariah 2023 di OJK semakin banyak jaringan kantor bank syariah yang berdiri. Termasuk sebagai pendatang baru, jumlah nasabah bank syariah masih kalah jauh dibandingkan dengan bank konvensional karena masyarakat lebih dulu mengetahui keberadaan bank konvensional. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, lokasi, dan religiusitas terhadap minat menabung di bank syariah pada masyarakat Desa Gondang.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebar kepada 100 responden kemudian di analisis menggunakan aplikasi spss untuk mendapatkan hasil yang objektif dan valid.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara uji individual (uji t test) variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah dengan nilai t hitung $1,150 < t$ tabel $1,9849$, variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah dengan nilai t hitung $2,421 > t$ tabel $1,9849$, dan variabel religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah dengan nilai t hitung $2,628 > t$ tabel $1,9849$. Berdasarkan uji f test bahwa variabel kualitas pelayanan, lokasi, dan religiusitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Lokasi, Religiusitas, dan Minat

ABSTRACT

The development of the Islamic bank industry in Indonesia has increased very rapidly every year. Judging from the 2023 Islamic banking statistics in OJK, more and more Islamic bank office networks are established. Including as a newcomer, the number of Islamic bank customers is still far behind conventional banks because people first know the existence of conventional banks. The purpose of this study was to determine the effect of service quality, location, and religiosity on interest in saving at Islamic banks in the people of Gondang Village.

This research uses a type of quantitative research with data collection methods using a questionnaire distributed to 100 respondents and then analyzed using the spss application to obtain objective and valid results.

The results of this research indicate that in the individual test (t test) the service quality variable does not have a positive and significant effect on public interest in saving in Islamic banks with a t value of $1.150 < t \text{ table } 1.9849$, the location variable has a positive and significant effect on public interest in saving in Islamic banks with a t value of $2.421 > t \text{ table } 1.9849$, and the religiosity variable has a positive and significant effect on public interest in saving in Islamic banks with a t value of $2.628 > t \text{ table } 1.9849$. Based on the f test, the variables of service quality, location, and religiosity simultaneously have a positive and significant effect on interest in saving at Islamic banks.

Keywords: Service Quality, Location, Religiosity, and Interest

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji dan syukur atas Allah SWT, yang terus melimpahkan berkah, nikmat, taufiq, serta hidayahnya. Sholawat serta salam senantiasa terhaturkan kepada Nabi Muhammad SAW, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Religiuitas Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Desa Gondang Kecamatan Cepiring Kabupaten Kendal)”. Penyusunan skripsi untuk menyelesaikan persyaratan mencapai jenjang Strata 1 (S1) Perbankan Syariah di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Proses pembuatan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak bantuan, bimbingan, saran serta perhatiannya dari semua pihak sehingga karya ini dapat terselesaikan. Penulis ingin berterima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang Bapak Prof. Dr. Imam Taufiq, M.Ag.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang Bapak Dr. H. Muhammad Saifullah, M,Ag.
3. Kaprodi S1 Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang Ibu Heny Yuningrum, S.E., M.Si dan Sekaprodi S1 Perbankan Syariah Ibu Muyassarah, M.Si
4. Wali Dosen penulis Bapak Choirul Huda, M.Ag
5. Dosen Pembimbing 1 Bapak Dr. H. Maltuf Fitri, S.E., M.Si. dan pembimbing II Ibu Farah Amalia, S.E.,M.M yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan saran, bimbingan dan arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Segenap dosen dan staff Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Negeri Walisongo Semarang khususnya jurusan S1 Perbankan Syariah.

7. Kedua orang tua penulis tercinta yaitu Bapak Irkham dan Ibu Suryati yang telah memberikan dukungan, motivasi yang tiada henti, dan doa pada masa perkuliahan hingga sampai dengan masa akhir pengerjaan skripsi.
8. Kakak tercinta Puji Astuti, Samsul Arifin, dan adek tercinta Dwi Rahma Nur Aini yang penulis sayangi, yang telah memberikan dukungan serta semangat kepada penulis dalam mengerjakan skripsi.
9. Semua sahabat, teman-teman penulis dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu terimakasih atas doa dan semangat yang telah diberikan selama perkuliahan sampai dengan masa akhir pengerjaan skripsi.
10. M. Bima Octavian yang telah meminjamkan laptop dan printer, serta selalu menemani, mendukung, dan memberi semangat kepada penulis dalam mengerjakan skripsi.
11. Seluruh masyarakat Desa Gondang yang telah membantu dalam pengerjaan skripsi ini.

Akhir kata penulis menyampaikan “jazakumullah khairan katsira” teruntuk berbagai pihak yang terus memotivasi sehingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan lancar. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini terdapat banyak kekurangan. Maka penulis sangat berharap kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberi manfaat bagi yang membaca.

Semarang, 7 September 2023



Hanifatul Hidayah

NIM. 1905036093

DAFTAR ISI

COVER	
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
DEKLARASI.....	vi
TRANSLITERASI.....	vii
ABSTRAK	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Sistematika Penulisan	9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 <i>Theory Of Planned Behaviour (TPB)</i>	11
2.1.2 Kualitas Pelayanan	13
2.1.3 Lokasi	17
2.1.4 Religiusitas	19
2.1.5 Minat	22
2.1.6 Bank Syariah	25
2.2 Penelitian Terdahulu	29
2.3 Kerangka Teori.....	36
2.4 Hipotesis.....	37

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Metode Penelitian	40
3.2 Populasi dan Sampel	40
3.3 Metode Pengumpulan Data	42
3.4 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	43
3.5 Teknik Pengumpulan Data	46
3.6 Teknik Analisis Data	47

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Penelitian	51
4.1.1 Sejarah Desa Gondang	51
4.1.2 Kondisi Geografis Desa Gondang	52
4.1.3 Visi dan Misi Desa Gondang	53
4.1.4 Struktur Pemerintahan	53
4.2 Hasil Analisis Data	54

4.2.1	Deskripsi Responden	54
4.3	Teknik Analisis Data.....	58
4.3.1	Analisis Statistik Deskriptf	58
4.4	Metode Analisis	59
4.4.1	Uji Instrumen Penelitian	51
4.4.2	Uji Asumsi Klasik.....	62
4.4.3	Uji Regresi Linier Berganda	67
4.4.4	Uji Hipotesis	69
4.5	Pembahasan dan Analisis Data.....	71
 BAB V PENUTUP		
5.1	Kesimpulan	77
5.2	Saran	78
DAFTAR PUSTAKA		80
LAMPIRAN.....		84
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		111

DAFTAR TABEL

2.1 Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional	28
2.2 Penelitian Terdahulu	33
3.1 Definisi Operasional Variabel.....	44
3.2 Skala Likert	46
4.1 Distribusi Sampel	54
4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur	55
4.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	56
4.5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
4.6 Klasifikasi Responden Berdasarkan Penghasilan	57
4.7 Hasil Analisis Deskriptif	58
4.8 Uji Validitas dengan R Tabel.....	60
4.9 Uji Reliabilitas	62
4.10 Uji Normalitas One Sampel K-S.....	64
4.11 Uji Multikolonieritas	65
4.12 Uji Heteroskedastisitas.....	66
4.13 Uji Regresi Linier Berganda	67
4.14 Uji T	69
4.15 Uji F	70
4.16 Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)	71

DAFTAR GAMBAR

1.1 Jumlah Nasabah Bank Syariah (BSI).....	2
1.2 Pemanfaatan Bank Syariah oleh Masyarakat Desa Gondang	6
2.1 Kerangka Pemikiran Teoritik.....	37
4.1 Struktur Pemerintahan Desa Gondang	53
4.2 Hiatogram Uji Normalitas.....	63
4.3 Uji Normalitas P_Plot	63
4.4 Uji Heteroskedastisitas.....	66

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	82
Lampiran 2 Tabulasi Data Responden	87
Lampiran 3 Uji Validitas.....	98
Lampiran 4 Uji Reliabilitas.....	102
Lampiran 5 Analisis Deskriptive	103
Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik	103
Lampiran 7 Uji Regresi Linier Berganda dan Uji T	105
Lampiran 8 Uji F.....	106
Lampiran 9 Uji Koefisiensi Determinan	106
Lampiran 10 Surat Izin Penelitian.....	107
Lampiran 11 Dokumentasi Responden	108

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bank syariah merupakan lembaga keuangan dimana sistem operasionalnya berbeda dengan bank konvensional. Salah satu perbedaannya adalah bank syariah menawarkan sistem bagi hasil dan imbalan dengan akad syariah yang telah disepakati di awal dibandingkan membebani nasabah dengan bunga. Konsep dasar bank syariah sangat berbeda dengan bank konvensional yakni didasarkan pada syariat Islam, Al-Qur'an dan hadis. Produk dan jasa yang ditawarkan bank syariah tidak boleh bertentangan dengan isi Al-Qur'an dan hadis Nabi.¹

Perkembangan bank syariah di Indonesia sekarang ini semakin pesat, hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya jaringan kantor bank syariah yang berdiri dalam beberapa akhir tahun ini. Berdasarkan data dari statistik perbankan syariah, Februari 2023. Periode 2019-2023 Bank Umum Syariah (BUS) naik secara signifikan. Dimana pada tahun 2019 memiliki jumlah kantor bank 11 unit serta sampai pada tahun 2023 bulan Februari naik hingga 13 unit, dan diikuti juga dengan perkembangan BPRS dan UUS. Selain hal tersebut, pertumbuhan aset BUS dan UUS pada tahun 2020 sebanyak 593.948 Miliar, dan semakin naik pada awal tahun 2023 sebanyak 771.292 Miliar.²

Nasabah mungkin tertarik untuk menggunakan produk dan layanan bank syariah karena beragamnya barang yang ditawarkan oleh industri. Dulunya hanya sebagian kecil masyarakat yang mengetahui keberadaan bank syariah, namun berkat kemajuan zaman, banyak masyarakat dari kota hingga desa kini yang mengetahui bank syariah dan menggunakan produknya. Namun faktanya,

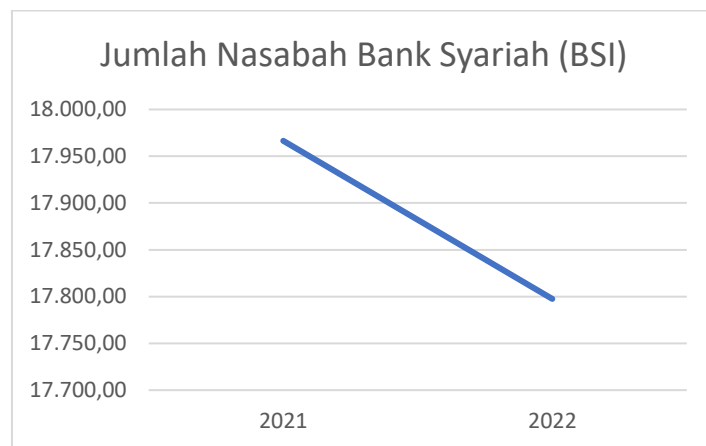
¹ Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2011) h. 24

² "Statistik Perbankan Syariah"

<https://www.ojk.go.id> diakses pada 30 Mei 2023

masyarakat yang menggunakan bank syariah masih lebih sedikit dibandingkan bank konvensional.

Gambar 1.1



Maka berdasarkan penjelasan diatas, hal tersebut membuktikan bahwa minat dari masyarakat Indonesia memilih bank syariah masih rendah dibandingkan dengan minat di bank konvensional. Pada tahun 2021 jumlah nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) sebanyak 17.966.481 sedangkan pada tahun 2022 jumlah nasabah BSI mengalami penurunan menjadi 17.797.506.³ Hal tersebut tidak sebanding dengan jumlah nasabah bank konvensional pada tahun 2022 mencapai 80 juta jiwa.⁴

Minat dan tindakan seseorang dalam kehidupan sehari-hari mempunyai hubungan yang tidak dapat dipisahkan. Minat dapat diartikan sebagai keinginan terhadap sesuatu dan kecenderungan untuk mencapai apa yang diinginkan. Salah satunya adalah minat menabung, seperti kecenderungan seseorang yang religius untuk memilih bank syariah dibandingkan konvensional karena menurut syariah, praktik riba di bank konvensional tidak diperbolehkan dalam Islam.⁵

³ “Laporan Tahunan 2022 BSI Kolaborasi untuk Akselerasi Pertumbuhan”
<https://ir.bankbsi.co.id/misc/AR/AR2022-ID/> diakses pada tanggal 1 Maret 2023

⁴ <https://www.ojk.go.id> diakses pada tanggal 1 Maret 2023

⁵ Yulia Putri, et al. *Strategi Meningkatkan Minat Menabung di Bank Syariah Melalui Penrapan Religiusitas*, Jurnal Manajemen dan Bisnis: Performa, 16.1 (2019)

Hal ini juga bisa dibuktikan dengan pangsa pasar bank syariah masih kecil dan jauh lebih rendah dibandingkan pangsa pasar bank konvensional. Pangsa pasar yang kecil ini menunjukkan bahwa saat ini minat masyarakat terhadap bank syariah masih sangat sedikit dibandingkan dengan bank reguler. Meskipun terdapat 237,56 juta penduduk Indonesia yang beragama Islam (86,7% dari total penduduk negara ini), peluang pertumbuhan masih sangat besar.⁶

Terdapat beberapa pengaruh yang mempengaruhi masyarakat dalam menumbuhkan minat menabung di bank syariah. Salah satu faktor penting yang mempengaruhi keputusan masyarakat menabung adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan suatu ukuran seberapa baik pelayanan kepada nasabah atau anggota untuk memenuhi kebutuhan dan harapan nasabah, yang berhubungan dengan manusia, produk, jasa, proses pelayanan, serta lingkungan.⁷

Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan kepuasan kepada nasabah. Memberikan kualitas pelayanan yang baik merupakan salah satu cara untuk memuaskan nasabah dalam suatu perusahaan. Pelayanan ini dapat berupa ketanggapan dan ketepatan waktu dalam menangani pertanyaan nasabah, pertanyaan yang diajukan nasabah, menerima keluhan nasabah, dan memberikan solusi terhadap permasalahan yang ada. Dari kenyataan tersebut jelas bahwa suatu perusahaan akan menempuh berbagai cara untuk meningkatkan kepuasan nasabah. Strategi ini juga merupakan salah satu cara untuk mempertahankan nasabah.

Faktor lain yang mempengaruhi masyarakat minat menabung adalah lokasi. Dimana untuk menarik nasabah sebanyak-banyaknya maka bank tersebut harus terletak pada lokasi yang strategis dan mudah dijangkau. Menurut Cindhy Audina

⁶ OJK Institute. "Memperkuat Literasi dan Inklusi Keuangan Syariah"
<https://www.ojk.go.id> diakses pada 2 Maret 2023

⁷ Abdul Haris Romdhoni dan Dita Ratnasari, *Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah*, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 4.2 2018

Putribasutami dan R.A. Sista Paramita (2018) menunjukkan bahwa lokasi memiliki pengaruh yang positif pada keputusan nasabah untuk menabung, karena masyarakat akan merasa mudah mencari transportasi untuk menuju ke lokasi bank syariah. Lokasi menjadi penentu keberhasilan suatu perusahaan ke sasaran nasabah, sehingga produk dapat sampai ke tepat sasaran yang dituju. Semakin baik atau strategis lokasi bank syariah maka semakin banyak nasabah yang tertarik untuk menabung.⁸

Faktor yang tidak kalah penting dalam mempengaruhi minat masyarakat adalah religiusitas yang dapat membentuk perilaku konsumen dalam memilih bank syariah. Religiusitas memiliki pengaruh yang besar terhadap masyarakat dalam membuat keputusan, salah satunya adalah minat. Seseorang dengan tingkat religius atau ketaatan pada tuhan-Nya lebih cenderung memilih menabung di bank syariah karena sesuai dengan ajaran Islam. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas masyarakat maka akan meningkatkan minat menabung di bank syariah.⁹

Kabupaten Kendal pada tahun 2022 mempunyai jumlah penduduk mencapai 1.053.400 jiwa. Kabupaten kendal memiliki 20 Kecamatan, salah satunya Kecamatan Cepiring yang mempunyai jumlah penduduk hingga 54.600 jiwa. Wilayah Kecamatan Cepiring terdiri dari 15 Desa yang mayoritas beragama Islam.¹⁰ Desa Gondang merupakan salah satu contoh dari sekian banyak daerah di kabupaten Kendal yang memiliki penduduk relatif banyak dan didominasi dengan mayoritas memeluk agama Islam. Hal tersebut bisa dibuktikan dengan adanya masjid dan tersebarnya musholla di tiap RT masing-masing sebanyak satu atau

⁸ Cindhy Audina Putribasutami dan R.A. Sista Paramita, *Pengaruh Pel ayanan, Lokasi, Pengetahuan, dan Sosial Terhadap Keputusan Menabung di Ponorogo*, Jurnal Ilmu Manajemen, 6.3, 2018, h. 158

⁹ Doni Swastawan dan Yulianita Dewi, *Pengaruh Tingkat Pendapatan, Suku Bunga, Religiusitas, dan Financial Attitude terhadap Minat Menabung untuk Beryadnya pada Masyarakat Desa Tajun*, Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika, 11.2, 2021, h. 213

¹⁰ "Data Jateng", <https://data.jatengprov.go.id/> diakses pada tanggal 1 Maret 2023

bahkan lebih menambah citra masyarakat Desa Gondang memiliki tingkat religius yang tinggi. Pada awal tahun 2023 tercatat jumlah masyarakat Desa Gondang sebanyak 3.796 jiwa, yang terdiri dari 1.925 jiwa laki-laki serta 1.871 jiwa perempuan.¹¹

Mayoritas masyarakat Desa Gondang yang beragama muslim dapat menjadi potensi yang cukup besar untuk menjadi nasabah bank syariah. Sebagian besar masyarakat Desa Gondang bekerja sebagai petani dengan jumlah 854 jiwa serta pedagang sebanyak 167. Desa Gondang merupakan daerah yang unggul pada sektor pertanian, perdagangan, hingga peternakan. Dan tidak kalah juga dengan sektor dagang, karena banyaknya masyarakat yang memilih untuk menjadi para pelaku bisnis seperti pengrajin kere hingga UMKM makanan. Dengan pemasaran produk secara online akan berdampak positif dengan banyaknya pesanan yang datang dari luar desa bahkan kota. Sektor pertanian dan pertumbuhan market share dari sektor dagang di Desa Gondang yang semakin meningkat di setiap tahunnya, maka diharapkan mampu untuk meningkatkan minat masyarakat memilih bank syariah sebagai sarana transaksi bisnis.

Mengingat masyarakat Desa Gondang sudah mengetahui keberadaan bank syariah diharapkan meningkatkan minat masyarakat untuk bertransaksi di bank syariah, mulai dari menabung, transaksi jual beli, sampai pembiayaan. Semua kegiatan tersebut tidak terlepas dari faktor fasilitas pelayanan. Bank syariah juga belum mempunyai fasilitas yang memadai jika dibandingkan dengan bank konvensional seperti mesin ATM yang belum tersebar banyak ke beberapa desa.

Permasalahan lain juga pada Kabupaten Kendal sendiri lokasi bank syariah hanya tersebar di pusat kota saja belum sampai pada beberapa kecamatan dan desa, termasuk Desa Gondang. Sedangkan di Desa Gondang sendiri berdiri 1 bank konvensional yang cukup besar dan memiliki banyak cabang di berbagai kecamatan. Sehingga kemungkinan besar masyarakat desa masih memilih bank

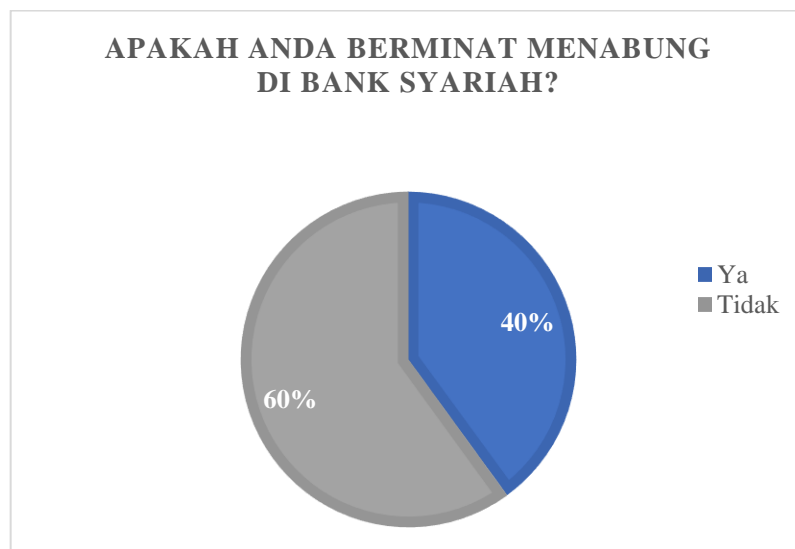
¹¹ “Data Kependudukan Desa Gondang, Cepiring”

konvensional karena lokasi bank syariah yang lumayan jauh. Selain itu juga karena untuk bisa menabung masyarakat harus datang jauh ke kantor bank syariah dan harus mengantri lama.

Berdasarkan pernyataan di atas, peneliti melakukan pra riset dengan wawancara secara langsung terhadap 10 warga muslim Desa Gondang dengan hasil sebagai berikut:

Gambar 1.2

Pemanfaatan Bank Syariah untuk Bertransaksi oleh Masyarakat Desa Gondang Kecamatan Ceirping Kabupaten Kendal



Berdasarkan hasil pra riset yang telah dilakukan, hanya ada 4 dari 10 warga yang memiliki rekening tabungan di Bank Syariah. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa masih banyak masyarakat yang lebih memilih bank konvensional. Pemilihan bank konvensional oleh masyarakat disebabkan oleh beberapa hal, seperti kurangnya kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank syariah, lokasi bank Syariah yang jauh sehingga kurang adanya informasi mengenai bank syariah. Banyak masyarakat yang beranggapan bahwa menabung di bank syariah dan bank konvensional sama saja tidak ada bedanya, baik dari segi produk tabungan dan pelayanan yang didapat juga sama.

Hasil wawancara salah satu dari empat masyarakat Desa Gondang yang berminat menabung dan sudah menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia Kc Soetta Kendal, Ibu Puji menyatakan bahwa beliau lebih memilih bank syariah karena ia percaya bahwa bank syariah lebih amanah dan tidak ada potongan biaya administrasi bulanan bila dibandingkan dengan bank konvensional. Disisi lain enam orang yang tidak berminat menabung di bank syariah mengaku bahwa menabung di bank syariah sama saja seperti di bank konvensional, tidak ada bedanya. Seperti wawancara pada bapak Jumari dan Ibu Muslimah, menurut mereka lokasi bank syariah yang jauh menjadikan alasan tidak berminat untuk menabung di bank syariah. Lagipula pelayanan bank syariah sama saja dengan pelayanan bank konvensional.

Berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menabung di bank syariah, maka peneliti tertarik untuk mengambil minat sebagai variabel dependen dalam penelitian ini, sehingga variabel independen yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah variabel kualitas pelayanan, lokasi dan religiusitas. Berdasarkan penelitian sebelumnya oleh Alwahidin dan Nur Afni dalam penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah dengan nilai t hitung 2,467 dan 6,306 > t tabel 1,984 yang artinya semakin baik kualitas pelayanan dan religiusitas maka akan semakin baik pula minat nasabah dalam menabung di bank syariah.¹² Pada penelitian Titin, Arsyah dan Pradita menunjukkan bahwa secara simultan pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah, tetapi secara parsial lokasi tidak berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat

¹² Alwahidin dan Nur Afni, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia*, ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting, 3.1, 2022 h. 57-71

di bank syariah.¹³ Sedangkan pada penelitian Rina Susanti menunjukkan bahwa variabel religiusitas dan lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.¹⁴

Berdasarkan informasi diatas, peneliti ingin mengkaji lebih lanjut dan melakukan penelitian lebih mendalam mengenai **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, LOKASI, DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT MENABUNG DI BANK SYARIAH (Studi Kasus Masyarakat Desa Gondang Kecamatan Cepiring Kabupaten Kendal)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah pengaruh kualitas layanan terhadap minat menabung di bank syariah pada masyarakat Desa Gondang?
2. Apakah pengaruh lokasi terhadap minat menabung di bank syariah pada masyarakat Desa Gondang?
3. Apakah pengaruh religiusitas terhadap minat menabung di bank syariah pada masyarakat Desa Gondang?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap minat menabung di bank syariah pada masyarakat Desa Gondang
2. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap minat menabung di bank syariah pada masyarakat Desa Gondang

¹³ Titin Agustin Nengsih, et. al . *Determinan Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah: Studi Empiris di Kota Jambi*, Perbanas Journal of Business and Banking, 1.1, 2021, h. 93-111

¹⁴ Rina Susanti, *Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, dan Lokasi Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Jurusan Hukum Ekonomi Syariah IAIN Surakarta di Bank Syariah*, Skripsi: FEBI, IAIN Surakarta, 2020

3. Untuk mengetahui pengaruh religiusitas terhadap minat menabung di bank syariah pada masyarakat Desa Gondang

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dilakukannya penelitian ini adalah:

1. Manfaat teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dalam minat menabung di bank syariah sehingga pembaca akan tertarik untuk menabung pada bank syariah.
 - b. Penelitian ini juga dapat berguna bagi pembaca, masyarakat, maupun mahasiswa untuk dijadikan bahan referensi dalam penelitian selanjutnya yang membahas topik yang sama.
2. Manfaat praktis
 - a. Bagi akademis
Penelitian ini dapat dijadikan referensi maupun literatur guna dikaji lebih jauh dengan pembaharuan yang lebih informatif.
 - b. Bagi lembaga keuangan
Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat pada sektor perbankan syariah dalam meningkatkan kualitas layanan yang dapat meningkatkan nasabah untuk menabung di bank syariah.
 - c. Bagi peneliti
Penelitian ini sebagai wawasan atas ilmu yang dipelajari selama kuliah, sehingga ilmu pengetahuan yang didapat dapat digunakan sebagaimana mestinya.

1.5 Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah penulisan skripsi, penulis harus bisa mengatur secara sistematis dan terarah. Adapun sistematika penulisannya adalah:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, batasan penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini menjelaskan deskripsi teori yang mendasari pembahasan tentang kualitas layanan, lokasi, dan religiusitas masyarakat terhadap minat menabung di bank syariah.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini berisi mengenai metode yang digunakan dalam penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional, dan metode analisis data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan secara singkat tentang obyek penelitian yaitu Desa Gondang, menganalisis data serta hasil pengujian data.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan atas hasil penelitian, saran-saran, dan kata penutup.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Theory Of Planned Behaviour (TPB)

Theory of planned behavior atau teori perilaku terencana merupakan teori yang menjelaskan bahwa sikap terhadap perilaku didasarkan pada niat atau motivasi seseorang dalam melakukan suatu pekerjaan, sehingga perlu dipertimbangkan sikap seseorang ketika menguji norma subjektif dan pengendalian perilaku yang dirasakan orang tersebut. Sikap menyukai atau tidak menyukai perilaku, keyakinan normatif menciptakan norma subjektif, dan keyakinan kontrol perilaku yang dirasakan semuanya muncul dari keyakinan perilaku.¹⁵

Dapat disimpulkan bahwa ketika *theory of planned behavior* dalam kaitannya memilih suatu produk, seseorang menilai sikap terhadap minat memilih suatu produk tertentu, kemudian mempertimbangkan norma subjektif dan mengukur persepsi perilaku ketika menyatakan minat memilih suatu hal tertentu. Ketika mereka minat memilih produk tertentu, sehingga menimbulkan niat atau motivasi untuk memilih produk tertentu secara lebih luas. Ketiga hal tersebut secara garis besar dapat dipahami sebagai berikut:

a. Sikap (Attitude)

Menurut Ajzen, *attitude towards the behaviour* atau sikap adalah suatu tanda kecenderungan kognitif, efektif, secara tingkah laku yang dipehami dalam merespon dengan tingkah laku positif maupun negatif terhadap objek, situasi, intitusi, konsep, dan seseorang. Oleh karena itu, sikap seseorang terhadap aktivitas dipengaruhi oleh pandangannya mengenai dampak suatu tindakan terhadap orang lain,

¹⁵ Icek Ajzen, *The Theory of Planned Behavior*, Organizational Behavior And Human Decision Processes 50, 179-211, 1991

yang sering disebut dengan *behavioral beliefs* (keyakinan perilaku). Secara umum, seseorang akan lebih menyukai suatu perilaku jika mereka merasa perilaku tersebut akan menghasilkan hasil yang positif. Sebaliknya, seseorang akan kurang menyukai suatu perilaku jika ia yakin tindakan tersebut akan berdampak buruk.

Orang yang mempunyai minat untuk memilih produk tertentu akan menyadari apakah hal tersebut akan berdampak positif atau buruk, dan hal ini akan mempengaruhi keinginan mereka untuk melakukannya. Masyarakat cenderung tidak mau memilih suatu produk jika dilihat dari sudut pandang produk yang mempunyai pengaruh negatif, masyarakat akan enggan memilih suatu produk tersebut. Misalnya jika mereka tertarik memilih bank konvensional namun menyadari bahwa produk tersebut memiliki nilai sosial yang buruk.

b. Norma Subjektif (Subjective Norm)

Norma subjektif merupakan pemikiran tentang keyakinan orang lain yang didasarkan pada keyakinan normatif, tentang terlibat atau tidak melakukan suatu tindakan dari rujukan atau kelompok, termasuk keluarga, sahabat, rekan kerja, atau yang lainnya. Persepsi seseorang terhadap tekanan sosial untuk menunjukkan suatu perilaku atau tidak disebut sebagai norma subjektivitas.

Seseorang akan mengevaluasi pendapat orang-orang di sekitarnya terhadap suatu produk ketika mereka memiliki keinginan untuk membelinya. Demikian pula saat memilih produk bank konvensional atau syariah, pertimbangkan apa yang dipikirkan orang lain di sekitar Anda jika orang tersebut memutuskan untuk menabung di bank syariah. Dorongan untuk memilih produk akan muncul setelah pendapat orang lain disekitarnya diterima.

c. Persepsi Kontrol Perilaku (Perceived Behavior Control)

Persepsi kontrol perilaku merupakan sebagai fungsi *control beliefs* yaitu *beliefs* seseorang terhadap kemungkinan terjadinya

kesulitan untuk mengerjakan sesuatu, atau *perceived behavior control* bisa diartikan faktor kemudahan.

Jelas bahwa kemampuan seseorang untuk mengendalikan variabel yang dapat mempengaruhi perilaku mereka menentukan kesuksesan kinerja dan tingkah laku mereka ketika mereka melakukan usaha. Hal ini dapat ditunjukkan oleh fakta bahwa individu memiliki minat tertentu. Sebelumnya, orang akan merasa sulit untuk memilih produk itu, tetapi hambatan ini sekarang telah dihilangkan, memungkinkan orang untuk tertarik untuk melakukannya.

2.1.2 Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kualitas diartikan sebagai tingkat baik buruknya sesuatu, ataupun tingkat derajat atau taraf dalam kepandaian, kecakapan, dan lain sebagainya.¹⁶ Segala apa pun yang mampu memenuhi tuntutan atau keinginan pelanggan juga dapat diartikan sebagai kualitas. kualitas adalah ukuran kesesuaian produk dengan kebutuhan konsumen, apakah produk itu layanan atau baik.¹⁷

Kualitas menjadi ukuran bagi pihak perusahaan dalam berinovasi agar pelanggan merasa puas atas layanan yang diberikan. Untuk memastikan bahwa konsumen puas dengan layanan yang diterima, perusahaan membuat kualitas sebagai metrik yang harus dicapai. Perusahaan kemudian harus dapat mengembangkan rencana untuk memastikan bahwa klien puas dengan layanan. Agar bisnis menjadi berkelanjutan dan berkembang dari waktu ke waktu, ia harus dapat

¹⁶ Kbbi.kemendikbud.go.id, “Hasil Pencarian – KBBI Daring”
<https://kbbi.kemendikbud.go.id/entri/Kualitas> diakses 2 Maret 2023

¹⁷ Wiwik Sulistiyowati, St., M.T., *Kualitas Layanan: Teori dan Aplikasinya* (Sidoarjo: UMSIDA Press, 2018)

mengkomunikasikan tuntutan konsumen terhadap produk yang diproduksi oleh bisnis.¹⁸

Tuntutan konsumen merupakan titik tolak kualitas pelayanan, yang kemudian berkembang menjadi pandangan konsumen terhadap produk maupun jasa yang ditawarkan. Hal ini menunjukkan bahwa pengertian kualitas pelayanan yang memuaskan datang dari sudut pandang atau persepsi konsumen, bukan penyedia jasa. Pendapat pelanggan terhadap layanan yang diterima dapat dibandingkan untuk menilai kualitas layanan. Suatu layanan dapat dianggap berkualitas baik jika memenuhi harapan pelanggan atau dialami sesuai dengan harapan tersebut. Selain itu, kualitas layanan dapat dilihat sangat baik dan berkualitas tinggi jika layanan yang diperoleh atau dirasakan oleh klien melebihi harapan mereka, dan sebaliknya.¹⁹

Kualitas pelayanan merupakan suatu tingkat keunggulan yang diharapkan untuk bisa memenuhi keunggulan yang diharapkan pelanggan. Menurut Cronin, kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas layanan, dan dalam bisnis, kepuasan pelanggan berfungsi sebagai ukuran seberapa baik permintaan dikelola dan seberapa baik harapan dipenuhi. Rahasia keunggulan kompetitif perusahaan adalah mencapai standar layanan yang tinggi dan kepuasan pelanggan.²⁰

b. Indikator-indikator Kualitas Pelayanan

¹⁸ Wiwik Sulistiyowati, h. 13

¹⁹ Sandi Andika dan Mirza Syahputra, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Dumai Sukajadi*, Jurnal Ekonomi Syariah, 4.2, 2021, h. 1252

²⁰ Ni Putu Sawitri, et. al. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Tegal Sari Accommodation Di Ubud*, Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis, dan Kewirausahaan, 7.1, 2013, h. 40

Menurut Parasuman prinsip-prinsip kualitas pelayanan dibagi dalam lima dimensi yaitu:²¹

1. Bukti fisik (*Tangibles*)

Merupakan kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya pada pihak eksternal. Bukti dari kualitas pelayanan dalam bentuk fasilitas fisik seperti gedung, merupakan kemampuan sarana dan prasarana yang diberikan oleh perusahaan.

2. Keandalan (*Reability*)

Merupakan kemampuan dalam memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan kepada nasabah. Pelayanan yang sama kepada semua nasabah, kinerja yang harus sesuai tepat waktu sesuai harapan nasabah merupakan salah satu bentuk kualitas pelayanan yang diberikan.

3. Ketanggapan (*Responsiveness*)

Merupakan kemampuan perusahaan dalam membantu nasabah dengan cepat dan tepat, serta memberikan informasi yang jelas. Perusahaan harus cepat tanggap dalam memberikan pelayanan dan tidak membiarkan nasabah menunggu tanpa ada suatu alasan yang tidak jelas sehingga akan memberikan perspsi negative dalam memberikan pelayanan.

4. Kepastian dan Jaminan (*Assurance*)

Merupakan kemampuan para pegawai dalam menumbuhkan rasa percaya nasabah pada perusahaan. Para pegawai harus mempunyai kemampuan komunikasi yang baik, kompeten, serta kesonsantunan.

5. Empati (*Empathy*)

²¹ Siti Aisyah dan Yohansyah Adiputra Riyadi, *Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kelurahan Siranindi Di Bank Muamalat Indonesia Palu Sulawesi Tengah*, Journal Of Islamic Economic And Business, Vol. 2, No. 1, 2020, hlm. 21-22

Merupakan kemampuan dalam memberikan perhatian kepada nasabah yang bersifat pribadi atau individual dengan cara memahami keinginan nasabah. Dengan kata lain, perusahaan harus memahami kebutuhan yang diinginkan nasabah secara spesifik.

c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Keberhasilan pelayanan dalam suatu organisasi bergantung pada beberapa faktor pendukung. Masing-masing faktor memiliki peran yang berbeda-beda, tetapi saling mempengaruhi satu sama lain dan saling berkontribusi dalam terciptanya sebuah pelayanan yang memuaskan. Beberapa faktor penentu kualitas pelayanan tersebut, yaitu:²²

1. Faktor Kesadaran

Faktor ini mengarah pada keadaan jiwa seseorang yang merupakan titik temu dari berbagai pertimbangan, sehingga diperoleh suatu keyakinan, ketenangan hati, keseimbangan untuk melakukan sesuatu. Faktor ini merupakan kesiapan diri sendiri tanpa adanya paksaan atau campuran dari pihak lain.

2. Faktor Aturan

Adanya peraturan serta memiliki sikap kewenangan dalam melaksanakan tugas dan tanggungjawabnya. Dengan adanya aturan akan menuntun seseorang berperilaku sesuai yang diharapkan. Peraturan ini akan berpengaruh baik langsung maupun tidak langsung terhadap perilaku dalam pemberian pelayanan pada pelanggan.

3. Faktor Kemampuan

Harus memiliki kemampuan sehingga dapat melaksanakan tugasnya dengan baik. Kemampuan pegawai merupakan titik ukur sejauh mana mampu memberikan pelayanan kepada pelanggan.

4. Faktor Sarana dan Prasarana

²² Rahman Mulyawan, Birokrasi dan Pelayanan Publik (Sumedang: UNPAD Press, 2016) hlm. 20-22

Berhubungan dengan fasilitas yang ada untuk kenyamanan dalam melaksanakan tugasnya, yang pada akhirnya berfungsi dalam:

- a. Mempercepat proses pekerjaan
- b. Meningkatkan produktivitas
- c. Menumbuhkan rasa nyaman bagi yang mempunyai kepentingan

5. Faktor Organisasi

Dalam organisasi diperlukan faktor pendukung agar mekanisme kerja dapat berjalan dengan lancar, yaitu adanya sistem yang jelas, struktur organisasi yang terstruktur, prosedur yang dapat dipahami. Faktor-faktor tersebut akan berpengaruh pegawai dalam memberikan pelayanan.

6. Faktor Pendapatan

Pendapatan harus sesuai dengan beban kerja pegawai yang menjadi kewajiban pegawai. Tuntutan perusahaan harus sesuai dengan gaji/upah, untuk itu faktor pendapatan perlu disesuaikan dengan kesulitan dan beban kerja pegawai.

2.1.2 Lokasi

a. Pengertian Lokasi

Lokasi merupakan letak atau tempat suatu perusahaan yang melayani konsumen serta terjadinya transaksi. Menurut Kasmir dalam penelitian Eka Apriani (2021) lokasi merupakan tempat melayani konsumen dan sebagai tempat untuk memajang produk maupun barang-barang dagangannya yang akan dijual.²³

Lokasi bank merupakan salah satu faktor yang sangat penting. Persaingan ketat untuk mendapatkan lokasi memiliki dampak yang signifikan terhadap upaya penghimpunan dan penyaluran dana bagi

²³ Eka Apriana, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Desa Koto Taluk Menabung Di Bank Syariah Teluk Kuantan Kabupaten Kuantan Singingi*, Juhanperak 2, 2021, h. 43-437

masyarakat. Karena pencapaian tujuan bank akan lebih mudah dicapai dengan lokasi yang tepat, banyak orang akan tertarik untuk menabung di bank tersebut.²⁴

Ketika memilih bank syariah, nasabah seringkali mempertimbangkan lokasi. Lokasi atau aksesibilitas bank syariah bagi pengguna untuk mendapatkan layanan perbankan merupakan tempat strategi perusahaan untuk menarik nasabah. Karena lokasi memiliki dampak langsung terhadap manajemen pemasaran dan menjadi penentu dalam kesuksesan bisnis. Fasilitas bank berfungsi sebagai pusat kendali operasi perbankan dan tempat untuk membeli dan menjual barang cabang dan bank sentral. Ada banyak jenis lokasi yang digunakan dalam operasinya, termasuk kantor pusat, cabang utama, cabang pembantu, kantor kas, dan mesin ATM. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa lokasi adalah tempat di mana bank syariah mengoperasikan layanan perbankan mereka dan disusun dan dikelola sesuai dengan hukum Islam. (bank syariah).²⁵

b. Indikator Lokasi

Dalam mendirikan suatu bank, pemilihan lokasi yang strategis sangat perlukan. Sehingga akan mudah diketahui dan dijangkat oleh nasabah. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi dalam menentukan lokasi, yaitu:²⁶

1. Akses

Lokasi yang dilalui atau mudah untuk dijangkau oleh sarana transportasi umum.

2. Visibilitas

Lokasi dapat dilihat secara jelas dari tepi jalan.

²⁴ M. Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012) h. 131

²⁵ Kasmir, *Pemasaran Bank*, Edisi. 4, (Jakarta: Kencana, 2010) h. 145

²⁶ Wahjono dan I. Sentot, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta: Graham Ilmu, 2010) h. 26

3. Tempat parkir yang luas dan aman
4. Lingkungan
Daerah sekitar lokasi yang mendukung, misalnya di pusat kota, di area dekat pasar, dan lainnya.
5. Ekspansi
Tersedianya tempat yang cukup luas untuk memperluas usaha atau tambahan gedung baru untuk kemudian hari.

c. Pemilihan Lokasi

Beberapa hal yang perlu diperhatikan dan dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi yang strategis suatu bank, diantaranya adalah:²⁷

1. Konsumen mendatangi pemberi jasa

Lokasi menjadi tempat yang sangat penting bagi perusahaan, pada hal ini keadaannya konsumen mendatangi pemberi jasa. Sebaiknya perusahaan memilih lokasi yang strategis sehingga mudah untuk dijangkau konsumen.

2. Pemberi jasa mendatangi konsumen

Berbeda dengan hal ini, lokasi menjadi tidak terlalu penting karena pemberi jasa yang akan mendatangi konsumen untuk menggunakan produk dan jasa perbankan. Tetapi pemberi jasa harus memperhatikan dalam menyampaikan jasa perbankan dengan cara yang berkualitas.

3. Pemberi jasa dan konsumen tidak bertemu langsung

Lokasi dalam hal ini juga tidak menjadi penting, dimana pemberi jasa dan konsumen tidak bertemu secara langsung melainkan melalui media seperti telepon, komputer, maupun surat.

²⁷ Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung: Alfabeta, 2015) h. 55

2.1.3 Religiusitas

a. Pengertian Religiusitas

Religius berasal dari kata latin religiosus yang berarti kembali atau dalam bahasa Arab addin. Singkatnya, religiusitas berarti kesadaran ikatan antara manusia dengan Allah SWT. Tingkat religiusitas seseorang mengacu pada seberapa besar pengabdian mereka terhadap agama mereka dan seberapa besar dampaknya terhadap mereka. Dampak ini dapat terlihat dari kepribadian atau tindakan seseorang yang berdampak pada perilaku sehari-hari. Ketaatan beragama dan aplikasi praktis dalam kehidupan sehari-hari harus dicapai dalam organisasi keuangan berbasis syariah..²⁸

Dalam islam, religiusitas tidak bisa dipisahkan dari aspek kehidupan, yaitu tingkat ketaatan dan keimanan seseorang kepada Allah SWT. Religiusitas dalam ajaran islam harus mampu menjalankan kehidupan sehari-hari dengan bertingkah laku baik dan menaati aturan-aturan yang dilarang. Sebagaimana firman Allah dalam Surat Al- Baqarah ayat 208:

أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا ادْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَافَّةً وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ
إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

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

²⁸ Abdul Haris Romdhoni dan Dita Ratnasari, *Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah*, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 4. 2, 2018

Ayat diatas menjelaskan bahwa seluruh umat diserukan untuk masuk Islam secara keseluruhan. Selanjutnya Allah melarang setiap manusia untuk mengikuti bujukan syaitan, yakni berbuat dzolim, berbuat sesuatu yang dosa. Dalam menjalankan aktivitasnya manusia harus berada di jalan Allah untuk memperoleh keridhoan Allah SWT.

b. Indikator Religiusitas

Menurut Glock dan Stark, indikator religiusitas dibagi menjadi lima yaitu sebagai berikut:²⁹

1. Keyakinan merupakan tingkatan seseorang dapat menerima hal-hal yang dogmatik (kepercayaan yang tidak bisa dipermasalahkan/harus diterima kebenarannya) terhadap agamanya, contohnya kepercayaan terhadap Tuhan, malaikat, surga, dan neraka.
2. Praktik agama merupakan tingkat sejauh mana seseorang dalam menjalankan kewajiban yang ada dalam agamanya. Misalnya sholat, puasa, zakat, haji dan praktek muamalah lainnya.
3. Penghayatan merupakan perasaan yang dirasakan seseorang dalam menjalankan kegiatan ibadah dalam agama, seperti khusyuk dalam sholat, perasaan bersalah saat berbuat dosa.
4. Pengetahuan agama merupakan sejauh mana seseorang dalam memahami dan mendalami ajaran agama, seperti paham akan isi dari ajaran yang ada pada kitab suci Al-Qur'an.
5. Pengamalan merupakan sejauh mana seseorang dalam mengimplikasi ajaran-ajaran agamanya dalam kehidupan sosial, misalnya menolong orang yang sedang kesulitan, menjenguk tetangga yang sedang sakit, dan lainnya.

²⁹ Glock & Stark, "American Piety: The Nature of Religious Commitment", 1967, h. 14-16 <http://library.lol/main/9E79E3BBF1BCE28B411C101589F72BC7>.

c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Religiusitas

Menurut Thouless ada banyak faktor yang mempengaruhi sikap keagamaan seseorang, faktor-faktor tersebut adalah sebagai berikut:³⁰

1. Pengaruh pendidikan atau pengajaran dari berbagai tekanan sosial

Misalnya pendidikan dari orang tua yang mengharuskan masuk sekolah Islam, tradisi-tradisi sosial yang harus bisa menyesuaikan diri di lingkungan dengan berbagai pendapat dan sikap yang disepakati di lingkungan tersebut.

2. Faktor pengalaman

Faktor ini berupa pengalaman spiritual, keagamaan yang secara cepat akan mempengaruhi perilaku seseorang.

3. Faktor kehidupan

Kebutuhan seseorang secara garis besar dibedakan menjadi empat, yaitu:

- a) Kebutuhan keamanan dan keselamatan
- b) Kebutuhan rasa kasih dan sayang
- c) Kebutuhan memperoleh harga diri
- d) Kebutuhan karena adanya ancaman kematian

4. Faktor intelektual

Merupakan faktor yang berkaitan dengan berbagai proses penalaran verbal atau rasionalisasi.

2.1.3 Minat

a. Pengertian Minat

Minat merupakan emosi yang menghasilkan kecenderungan terhadap sesuatu dan menyebabkan seseorang melakukan aktivitas tertentu. Seseorang cenderung memiliki minat, yang memaksanya untuk membuat penilaian tertentu karena kebutuhan. Hal ini diwujudkan

³⁰ Thouless, *Pengantar Psikologi Agama* (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2000) h. 34

dalam bentuk aktivitas nyata untuk memperoleh hasil yang diinginkan, khususnya dengan belajar untuk lebih memahami dirinya sendiri.³¹

Minat merupakan rasa keinginan yang timbul pada diri seseorang. Minat biasanya muncul dari keinginan untuk memuaskan kebutuhan sendiri, bebas dari tekanan dari luar. Minat juga dapat berarti perhatian terhadap sesuatu, ketertarikan pada sesuatu, atau gairah. Minat adalah pengakuan oleh seseorang bahwa sesuatu, suatu situasi, atau suatu masalah, mempengaruhi dirinya.³² Sebelum memutuskan untuk menabung tentunya dalam hati harus ada minat yang besar terlebih dahulu, minat sendiri mempunyai 3 tahapan yaitu:³³

1. Informasi yang jelas
2. Pertimbangan yang sangat matang
3. Keputusan tepat untuk memilih

Minat menabung menjadi salah satu faktor penting dalam menumbuhkan kesadaran menyimpan sebagian dananya di bank. Dengan kata lain, minat menabung adalah kecenderungan seseorang untuk menyimpan uangnya di bank yang hanya dapat ditarik pada saat-saat tertentu. Dorongan masyarakat berpenghasilan rendah (MBR) untuk menabung biasanya berawal dari keinginan untuk meningkatkan taraf hidup. Di daerah berpenghasilan rendah, masyarakat menabung untuk menutupi biaya siklus hidup, mempersiapkan diri untuk keadaan

³¹ Juli Dwina Puspita Sari, Sayyidah Azzafira, *Analisis Pengaruh Pendapatan dan Pengetahuan Terhadap Minat Calon Nasabah Berinvestasi Emas di Pegadaian Syariah*, Jurnal Investasi Islam, 6. 2, 2021

³² Sadirman, *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*, (Raja Grafindo Persada, 2006)

³³ Mundhori, Faizatur Rohmah, *Pengaruh Kepercayaan dan Tingkat Pendapatan Terhadap Minat Menabung di KSPPS Mandiri Artha Syariah Sumberejo*, Journal of Islamic Accounting and Finance, 2.1, 2022

darurat, dan memanfaatkan peluang. Kebutuhan untuk berinvestasi atau membeli aset sebagai bentuk investasi adalah peluang yang dimaksud.³⁴

b. Indikator Minat

Terdapat beberapa hal yang mempengaruhi minat seseorang, menurut Yulia, Ani, dkk. Indikator-indikator tersebut sebagai berikut:³⁵

1. Tertarik mengenai informasi produk
2. Ingin mengetahui lebih tentang produk
3. Mempertimbangkan untuk membeli produk
4. Tertarik untuk mencoba produk

c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat

Banyak masyarakat yang memiliki tingkat penghasilan yang berbeda-beda sehingga minat untuk menabung setiap individu juga berbeda-beda. Terdapat banyak hal yang mempengaruhi minat seseorang, menurut Crow faktor-faktor utama tersebut ada tiga yaitu:³⁶

1. Dari dalam individu

Faktor yang timbul dari dorongan diri sendiri, misalnya dorongan untuk makan karena rasa lapar, rasa takut, dan dorongan rasa ingin tahu akan membangkitkan minat untuk belajar, melakukan penelitian, dan lainnya.

2. Motif sosial

Merupakan faktor yang mengarah penyesuaian diri dengan lingkungan. Misalnya minat menabung di bank syariah dengan tujuan memperoleh perhatian dari orang lain dan lingkungan.

³⁴ Bukhari, Eri ,Bintang, dan Adi, *Pengaruh Tingkat Pendidikan dan Pendapatan Terhadap Minat Menabung*, Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Manajemen 17.1, 2021

³⁵ Yulia Putri, Ani Solihat, Rani Rahmayani, Iis Iskandar, Andry Trijumansyah, *Strategi Meningkatkan Minat Menabung di Bank Syariah Melalui Penrapan Religiusitas*, Jurnal Manajemen dan Bisnis: Performa, 1, 2019

³⁶ Alice Crow Lester D. Crow, *Psikologi Pendidikan*, h. 159

3. Emosional atau perasaan

Minat memiliki hubungan yang erat dengan emosi atau perasaan. Misalnya seseorang yang mendapatkan pekerjaan yang diinginkan dan memperoleh kesuksesan, maka akan timbul rasa senang dan akan memperkuat minat melakukan pekerjaan tersebut.

Adapun faktor-faktor lain yang mempengaruhi minat masyarakat menabung di bank syariah yaitu:³⁷

a. Kepercayaan

Kepercayaan merupakan suatu gambaran yang diyakini seseorang. Bentuk kepercayaan bisa muncul akibat pengetahuan, pendapat, dan perasaan yang dimiliki.

b. Persepsi

Persepsi merupakan suatu cara dimana seseorang melihat atau menilai orang lain. Sederhananya persepsi setiap orang berbeda-beda, persepsi orang tidak sama dengan persepsi kita.

c. Pengetahuan

Pengetahuan merupakan salah satu faktor yang sangat penting, dimana pengetahuan masyarakat akan bank syariah menjadi faktor untuk menabung di bank syariah. Dengan adanya sosialisasi dapat memberikan informasi pada masyarakat mengenai bank syariah.

d. Promosi

Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan oleh bank syariah yang bertujuan untuk memberikan informasi produk bank syariah yang nantinya untuk menarik minat konsumen untuk membeli atau menggunakan produk bank syariah tersebut.

³⁷ Andre Muzakir, Yunia Ulfa Variana, et. al. *Analisis Fkator-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah (Studi pada Masyarakat Desa Lajut Kecamatan Praya Tengah)*, Jurnal Perbankan Syariah, 1.1, 2022

2.1.4 Bank Syariah

a. Pengertian Bank Syariah

Bank syariah merupakan suatu bank yang menerapkan nilai-nilai atau prinsip-prinsip syariah. Prinsip hukum syariah yang diterima secara luas adalah kegiatan usaha yang dilakukan di bank yang sesuai dengan ajaran Al Qur'an dan Al Hadist, pembiayaan yang dilakukan berdasarkan prinsip bagi hasil (mudharabah), pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (musyarakah), prinsip jual beli barang (murabahah), pembiayaan barang berdasarkan prinsip sewa (ijarah), dan prinsip sewa dengan adanya pemindahan kepemilikan barang (ijarah wa itisna).³⁸

Bank syariah merupakan suatu badan usaha syariah yang bertugas menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk tabungan dan menyalurkan kembali kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan atau bentuk lainnya dengan tujuan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat.

Menurut UU RI No. 21 Tahun 2008 Perbankan Syariah mengacu pada semua aspek bank Islam dan entitas komersial Islam, seperti institusi, operasi bisnis, dan kesempatan serta prosedur yang terjadi selama operasi tersebut. Menurut Al-Qur'an, perbankan Islam tidak boleh menjalankan bisnisnya dengan menggunakan praktik-praktik yang bertentangan dengan hukum Islam, seperti riba, maisir, gharar, dan bathil.

Salah satu landasan prinsip-prinsip syariah yang melarang riba adalah Al-Qu'an Surat Ar- Rum ayat 39:

³⁸ Fajar Mujaddid dan Pandu Tezar Adi Nugroho, *Pengaruh Pengetahuan, Lingkungan dan Religiusitas Terhadap Minat Pelajar Sekolah Menengah Kejuruan Prodi Perbankan Syariah Dalama Menabung di Bank Syariah*, Jurnal Ekonomi Islam, 10. 1, 2019, h. 2021

وَمَا آتَيْتُمْ مِّن رَّبًّا لِّيَرْبُوًّا فِي أَمْوَالِ النَّاسِ فَلَا يَرْبُوا عِنْدَ اللَّهِ وَمَا آتَيْتُمْ
مِّن زَكَاةٍ تُرِيدُونَ وَجْهَ اللَّهِ فَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُضْعِفُونَ

Artinya: “Dan sesuatu riba (tambahan) yang kamu berikan agar dia bertambah pada harta manusia, maka riba itu tidak menambah pada sisi Allah. Dan apa yang akan kamu berikan berupa zakat yang kamu maksudkan untuk mencapai keridhaan Allah, maka (yang berbuat demikian) itulah orang-orang yang melipat gandakan (pahalanya).”

Dari ayat diatas diketahui bahwa Allah secara tegas melarang riba, karena yang dimaksud riba disini sebagai ziyadah (tambahan) atas harta yang dipinjamkan kepada orang lain. Secara lahiriyah hartanya akan bertambah dan mendapatkan keuntungan, tetapi di sisi Allah hal yang dilakukan terbesbut merupakan kesia-siaan. Sementara harta yang di berikan kepada orang lain yang lebih berhak menerimanya dalam bentuk zakat ataupun sedekah dengan tujuan mncari keridhaan Allah, maka akan melipat gandakan (pahala) yang banyak oleh Allah SWT.

b. Fungsi Bank Syariah

Bank syariah mempunyai dua peran utama, yaitu:³⁹

1. Badan usaha (tamwil)

- Manajer investasi, bank syariah melakukan penghimpunan dana dari para investor/nasabah dengan prinsip wadiah (titipan), mudharabah (bagi hasil), dan ijarah (sewa).
- Investor, bank syariah melakukan penyaluran dana melalui kegiatan pembiayaan dengan prinsip bagi hasil, sewa, maupun jual beli.

³⁹ Ascarya Diana Yumanita, *Bank Syariah: Gambaran Umum* (Jakarta: Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan (PPSK) BANK INDONESIA, 2005) h. 13

- Penyedia jasa perbankan, bank syariah menyediakan jasa keuangan, jasa non keuangan, dan jasa keagenan. Pelayanan jasa keuangan dilakukan dengan prinsip wakalah (pemberian mandat), kafalah (bank garansi), hiwalah (pinjaman dana talangan), sharf (jual beli valuta asing). Sementara pelayanan jasa non keuangan dalam bentuk wadi'ah yad dhamanah (safe deposit box) dan jasa pelayanan keagenan dengan prinsip mudharabah muqayyadah.

2. Badan sosial (maal)

Dimana bank syariah mempunyai fungsi sebagai pengelola dana sosial untuk penghimpunan dan penyaluran zakat, infak, dan sadaqah (ZIS), serta penyaluran qardul hasan (pinjaman kebajikan).

c. Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional

Tabel 2.1

Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional

	Bank Konvensional	Bank Syariah
Prinsip dasar operasional	<ul style="list-style-type: none"> • Bebas nilai prinsip materialis) • Uang sebagai komoditi • Bunga 	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak bebas nilai (prinsip syariah Islam) • Uang sebagai alat tukar dan bukan komoditi • Bagi hasil, jual beli, sewa
Orientasi	Keuntungan	Tujuan sosial-ekonomi Islam, keuntungan

Hubungan nasabah	Kreditor-debitor	Kemitraan
Organisasi pengawas	Dewan komisaris	Dewan pengawas syariah, Dewan syariah nasional, dewan komisaris
Lembaga penyelesaian sengketa	Pengadilan, Arbitrase	Pengadilan, Badan Arbitrase Syariah Nasional
Risiko usaha	<ul style="list-style-type: none"> • Risiko bank tidak terkait langsung dengan debtur, risiko debitur tidak terkait langsung dengan bank • Kemungkinan terjadi <i>negative spread</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Dihadapi bersama antara bank dan nasabah dengan prinsip keadilan dan kejujuran • Tidak mungkin terjadi <i>negative spread</i>
Investasi	Halal dan haram	Halal

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan salah satu acuan peneliti dalam melakukan penelitian, sehingga peneliti mendapatkan teori-teori dari penelitian sebelumnya. Penelitian terdahulu berupa jurnal-jurnal yang terkait dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Dalam penelitian Muspirawati (2022), “Pengaruh Pengetahuan dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Dusun Nelayan Desa Katoi Menabung Di Bank Syariah Indonesia”, menjelaskan tentang bagaimana pengetahuan dan lokasi dapat mempengaruhi minat masyarakat Dusun Nelayan Desa Katoi untuk menabung di bank syariah. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan

metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui angket, wawancara, dan dokumen. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa pengetahuan dan lokasi berpengaruh simultan terhadap minat menabung masyarakat. Perbedaan penelitian ini terletak pada obyek penelitian, variabel X yang digunakan yaitu pengetahuan dan lokasi sedangkan penelitian ini variabelnya kualitas pelayanan, lokasi, dan religiusitas.

Penelitian selanjutnya yang dilakukan Abdul dan Dita (2018), “Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, Dan Religiusitas Terhadap Minat Nasabah Untuk Menggunakan Produk Simpanan Pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah” menjelaskan tentang bagaimana pengaruh variabel pengetahuan, kualitas pelayanan, produk, dan religiusitas dapat mempengaruhi minat nasabah. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui angket, wawancara, dan dokumen. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa Variabel pengetahuan dan religiusitas mempengaruhi minat nasabah, sedangkan kualitas pelayanan dan produk tidak berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan produk simpanan. Perbedaan penelitian ini terletak pada variabel X yang digunakan adalah pengetahuan, kualitas pelayanan, produk, dan religiusitas, sedangkan penelitian ini variabel X yang digunakan adalah kualitas pelayanan, lokasi, dan religiusitas.

Penelitian selanjutnya Zakiyah dan Wahab (2022), “Pengaruh Literasi Keuangan, Financial Attitude, Lokasi, Dan Religiositas Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah”, menunjukkan bahwa secara parsial variabel literasi keuangan, financial attitude, lokasi, dan religiusitas berpengaruh signifikan dengan nilai f hitung 81,020 dengan sig. F = 0,000. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kuantitatif. Variabel literasi keuangan, financial attitude, lokasi, dan religiusitas sama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Perbedaan penelitian ini terletak pada variabel X yang digunakan adalah literasi keuangan, financial attitude,

lokasi, dan religiusitas, sedangkan penelitian ini variabel kualitas pelayanan, lokasi, dan religiuistas.

Penelitian selanjutnya yang dilakukan Endang (2019), “Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Bank BRI Syariah KCP Ngawi)”, menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menabung di bank syariah bukan hanya karena faktor lokasi dan kualitas pelayanannya saja, ada faktor yang yang mempengaruhi hal tersebut. Metode pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner, dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh negatif dan signifikan, sedangkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menabung di bank syariah.

Penelitian selanjutnya Rini (2021), “Analisis Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan Mahasiswa terhadap Minat Menabung di Bank Syariah pada Mahasiswa Universitas Sari Mulia”, menjelaskan bahwa untuk mengetahui pengaruh variabel religiusitas dan pengetahuan secara parsial terhadap minat menabung di bank syariah. Penelitian ini secara simultan berpengaruh signifikan dengan hasil F hitung sebesar 109,964 dan signifikansi sebesar 0,00. Perbedaan penelitian ini terletak pada obyek variabel X yang digunakan.

Penelitian selanjutnya Nur’aini, Jeni dan Khoirul (2019), “Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah Kota Malang (Studi Kasus pada Mahasiswa Banyuwangi di Kota Malang)”, menjelaskan bahwa bagaimana pengaruh tingkat religiusitas, pengetahuan, dan lingkungan sosial terhadap minat menabung mahasiswa. Teknik yang digunakan adalah simple random sampling, dengan metode penelitian kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel X berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.

Penelitian selanjutnya yang dilakukan Heni (2021), “Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung

Di Bank Syariah”, menyatakan bahwa secara simultan semua variabel berpengaruh signifikan pada keputusan menabung di bank syariah. Perbedaannya terletak pada variabelnya adalah religiusitas, pengetahuan, dan kualitas pelayanan, sedangkan penelitian ini variabelnya adalah kualitas pelayanan, lokasi, dan religiusitas.

Penelitian selanjutnya dilakukan Ufa (2021), “Pengaruh Produk dan Lokasi Terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah Indonesia KCP Polewali”, menjelaskan bahwa bagaimana pengaruh produk dan lokasi terhadap minat menabung masyarakat. Hasil penelitian ini bahwa semua variabel sama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat pada BSI KCP Polewali, dengan nilai $F_{hitung} 24,479 > F_{tabel} 2,36$ dan nilai signifikansi 0,000.

Penelitian selanjutnya yang dilakukan Oktaviani (2021), “Pengaruh Pengetahuan, Persepsi Masyarakat, Religiusitas, Produk, Reputasi, Kualitas Pelayanan, Dan Lokasi Bank Terhadap Minat Nasabah Dalam Memilih Menabung Pada Bank Syariah”, yang menjelaskan bahwa bagaimana pengaruh variabel pengetahuan, persepsi masyarakat, religiusitas, produk, reputasi, kualitas pelayanan, dan lokasi bank terhadap minat nasabah menabung di bank syariah. Hasil penelitian menunjukkan religiusitas dan persepsi masyarakat berpengaruh signifikan, sedangkan variabel pengetahuan, produk, reputasi, kualitas pelayanan, dan lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Perbedaannya terletak pada variabel yang digunakan, objek penelitian, dan tahun penelitian. Variabel dalam penelitian ini adalah kualitas pelayan, lokasi, dan religiusitas.

Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Dinda, Nur, dan Harun (2022), “Pengaruh Pengetahuan Nasabah, Religioucity, dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Menggunakan Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Malang)”, bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel pengetahuan nasabah, religiusitas, dan lingkungan sosial terhadap minat menabung. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian

korelasional dengan pengumpulan data yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Hasil penelitian ini secara simultan variabel pengetahuan nasabah, religiusitas, dan lingkungan sosial berpengaruh signifikan.

Penelitian selanjutnya oleh Nazaruddin Aziz dan Vito Shiga Hendrastyo (2019), “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada Bank Syariah Cabang Ulak Karang Kota Padang”, Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kausal, yaitu penelitian sebab akibat antara variabel kualitas pelayanan, kepercayaan, dan promosi terhadap minat menabung nasabah di bank syariah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan dan kepercayaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah. Sedangkan variabel promosi berpengaruh signifikan dengan nilai signifikansinya sebesar 0,002.

Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Th. Susetyarsi, Jefri Heridiansyah, dan Purnomo Ari Wibowo (2022), “Pengaruh Bagi Hasil, Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus pada Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Ungaran)”, menjelaskan bahwa bagaimana pengaruh bagi hasil, produk, dan kualitas pelayanan terhadap minat nasabah dalam menabung di bank syariah. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode kuesioner pada nasabah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel bagi hasil, produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.

Tabel 2.2**Penelitian Terdahulu**

No.	Nama Peneliti	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Muspirawati (2022)	X1. Pengetahuan X2. Lokasi Y. Minat Menabung	Pengetahuan dan Lokasi berpengaruh simultan terhadap minat menabung masyarakat.
2.	Abdul dan Dita (2018)	X1. Pengetahuan X2. Kualitas Pelayanan X3. Produk X4. Religiusitas Y. Minat	Variabel pengetahuan dan religiusitas mempengaruhi minat nasabah, sedangkan kualitas pelayanan dan produk tidak berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan produk simpanan
3.	Zakiyah dan Wahab (2022)	X1. Literasi keuangan X2. Financial attitude X3. Lokasi X4. Religiusitas Y. Minat menabung	Variabel literasi keuangan, financial attitude, lokasi, dan religiusitas sama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah
4.	Endang Sriwahyuni (2019)	X1. Lokasi X2. Kualitas Pelayanan Y. Keputusan Menabung	Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh negatif dan signifikan, sedangkan kualitas pelayanan

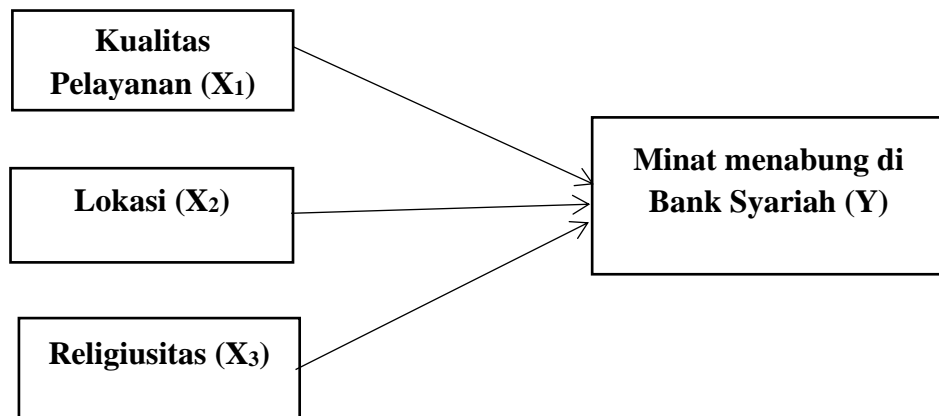
			berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menabung di bank syariah
5.	Rini Agustina (2021)	X1. Religiusitas X2. Pengetahuan Y. Minat	Pengaruh variabel religiusitas dan pengetahuan secara parsial terhadap minat menabung di bank syariah. Penelitian ini secara simultan berpengaruh signifikan.
6.	Nur'aini (2019)	X1. Religiusitas X2. Pengetahuan X3. Lingkungan sosial Y. Minat	Secara parsial semua variabel X berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah
7.	Heni (2020)	X1. Religiusitas X2. Pengetahuan X3. Kualitas pelayanan Y. Minat	Secara simultan semua variabel berpengaruh signifikan pada keputusan menabung di bank syariah
8.	Ufa (2021)	X1. Produk X2. Lokasi Y. Minat	Hasil penelitian ini bahwa semua variabel sama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat
9.	Oktaviani (2021)	X1. Pengetahuan X2. Persepsi masyarakat X3. Religiusitas	Hasil penelitian menunjukkan religiusitas dan persepsi masyarakat

		X4. Produk X5. Reputasi X6. Kualitas pelayanan X7. Lokasi bank Y. Minat	berpengaruh signifikan, sedangkan variabel pengetahuan, produk, reputasi, kualitas pelayanan, dan lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah
10.	Dinda (2022)	X1. Pengetahuan nasabah X2. Religiusitas X3. Lingkungan sosial Y. Minat	Secara simultan variabel pengetahuan nasabah, religiusitas, dan lingkungan sosial berpengaruh signifikan
11.	Nazaruddin (2019)	X1. Kualitas Pelayanan X2. Kepercayaan X3. Promosi Y. Minat	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan dan kepercayaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah. Sedangkan variabel promosi berpengaruh signifikan.
12.	Susetyarsi (2022)	X1. Bagi Hasil X2. Produk X3. Kualitas Pelayanan Y. Minat Menabung	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua variable secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.

2.3 Kerangka Teori

Dari penjabaran teori masing-masing variabel diatas, maka kerangka pemikiran teoritik penelitian dijelaskan pada gambar dibawah ini:

Gambar 1.1
Kerangka Pemikiran Teoritik



Keterangan:

X_1, X_2, X_3 : Variabel Independen

Y : Variabel Dependen

→ : Hubungan Antar Variabel

2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara peneliti terhadap permasalahan yang sedang diteliti. Dikatakan jawaban sementara karena jawaban hanya didasarkan pada teori-teori blum didasarkan pada fakta-fakta empiris. Dalam merumuskan hipotesis pernyataannya harus mencerminkan adanya hubungan antara dua variabel atau lebih.⁴⁰

Berdasarkan kerangka pemikiran teoritik, maka hipotesis pada penelitian ini adalah:

⁴⁰ Fenti Hikmawati, *Metodologi Penelitian* (Depok: Raja Grafindo Persada, 2020) hlm. 16

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah

Menurut Heni (2020) pelayanan merupakan proses pemenuhan kebutuhan seseorang melalui aktivitas orang lain yang dilakukan secara langsung. Kualitas pelayanan merupakan kunci kemenangan bank dalam persaingan antar industri, dimana nasabah akan merasa puas apabila diberikan pelayanan yang baik oleh bank. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Karena apabila kualitas yang diberikan oleh bank baik, maka semakin tinggi minat nasabah untuk menabung di bank syariah.⁴¹

Dari hasil penelitian Winda dan A Syatir (2021) menunjukkan bahwa nilai t hitung variabel kualitas pelayanan sebesar 4.748 dengan taraf signifikan 0.000 lebih kecil dari 0,05. Pengujian ini membuktikan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat.⁴²

Sejalan dengan peneliti Nurudin dan Hilda (2021) kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank syariah sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dan memberikan dorongan untuk nasabah agar memiliki ikatan atau hubungan yang kuat dengan bank. Maka semakin tinggi kualitas pelayanan maka akan semakin tinggi pula minat masyarakat.⁴³

⁴¹ Heni Purwaningsih, *Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Bank Syariah*, Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta, 2020, h. 9

⁴² Winda dan A Syatir Sofyan, *Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Kualitas Pelayanan, dan Promosi terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah Indonesia KCP Sidrap*, Jurnal AT TAWAZUN, No. 3, 2021, h. 36

⁴³ Nurudin dan Hilda Alfaatin Mila Ulwiya, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Persepsi Reliabilitas Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah Indonesia*, Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah, 2021, h. 143

H_1 = Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah.

2. Pengaruh Lokasi Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah

Lokasi merupakan tempat dimana terjadinya kegiatan pengoperasian produk-produk bank serta pengendalian perbankan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Pemilihan lokasi bank harus dilakukan secara hati-hati dan tepat sasaran. Lokasi yang strategis akan mempengaruhi tercapainya tujuan bank syariah, karena nasabah tidak mengorbankan banyak waktu dan energi. Menurut Zakiyah dan Abdul (2022) lokasi bank berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Semakin strategis lokasi bank syariah akan meningkatkan minat menabung nasabah⁴⁴

Hasil penelitian Tika (2022), diketahui nilai t hitung (4,114) lebih besar dari t tabel (1,984) berarti bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y (minat) dengan tingkat signifikansi $0,00 < 0,05$.⁴⁵ Dalam penelitian Endang (2019), variabel lokasi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan menabung di Bank Syariah.

H_2 = Lokasi berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah.

3. Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah

Religiusitas merupakan sejauh mana keyakinan seseorang memiliki prinsip-prinsip dan nilai-nilai keagamaan terhadap Tuhan-Nya dalam

⁴⁴ Zakiyah dan Abdul Wahab, *Pengaruh Literasi Keuangan, Financial Attitude, Lokasi, dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah*, Wahana Islamika: Jurnal Studi Keislaman, 8.2, 2022, h. 140

⁴⁵ Tika Andriani, *Pengaruh Pengetahuan Masyarakat, Sosialisasi, dan Lokasi Bank Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah*, Skripsi, FEBI, UIN Walisongo Semarang, 2022, h.

kepemilikan dan praktiknya. Oleh karena itu, religiusitas seringkali mengacu pada unsur-unsur keagamaan yang diterima dan dipelajari seseorang dalam hatinya.⁴⁶ Bank syariah memberlakukan prinsip syariah untuk masyarakat muslim dalam hal menghindarkan riba yang dilakukan oleh bank konvensional. Dengan prinsip bagi hasil dan keyakinan agama seseorang, menabung di bank syariah merupakan alternatif halal dan tepat untuk masyarakat.

Menurut Ocktaviani (2022) religiusitas memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat.⁴⁷ Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Eva, Husni, dkk. (2021) bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.⁴⁸ Hasil penelitian Al Ma'is (2022) variabel religiusitas berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah. Penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas yang dimiliki, maka semakin berminat untuk menabung di bank syariah.⁴⁹

H₃ = Religiusitas berpengaruh positif terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah.

⁴⁶ Fajar Sodik, et. al. *Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah*, Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah, 4.2, 2022, h. 128

⁴⁷ Ocktaviani Faradila K, *Analisa Pengaruh Pengetahuan, Persepsi Masyarakat, Religiusitas, Produk, Reputasi, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi Bank Terhadap Minat Nasabah Dalam Memilih Menabung Pada Bank Syariah*, Skripsi, FEB, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2021, h. 7

⁴⁸ Eva Mardiana, Husni, dkk., *Analisis Religiusitas Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Kota Pekanbaru*, Jurnal Tabaru' : Islamic Banking and Finance, 4.2, 2021, h. 518

⁴⁹ Al Ma'is, *Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Pelayanan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah*, Skripsi, FEBI, UIN Walisongo Semarang, 2022, hlm. 61

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Metode Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan *field research* (penelitian lapangan) dengan pendekatan kuantitatif. Merupakan penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis bersifat statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.⁵⁰ Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan data yang objektif dan valid.

Penelitian yang digunakan adalah metode survey. Merupakan metode yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu, dengan melakukan pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, test, wawancara terstruktur dan sebgainya.⁵¹

Pendekatan ini dilakukan dengan beberapa tahapan, yaitu pertama dengan menyebar pertanyaan/kuesioner kepada responden yang menjadi sampel dalam penelitian. Selanjutnya data yang dikumpulkan berbentuk angka akan diolah dan dianalisis menggunakan teknik statistik.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari subjek atau objek yang memiliki kualitas dan karakteristik untuk dijadikan sampel dalam penelitian guna menjawab pertanyaan dari permasalahan yang diteliti yang kemudian ditarik sebuah kesimpulannya.⁵² Populasi

⁵⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019) h. 8

⁵¹ Sugiyono, h. 6

⁵² Sugiyono, h. 80

dalam penelitian ini merupakan semua masyarakat Desa Gondang Kecamatan Cepiring Kabupaten Kendal yang berjumlah 8.926.

3.2.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel bersumber dari individu yang dipilih pada populasi yang mewakili.⁵³ Pada penelitian ini teknik yang digunakan untuk pengambilan sampel adalah *probability sampling*, merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang bagi setiap anggota populasi untuk menjadi anggota sampel.⁵⁴ Pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan secara acak dengan menggunakan teknik simple random sampling.

Dalam menentukan jumlah sampel yang akan diteliti, maka peneliti menggunakan rumus slovin, rumusnya yaitu:

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

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = tingkat eror (batas ketelitian) yang diinginkan karena pengambilan sampel

⁵³ *Ibid*, h. 81

⁵⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019)

Berikut merupakan perhitungan sampel dengan tingkat eror 10% :

$$\begin{aligned}n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\&= \frac{3.796}{1 + 3.796 (0,1)^2} \\&= \frac{3.796}{1 + 3.796 (0,1)} \\&= \frac{3.796}{1 + 37,96} \\&= \frac{3.796}{38,96} \\&= 97,4\end{aligned}$$

Berdasarkan data yang diperoleh masyarakat Desa Gondang yang berjumlah 3.796 jiwa, maka jumlah sampel yang diteliti adalah 97 orang. Untuk mempermudah penelitian maka jumlah sampel dibulatkan menjadi 100 orang dari masyarakat Desa Gondang.

3.3 Metode Pengumpulan Data

3.3.1 Data Primer

Data primer bersumber dari data atau informasi pertama, yaitu responden. Data atau informasi diperoleh melalui wawancara langsung atau menggunakan pertanyaan tertulis dengan menggunakan penyebaran kuesioner kepada responden.⁵⁵ Penyebaran kuesioner pada penelitian ini adalah masyarakat Desa Gondang Kecamatan Cepiring Kabupaten Kendal. Kuesioner berisi identitas responden serta pertanyaan-pertanyaan yang telah disusun peneliti untuk mendapatkan informasi dari masyarakat Desa Gondang Kecamatan Cepiring

⁵⁵ Fenti Hikmawati, *Metodologi Penelitian* (Depok: Raja Grafindo Persada, 2020) h. 18

Kabupaten Kendal mengenai kualitas pelayanan, lokasi, dan religiusitas terhadap minat menabung di bank syariah.

3.3.2 Data Sekunder

Sebuah data yang bersumber bukan dari pertama yang secara tidak langsung untuk menjawab masalah yang diteliti. Data sekunder juga dikenal dengan data studi kepustakaan, misalnya berupa buku-buku, jurnal, dokumen resmi, dan data dokumentasi.⁵⁶

3.4 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel Penelitian

3.4.1 Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari subjek, objek, dan kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan peneliti untuk diteliti kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan variabel-variabel berikut:⁵⁷

a. Variabel Independen

Variabel ini sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel independen atau variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab berubahnya atau timbulnya variabel terikat. Dalam penelitian ini variabel independennya adalah Kualitas Pelayanan (X1), Lokasi (X2), dan Religiusitas (X3).

b. Variabel Dependen

Variabel ini sering disebut sebagai variabel terikat, variabel output. Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel dependennya adalah minat menabung di bank syariah (Y).

⁵⁶ Fenti Hikmawati, h. 19

⁵⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, h. 38-39

3.4.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional merupakan definisi yang menjadikan variabel yang sedang diteliti bersifat operasional dalam pengukuran variabel tersebut. Definisi operasional memungkinkan sebuah konsep yang bersifat abstrak dijadikan suatu yang operasional sehingga memudahkan peneliti dalam melakukan pengukuran.⁵⁸

Adapun definisi operasional masing-masing variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel Penelitian

No.	Varibel	Definisi	Indikator
1.	Kualitas Pelayanan (X1)	Kualitas pelayanan merupakan suatu perbuatan yang membantu atau memenuhi kebutuhan pelanggan sesuai dengan yang diharapkan.	a. Bukti fisik (<i>Tangibles</i>) b. Keandalan (<i>Realibility</i>) c. Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>) d. Jaminan atau kepastian (<i>Assurance</i>) e. Empati (<i>Empathy</i>) (Parasuraman, 1988)
2.	Lokasi (X2)	Lokasi bank merupakan tempat dimana pengoperasian produk-produk perbankan serta	a. Akses b. Visibilitas c. Tempat parkir yang luas

⁵⁸ Jonathan Sarwono, Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif (Yogyakarta: Graha Ilmu) hlm. 27

		pusat pengendalian perbankan.	d. Lingkungan e. Ekspansi (Wahjono & I. Sentot, 2010)
3.	Religiusitas (X3)	Religiusitas merupakan keyakinan atas pemahaman seseorang mengenai ketaatan kepada tuhan-Nya yang berpengaruh pada kehidupan sehari-hari.	a. Keyakinan terhadap agama b. Praktik agama c. Pengetahuan tentang agama d. Pengalaman religius dalam kehidupan sehari-hari e. Penghayatan (Glock & Stark, 1964)
4.	Minat Menabung (Y)	Minat merupakan dorongan dari dalam seseorang yang mengarahkan pada pilihan tertentu.	a. Tertarik untuk mencari informasi produk b. Ingin mengetahui lebih tentang produk c. Tertarik untuk mencoba produk d. Mempertimbangkan untuk membeli produk (Yulia, Ani, dkk., 2019)

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam teknik pengambilan data pada penelitian ini, peneliti menggunakan data dari :

a) Kuesioner (angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan daftar pertanyaan-pertanyaan kepada responden untuk mendapatkan suatu informasi yang dibutuhkan. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila jumlah responden cukup besar dan tersebar pada wilayah yang luas. Dalam kuesioner pertanyaan bisa dilakukan secara langsung maupun online.⁵⁹

Adapun penelitian dalam kuesioner menggunakan pengukuran skala likert. Jawaban dari setiap pertanyaan dalam skala likert memiliki tingkat preferensi yang berbeda-beda, mulai dari sangat positif sampai sangat negatif. Untuk keperluan pengujian secara kuantitatif pada SPSS maka setiap jawaban diberi skor dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 3.2
Skala Likert

Simbol	Keterangan	Nilai
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

⁵⁹ Anak Agung Putu Agung dan Anik Yuesti, *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* (Yogyakarta: ABPUBLISHER, 2017)h. 87

b) Dokumentasi

Teknik dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan secara tidak langsung yang ditujukan pada subjek penelitian dan dilakukan dengan tujuan mengumpulkan data berupa catatan atau gambar yang dapat memberikan informasi yang dibutuhkan. Dokumentasi yang digunakan dapat berupa tulisan, gambar, hasil observasi, laporan tahunan, dan lainnya.⁶⁰

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Uji Instrumen Data

a. Uji Validitas

Validitas merupakan instrumen yang digunakan untuk mengukur valid tidaknya kuesioner. Pengukuran validitas diselesaikan dengan menguji tingkat signifikan yang jika variabel tersebut valid, nilainya signifikannya tidak lebih dari $< 5\%$. Suatu item dinyatakan valid apabila nilai r hitung $\geq r$ tabel, dan apabila r hitung $< r$ tabel maka data dinyatakan tidak berkorelasi signifikan atau tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan tingkat kekuatan suatu alat pengukuran yang dapat diandalkan. Uji reliabilitas bertujuan untuk menetapkan apakah suatu instrumen yang dalam hal ini kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama akan menghasilkan data yang konsisten. Dengan kata lain, reliabilitas merupakan instrumen yang mencirikan tingkat konsistensi.⁶¹ Sebuah variabel seharusnya reliabel apabila nilai yang dihasilkan oleh *cronbach Alpha* $> 0,60$.

⁶⁰ Anak Agung Putu Agung dan Anik Yuesti, *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* (Yogyakarta: ABPUBLISHER, 2017), h. 91

⁶¹ Agus Tri Basuki, *Analisis Statistik Dengan SPSS* (Yogyakarta: Danisa Media, 2018) h. 73

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas adalah untuk menguji apakah dalam regresi, data variabel dependen dan independen yang dipakai mempunyai distribusi normal atau tidak. Penelitian yang baik yaitu data yang di distribusikan normal. Apabila anggapan ini diabaikan, maka pengujian statistik ini menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Dalam penelitian ini akan menggunakan statistik One Sample Kolmogorov-Smirnov test dengan pedoman mengambil taraf signifikansi 5% (0,05). Apabila data berdistribusi normal dilihat dari :⁶²

- Nilai signifikansi $> 0,05$, maka distribusi normal
- Nilai signifikansi $< 0,05$, maka distribusi tidak normal

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas ini bertujuan untuk menguji apakah ada korelasi antar variabel independen dalam model regresi. Jika terjadi korelasi dinamakan terjadi masalah multikolinieritas. Penelitian yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel tersebut tidak orthogonal. Variabel orthogonal yakni variabel independen yang nilai korelasi antar semua variabel independen sama dengan nol (0). Jika nilai VIF (*variabel inflation Factor*) $<$ dari 10 maka tidak terjadi masalah multikolinieritas, dan jika nilai VIF $>$ 10 maka terjadi masalah multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi terdapat ketidaksamaan varian secara residual

⁶² Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik SPSS 16.0* (Jakarta: Prestasi Pustaka, 2009)h. 96

dari sebuah pengamatan lain yang tetap. Dari penggunaan uji glejser ini akan menunjukkan variabel independen signifikan mempengaruhi variabel dependen yang dapat terjadi indikasi heteroskedastitas, tetapi jika probabilitas signifikasinya menunjukkan nilai diatas 5% maka pada model regresi tersebut tidak terjadi heteroskedastitas dapat diketahui dengan cara melihat grafik plot antar prediksi variabel dependen (ZPRED) dengan residualnya (ZRESID). Model regresi yang baik adalah jika tidak terjadi heteroskedastitas.

3.6.3 Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda adalah sebuah alat untuk analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi atau hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih dengan suatu variabel terikat.⁶³ Analisis berganda dilakukan untuk menganalisis hubungan antara faktor-faktor yang mempengaruhi Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Religiusitas (X) terhadap minat menabung (Y). Adapun rumus persamaan regresi yaitu sebagai berikut:

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

Keterangan :

Y = Minat Menabung

X₁ = Kualitas Pelayanan

X₂ = Lokasi

X₃ = Religiusitas

b = Koefisien regresi

a = konstanta

e = *error*

⁶³ Sambas Ali dan Maman Abdurrahman, *Analisis Korelasi Regresi, dan Jalur Dalam Penelitian* (Bandung: CV. Pustaka, 2009)h. 198

3.6.4 Uji Hipotesis

a. Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)

Uji koefisiensi determinasi (R^2) digunakan untuk melihat seberapa besar presentase pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Apabila koefisiensi determinasi (R^2) semakin mendekati angka 1 maka model regresi sudah tepat sebagai model penduga terhadap variabel dependen.

b. Uji T

Uji T adalah suatu uji hipotesis terhadap koefisien regresi parsial yang digunakan untuk melihat pengaruh masing-masing variabel bebas secara individu terhadap variabel terikatnya.

1. Apabila t hitung lebih kecil dari t tabel maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya masing-masing variabel kualitas pelayanan, lokasi, dan religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat Desa Gondang Kecamatan Cepiring Kabupaten Kendal.
2. Apabila t hitung lebih besar dari t tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya masing-masing variabel kualitas pelayanan, lokasi, dan religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat Desa Gondang Kecamatan Cepiring Kabupaten Kendal.

c. Uji F

Uji F digunakan untuk menentukan signifikan atau tidaknya suatu variabel bebas secara bersama-sama (simultan) dalam mempengaruhi variabel terikatnya. Uji F dapat dilakukan dengan melihat cara menghitung nilai F tabel dan F hitung, jika F hitung $>$ F tabel maka H_0 ditolak, jika F hitung $<$ F tabel maka H_0 diterima atau dengan melihat nilai probabilitas, jika angka signifikan $<$ 0,05 maka H_0 ditolak, jika angka signifikan $>$ 0,05 maka H_0 diterima.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Penelitian

4.1.1 Sejarah Desa Gondang

Desa Gondang dahulunya merupakan dua desa yang berbeda yaitu Desa Gondang dan Desa Pecarikan. Nama desa Gondang berasal dari Keong Gondang, sebuah keong besar yang melintasi Sungai Blukar dan berhenti di tempat berdirinya dibangunnya Masjid Al- Hasan. Sejak saat itu, Kawasan Gondang yang saat itu masih menjadi bagian dari desa Karangsono dan Pakeongan dikenal dengan nama tersebut. Sejak itulah banyak orang yang menjadikan kawasan Gondang sebagai tempat tinggal mereka. Masyarakat di wilayah Gondang meminta kepada Bupati atau Tumenggung untuk menyediakan seorang pemimpin yang dapat membimbing dan menasehati masyarakat dalam beragama. Menanggapi hal tersebut, Bupati/Tumenggung Kendal mengangkat Kyai Hasan, seorang ulama untuk menjadi penyuluh agama bagi masyarakat desa Gondang.

Desa Pecarikan sendiri didirikan oleh Mbah Carik yang menjabat sebagai pemimpin desa. Beliau dibantu oleh Ulama Kyai Dahlan, yang kemudian membangun masjid yang kini dikenal dengan nama Masjid Al-Falah, yang merupakan sebagai tempat menyebarkan agama dan mengadakan pertemuan-pertemuan social. Kemampuan Kyai Dahlan untuk menginspirasi masyarakat di bawah bimbingannya memungkinkan beliau untuk memperluas penyebaran Islam dengan cepat. Kemudian Kyai Dahlan merantau ke Arab Saudi untuk memperdalam ilmu

agamanya, yang kemudian diteruskan oleh muridnya Kyai Ghozali yang sampai saat ini masih diperingati haulnya.

Pada tahun 1907, seorang pemuda Desa Gondang bernama Dadak memulai rencana untuk menggabungkan dua desa yaitu Desa Gondang dan Desa Pecarikan menjadi satu. Pada saat itu, hanya Desa Gondang dan Desa Pecarikan yang dipisahkan oleh jalan raya Daendles. Maka sejak itu dua desa tersebut menjadi satu desa yang biasa disebut sebagai Desa Gondang yang pemerintahannya dipusatkan di Desa Pecarikan dan kemudian dibangunlah Balai Desa di tanah milik Mbah Jeman dan dipililah Kepala Desa Gondang yaitu Dadak (Lurah Dadak). Dalam masa kepimimpinannya Kepala Desa Dadak dibantu Mbah Jeman dengan membangun pusat perekonomian utama desa, yaitu Pasar Kliwon. Namun akhirnya pasar tersebut direlokasi di Desa Cepiring dan bekas Pasar Kliwon berubah fungsi menjadi pusat Pendidikan dengan dibangunnya Sekolah Dasar.

4.1.2 Kondisi Geografis Desa Gondang

Desa Gondang merupakan salah satu dari 15 desa di kecamatan cepiring dengan luas wilayah 1,4 km.

1. Sebelah utara berbatasan dengan Desa Lebosari
2. Sebelah selatan berbatasan dengan Desa Botomulyo
3. Sebelah barat berbatasan dengan Desa Truko
4. Sebelah timur berbatasan dengan Desa Karangayu

Desa Gondang merupakan daratan rendah yang dikelilingi persawahan dan perkebunan. Desa Gondang memiliki kondisi tanah yang subur. Berdasarkan data yang diperoleh di kantor desa, Desa Gondang terbagi dengan dua dusun dengan jumlah penduduk 1.228 jiwa.

4.1.3 Visi dan Misi Desa Gondang

a. Visi

Bekerja melayani masyarakat Desa Gondang dilandasi dengan niat ibadah. Demi terwujudnya masyarakat yang sejahtera dan berakhlak mulia.

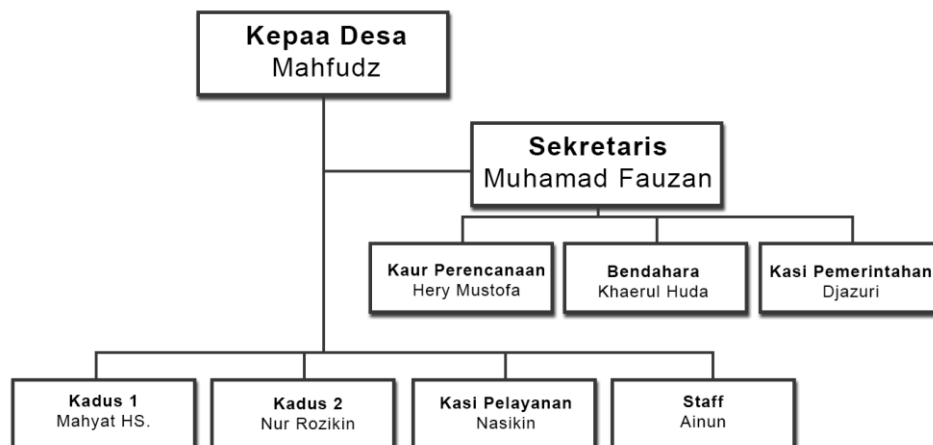
b. Misi

1. Meningkatkan pelayanan masyarakat secara maksimal
2. Mewujudkan pemerintahan Desa Gondang yang transparan
3. Mengoptimalkan kinerja pemerintahan Desa Gondang sesuai dengan tupoksinya berdasarkan perundang-undangan yang berlaku
4. Meningkatkan sinergitas ulama dan umaro'
5. Mewujudkan masyarakat Gondang yang aman & harmonis

4.1.4 Struktur Pemerintahan

Gambar 4.1

Struktur Pemerintahan Desa Gondang



4.2 Hasil Analisis Data

4.2.1 Deskripsi Objek Penelitian

Penelitian ini, pengamilan data yang dilakukan oleh peneliti menggunakan kuesioner yang disebarkan kepada responden yaitu masyarakat Desa Gondang. Sampel yang digunakan dalam menguji hipotesis sebanyak 100 responden. Penyebaran pertama yaitu sebanyak 30 responden untuk menguji valid dan reliabel, dan kemudian dilanjutkan dengan penyebaran kuesioner kepada 70 responden yang telah ditentukan. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel independent yaitu kualitas pelayanan, lokasi dan religiusitas. Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat menabung di bank syariah.

Penelitian ini dilakukan dengan mengetahui latar belakang responden. Adapun klasifikasi responden diantaranya adalah jenis kelamin, umur, pendidikan terakhir, pekerjaan, dan penghasilan. Distribusi sampel bisa dilihat pada table berikut:

Tabel 4.1
Distribusi Sampel

Keterangan	Jumlah	Presentase
Kuesioner yang diterima	100	100%
Kuesioner yang digunakan	100	100%

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa total kuesioner yang diterima oleh peneliti berjumlah 100 responden. Sedangkan untuk menentukan sampel sesuai rumus yang digunakan, maka kuesioner yang dianalisis sejumlah 100 responden.

Tabel 4.2

Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-laki	38	38%
Perempuan	62	62%
Total	100	100%

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa klasifikasi responden berdasarkan jenis kelamin yang menjadi sampel penelitian ini yaitu laki-laki sebanyak 38 responden dan perempuan sebanyak 62 responden. Dengan demikian dapat dilihat bahwa responden yang menjadi sampel pada penelitian ini dengan jenis kelamin perempuan lebih banyak daripada laki-laki.

Tabel 4.3

Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur

Umur	Jumlah	Presentase
17 – 25	29	29%
26 – 35	28	28%
36 – 55	25	25%
>55	18	18%
Total	100	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa klasifikasi responden berdasarkan umur yaitu pada umur 17-25 tahun sebanyak 29 responden, umur 26-35 tahun sebanyak 28 responden, umur 36-55 tahun sebanyak 25 responden, dan umur >55 tahun sebanyak 18 responden.

Tabel 4.4

Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Jumlah	Presentase
SD	19	19%
SMP	18	18%
SMA/K	51	51%
Diploma	0	0
S1	12	12%
S2	0	0
Total	100	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa klasifikasi responden yang berpendidikan SD sebanyak 19 responden, untuk pendidikan SMP sebanyak 18 responden, pendidikan SMA/K sebanyak 51 responden, dan pendidikan S1 sebanyak 12 responden. Sedangkan responden yang berpendidikan Diploma dan S2 tidak ada, artinya bisa disimpulkan bahwa responden mayoritas berpendidikan SMA/K.

Tabel 4.5

Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Presentase
Pelajar/Mahasiswa	19	19%
PNS	7	7%
Wiraswasta	29	29%
Buruh	3	3%
Petani	13	13%

Pedagang	22	22%
Lainnya	7	7%
Total	100	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa klasifikasi responden pada pekerjaan pelajar/mahasiswa sebanyak 19 responden, PNS sebanyak 7 responden, wiraswasta 29 responden, buruh 3 responden, petani 13 responden, pedagang 22 responden, dan pekerjaan lainnya sebanyak 7 responden. Sehingga dapat disimpulkan bahwa wiraswasta merupakan mayoritas responden penelitian ini.

Tabel 4.6

Klasifikasi Responden Berdasarkan Penghasilan

Penghasilan	Jumlah	Presentase
< 2 Juta	57	57%
2 – 5 Juta	43	3%
6 – 10 Juta	0	0
> 10 Juta	0	0
Total	100	100%

Berdasarkan data di atas dapat dilihat bahwa klasifikasi responden berdasarkan penghasilan yaitu mayoritas penghasilan > 2 Juta sebanyak 57 responden, dan penghasilan 2-5 Juta sebanyak 43 responden.

4.3 Teknik Analisis Data

4.3.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui deskripsi dari masing-masing variabel, seperti mean, median, nilai maksimum, minimum, dan standar deviasi. Variabel dari penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X1), lokasi (X2), religiusitas (X3), dan minat (Y). berikut ini hasil analisis deskriptif variabel dalam penelitian ini:

Tabel 4.7
Hasil Analisis Deskriptive

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Pelayanan	100	15	23	20.49	1.795
Lokasi	100	15	24	19.69	2.219
Religiusitas	100	14	23	18.95	2.037
Minat	100	13	24	19.55	2.226
Valid N (listwise)	100				

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif diatas dapat diketahui bahwa nilai mean (rata-rata), nilai maksimum, nilai minimum, dan standar deviasi dengan penjelasan seperti berikut:

a. Kualitas Pelayanan

Bisa dilihat dari tabel diatas bahwa variabel pengetahuan (X1) nilai mean (rata-rata) sebesar 20,49, nilai minimum sebesar 15, nilai maksimum sebesar 23, dan standar deviasi sebesar 1,795.

b. Lokasi

Bisa dilihat dari tabel diatas bahwa variabel lokasi (X2) nilai mean (rata-rata) sebesar 19,69, nilai minimum sebesar 15, nilai maksimum sebesar 24, dan standar deviasi sebesar 2,219.

c. Religiusitas

Bisa dilihat dari tabel diatas bahwa variabel religiusitas (X3) nilai mean (rata-rata) sebesar 18,95, nilai minimum sebesar 14, nilai maksimum sebesar 23, dan standar deviasi sebesar 2,037.

d. Minat

Bisa dilihat dari tabel diatas bahwa variabel minat (Y) nilai mean (rata-rata) sebesar 19,55, nilai minimum sebesar 13, nilai maksimum sebesar 24, dan standar deviasi sebesar 2,226.

4.4 Metode Analisis

4.4.1 Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur seberapa valid atau tidaknya suatu pertanyaan yang disusun pada kuesioner untuk mewakili objek yang diamati. Kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan dalam kuesioner tersebut dapat menjelaskan sesuatu yang sedang diukur. Uji validitas dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada 30 sampel responden pertama.

Pengambilan keputusan uji validitas menggunakan dasar sebagai berikut:

- 1) $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ artinya angket valid
- 2) $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ artinya angket tidak valid
- 3) nilai signifikansi $< 0,05$ artinya angket valid
- 4) nilai signifikansi $> 0,05$ artinya angket tidak valid

Rumus dalam menentukan r tabel adalah :

$r \text{ tabel} = N - 2$ $r \text{ tabel} = 100 - 2$ $r \text{ tabel} = 98 (0,1966)$ Nilai signifikansi 5 % = 0,05
--

Hasil uji validitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8

Uji Validitas dengan r tabel

No.	Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)				
1.	X1.1	0,574	0,1966	VALID
2.	X1.2	0,550	0,1966	VALID
3.	X1.3	0,670	0,1966	VALID
4.	X1.4	0,456	0,1966	VALID
5.	X1.5	0,678	0,1966	VALID
Lokasi (X2)				
1.	X2.1	0,676	0,1966	VALID
2.	X2.2	0,816	0,1966	VALID
3.	X2.3	0,721	0,1966	VALID
4.	X2.4	0,458	0,1966	VALID
5.	X2.5	0,615	0,1966	VALID
Religiusitas (X3)				
1.	X3.1	0,487	0,1966	VALID

2.	X3.2	0,689	0,1966	VALID
3.	X3.3	0,590	0,1966	VALID
4.	X3.4	0,690	0,1966	VALID
5.	X3.5	0,579	0,1966	VALID
6.	X3.6	0,424	0,1966	VALID
Minat (Y)				
1.	Y1.1	0,805	0,1966	VALID
2.	Y1.2	0,667	0,1966	VALID
3.	Y1.3	0,490	0,1966	VALID
4.	Y1.4	0,514	0,1966	VALID
5.	Y1.5	0,731	0,1966	VALID
6.	Y1.5	0,765	0,1966	VALID

Berdasarkan hasil dari tabel di atas, menunjukkan bahwa semua pertanyaan di kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini yang terdiri dari variabel kualitas pelayanan, lokasi, religiusitas, dan minat menunjukkan bahwa nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji suatu angket atau kuesioner yang merupakan indikator variabel dalam penelitian. Pertanyaan dari kuesioner dikatakan reliabel apabila nilai yang dihasilkan oleh *cronbach Alpha* $>0,60$. Uji reliabilitas dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada 30 sampel responden pertama.

Tabel 4.9
Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Critical Value	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,503	0,60	RELIABEL
Lokasi	0,600	0,60	RELIABEL
Religiusitas	0,596	0,60	RELIABEL
Minat	0,749	0,60	RELIABEL

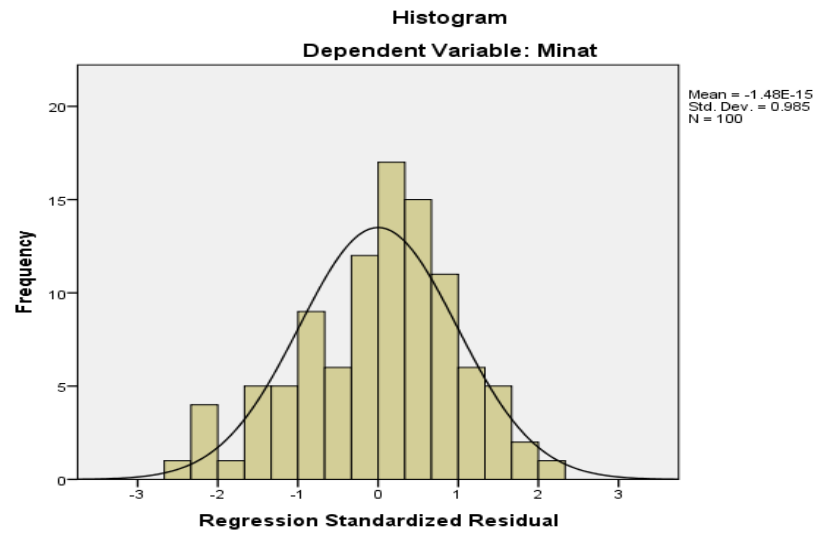
Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa hasil dari uji reliabilitas masing-masing variabel semua menunjukkan hasil lebih dari 0,60. Nilai Cronbach alpha variabel kualitas pelayanan sebesar 0,503, variabel lokasi sebesar 0,600, variabel lokasi sebesar 0,596, dan variabel minat sebesar 0,749. Maka dapat diketahui bahwa kuesioner penelitian ini reliabel sehingga dapat digunakan sebagai alat pengumpul data.

4.4.2 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

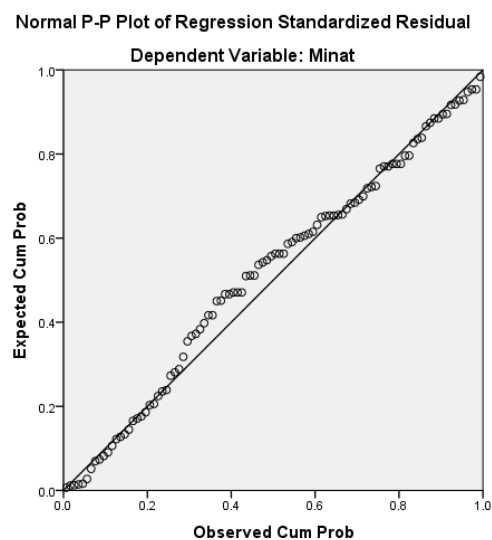
Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi, variabel pengganggu atau residu mempunyai distribusi normal. Sehingga pemilihan statistic dapat dilakukan dengan tepat. Dikatakan normal apabila nilai tingkat signifikannya $> 0,05$ begitu juga sebaliknya. Dapat dilihat pada gambar di bawah ini.

Gambar 4.2
Histogram Uji Normalitas



Gambar di atas menunjukkan bahwa pola histogram terbentuk dan tidak menceng (*skewness*), maka penelitian tersebut variabel terdistribusi normal.

Gambar 4.3
Uji Normalitas P_Plot



Berdasarkan gambar di atas hasil uji normal p_plot menunjukkan bahwa titik-titik mengikuti garis diagonal, sehingga dapat dikatakan bahwa distribusi data penelitian ini dapat dikatakan normal.

Sedangkan hasil untuk memastikan normalitas variabel dapat menggunakan Uji Statistik Komogrof Smirnov (k-s) sebagai berikut:

Tabel 4.10
Uji Normalitas One Sampel K-S

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.16196433
Most Extreme Differences	Absolute	.089
	Positive	.035
	Negative	-.089
Test Statistic		.089
Asymp. Sig. (2-tailed)		.047 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Dalam pengambilan hasil uji *One Sample Kologrof Smirnov* yaitu apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka data tersebut terdistribusi normal. Sesuai dengan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa uji normalitas *One Sample K-S* memperoleh nilai sinifikansi sebesar 0,47 yang artinya bahwa nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Maka dapat dikatakan bahwa data penelitian tersebut terdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolonieritas digunakan untuk menganalisis ada atau tidaknya multikolinieritas pada model regresi dan apakah ditemukan

adanya korelasi antar variabel bebas (x) dengan melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factors*). Jika nilai VIF dibawah atau < 10 dan tolerance value diatas 0,10 maka tidak terjadi multikolonieritas.

Tabel 4.11
Uji Multikolonieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	12.377	3.349		3.695	.000		
Kualitas Pelayanan	.190	.145	.142	1.311	.193	.763	1.311
Lokasi	.327	.139	.275	2.355	.021	.653	1.532
Religiusitas	.043	.132	.035	.325	.746	.763	1.311

a. Dependent Variable: Minat

Hasil uji multikolonieritas diatas menunjukkan nilai VIF pada variabel Kualitas Pelayanan (1.311), Lokasi (1.532), dan Religiusitas (1.311) yang berarti bahwa nilai VIF lebih kecil dari 10. Maka penelitian ini tidak terjadi asumsi multikolonieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah ada model regresi yang terjadi ketidaksamaan varian dari residual atau dari pengamatan ke pengamatan lain. Cara mengetahui heteroskedastisitas dengan melihat tanda-tanda pada grafik buat memprediksi nilai variabel dependen dengan variabel independen. Pada gambar *scatterplots* terlihat titik-titik yang menyebar random dan beredar dimana-mana baik dibawah nilai 0 dan di sumbu Y.

Tabel 4.12

Uji Heteroskedastisitas Glejser

Coefficients^a

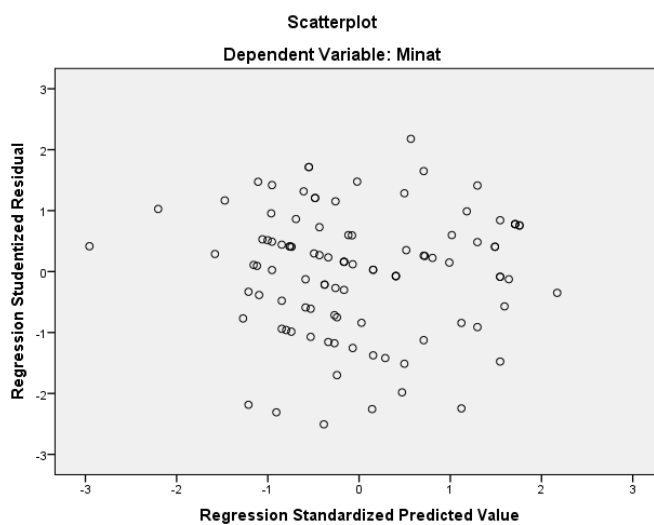
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.679	2.024		.336	.738
Kualitas Pelayanan	-.028	.088	-.037	-.317	.752
Lokasi	-.073	.084	-.108	-.867	.388
Religiusitas	.126	.080	.181	1.572	.119

a. Dependent Variable: ABS_ReS

Pada tabel diatas hasil uji heteroskedastisitas menggunakan uji glejser, menunjukkan bahwa semua variabel independen mempunyai nilai signifikansi $> 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada variabel independent dalam penelitian ini.

Gambar 4.4

Uji Heteroskedastisitas



Hasil pengujian heteroskedastisitas membuktikan bahwa tidak ada pola yang jelas pada titik-titik serta titik-titik tersebut menyebar baik berada diatas maupun dibawah pada nilai 0 dan di sumbu Y. Maka dapat dikatakan bahwa penelitian ini tidak ada tanda-tanda adanya heteroskedastisitas atau tidak ada gangguan pada model regresi ini.

4.4.3 Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengukur naik turunnya variabel dependen (minat). Model regresi linier berganda dianggap model yang baik karena memberikan estimasi yang akurat. Dalam penelitian ini menguji pengaruh variabel kualitas pelayanan, lokasi, dan religiusitas sebagai variabel independen (terikat) dan minat masyarakat menabung di bank syariah sebagai variabel dependen (bebas).

Tabel 4.13
Uji Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.085	3.484		2.033	.045
	Kualitas Pelayanan	.189	.164	.122	1.150	.253
	Lokasi	.317	.131	.251	2.421	.017
	Religiusitas	.267	.101	.248	2.628	.010

a. Dependent Variable: Minat

Pada tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + b_3 x_3 + e$$

$$Y = 7.083 + 0,189 x_1 + 0,317 x_2 + 0,267 x_3 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi diatas dijelaskan bahwa:

1. Koefisien (a)

Nilai a sebesar 7.083, nilai ini merupakan konstanta atau keadaan saat variabel minat belum dipengaruhi variabel lain atau bernilai nol, yaitu variabel kualitas pelayanan (x_1), lokasi (x_2), dan religiusitas (x_3).

2. Koefisien X1 (Kualitas Pelayanan)

Nilai koefisiensi regresi X1 pada persamaan diatas bernilai positif sebesar 0,189. Hal tersebut menunjukkan apabila variabel kualitas pelayanan ditingkatkan 1% maka persepsi masyarakat dalam minat menabung di bank syariah akan bertambah sebesar 0,189 atau 18,9%.

3. Koefisien X2 (Lokasi)

Nilai koefisiensi regresi X2 pada persamaan diatas bernilai positif sebesar 0,317. Hal tersebut menunjukkan apabila variabel kualitas pelayanan ditingkatkan 1% maka persepsi masyarakat dalam minat menabung di bank syariah akan bertambah sebesar 0,317 atau 31,7%.

4. Koefisien X3 (Religiusitas)

Nilai koefisiensi regresi X3 pada persamaan diatas bernilai positif sebesar 0,267. Hal tersebut menunjukkan apabila variabel kualitas pelayanan ditingkatkan 1% maka persepsi masyarakat dalam minat menabung di bank syariah akan bertambah sebesar 0,267 atau 26,7%.

4.4.4 Uji Hipotesis

a. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk tujuan mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan uji t yaitu:

- $\alpha = 0,05$ (tingkat kepercayaan 95%)
- n = jumlah sampel
- k = jumlah variabel independent

Rumus yang digunakan adalah:

T tabel = $t(\alpha/2), (n-k-1)$
 T tabel = $(0,05/0), (100-3-1)$
 T tabel = $(0.025), (96)$ maka nilai distribusi t tabel adalah 1,984

Tabel 4.14

Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7.085	3.484		2.033	.045
Kualitas Pelayanan	.189	.164	.122	1.150	.253
Lokasi	.317	.131	.251	2.421	.017
Religiusitas	.267	.101	.248	2.628	.010

a. Dependent Variable: Minat

1. Variabel Kualitas Pelayanan (X1) nilai t hitung sebesar $1,150 < t$ tabel $1,984$ dengan nilai signifikan $0,253 > 0,05$. Artinya variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat. Dengan demikian, H_0 diterima dan H_1 ditolak.
2. Variabel Lokasi (X2) nilai t hitung sebesar $2,421 > t$ tabel $1,984$ dengan nilai signifikan $0,01 < 0,05$. Artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat menabung masyarakat. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_2 diterima.
3. Variabel Religiusitas (X3) nilai t hitung sebesar $2,682 > t$ tabel $1,984$ dengan nilai signifikan $0,01 < 0,05$. Artinya variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_3 diterima.

b. Uji Signifikasi Simultan (Uji F)

Uji F bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh secara simultan (bersama-sama) yang diberikan variabel independent terhadap variabel dependen. Tingkat signifikansi menggunakan $\alpha = 5\%$ (0.05).

Tabel 4.15

Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	124.207	3	41.402	8.152	.000 ^b
	Residual	487.553	96	5.079		
	Total	611.760	99			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), Religiusitas, Lokasi, Kualitas Pelayanan

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa nilai F sebesar 8,152 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, lokasi, dan religiusitas secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah.

c. Uji Koefisiensi Determinan (R^2)

Uji R Square berfungsi untuk mengetahui berapa persen pengaruh yang diberikan variabel X secara simultan terhadap variabel Y. dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.16

Uji Koefisiensi Determinan (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.451 ^a	.203	.178	2.25359

a. Predictors: (Constant), Religiusitas, Lokasi, Kualitas Pelayanan

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai r square sebesar 0,203. Maka dapat disimpulkan bahwa kontribusi variabel kualitas pelayanan, lokasi, dan religiusitas terhadap minat menabung di bank syariah sebesar 20,3%, sedangkan sisanya 79,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

4.5 Pembahasan dan Analisis Data

Setelah peneliti melakukan penelitian secara langsung dengan melakukan penyebaran kuesioner yang diajukan kepada masyarakat di wilayah Desa Gondang Kecamatan Cepiring Kabupaten Kendal dengan

jumlah sampel 100 responden kemudian mengelola hasil jawaban dari responden yang telah peneliti sebariskan melalui aplikasi SPSS 23 adalah sebagai berikut:

4.5.1 Pagaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar $0,253 > 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $2,421 > t$ tabel $1,984$. Artinya variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat. Dengan demikian, H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Oktaviani Faradila K (2021), yang mana pada nilai t hitung $-0,202 < t$ table $1,895$ dan nilai signifikansi sebesar $0,841 > 0,05$, berarti tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Penelitian Nazaruddin Aziz dan Vito Shiga Hendrastyo (2019) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan dan negatif terhadap minat menabung pada bank syariah.

Variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat Desa Gondang menabung di bank syariah. Hal tersebut disebabkan karena menurut masyarakat bahwa pelayanan yang diberikan oleh karyawan di salah satu cabang bank syariah belum bisa memenuhi keinginan maupun kendala yang dialami nasabah. Disisi lain masyarakat lebih memilih penggunaan digital banking dan mesin ATM, namun digital banking yang dimiliki bank syariah sering trouble dan mesin ATM pun belum tersebar banyak sampai ke desa.

Jadi hasil analisis diatas menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak mempengaruhi masyarakat dalam menabung di bank Syariah. Hal

ini tidak sesuai dengan penerapan Theory of Planned Behaviour (TPB) dalam minat memilih suatu produk tertentu sehingga menimbulkan niat atau motivasi untuk memilih sesuatu tersebut. Tinggi rendahnya kualitas pelayanan tidak mempengaruhi minat masyarakat menabung di bank syariah.

4.5.2 Pengaruh Lokasi Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah

Hasil variabel lokasi menggambarkan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan. Dilihat dari koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,317 dengan nilai signifikansi $0,01 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,421 > t$ tabel 1,984. Artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat menabung masyarakat. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_2 diterima. Sehingga lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah.

Nilai koefisien regresi positif disini dapat diartikan bahwa lokasi bank yang strategis dan mudah dijangkau oleh sarana transportasi berpengaruh terhadap minat masyarakat Desa Gondang menabung di bank syariah.

Berdasarkan analisis lokasi diketahui bahwa lokasi menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam memilih menabung di bank syariah, kemudahan pencapaian lokasi bank syariah dipicu dengan sarana dan prasarana untuk mencapai lokasi dimana bank syariah beroperasi.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Zakiyah dan Wahab (2022) yang menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Yang mana nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung sebesar 4.338. Penelitian lain yang dilakukan oleh Ufa (2021),

yang menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah.

Jadi hasil analisis diatas menunjukkan bahwa lokasi mempengaruhi minat masyarakat dalam menabung di bank syariah. Sesuai dengan penerapan Theory of Planned Behaviour (TPB) dalam minat memilih suatu produk tertentu sehingga menimbulkan niat atau motivasi untuk memilih sesuatu tersebut. Semakin strategis dan mudah dijangkau lokasi bank syariah maka akan tinggi minat masyarakat untuk menabung di bank syariah.

4.5.3 Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah

Hasil penelitian menggambarkan bahwa variabel religiusitas berpengaruh positif dan signifikan. Hal ini bisa dilihat dari uji t test menggambarkan bahwa variabel religiusitas (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat. Dapat dilihat nilai koefisien 0,267 artinya lokasi berpengaruh sebesar 26,7% sedangkan nilai signifikansinya sebesar $0,01 < 0,05$ dengan nilai t hitung sebesar 2,628 $> t$ tabel 1,984. Artinya variabel religiusitas berpengaruh terhadap minat masyarakat Desa Gondang menabung di bank syariah.

Penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rini Agustina (2021) yang mana nilai signifikansi sebesar 0,00 dengan nilai F hitung sebesar 109,964. Maka dapat disimpulkan variabel religiusitas mempengaruhi minat menabung di bank syariah. Penelitian lain yang dilakukan oleh Dinda, Nur, dan Harun (2022), yang menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.

Jadi hasil analisis diatas menunjukkan bahwa religiusitas memengaruhi masyarakat dalam menabung di bank syariah. Sesuai dengan penerapan Theory of Planned Behaviour (TPB) dalam minat

memilih suatu produk tertentu sehingga menimbulkan niat atau motivasi untuk memilih sesuatu tersebut. Masyarakat yang mengetahui hukum riba dan mengimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari akan memilih menabung di bank syariah. Semakin tinggi tingkat religiusitas masyarakat maka akan tinggi pula minat masyarakat untuk menabung di bank syariah.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari penelitian yang telah dianalisis mengenai pengaruh lokasi, pengetahuan, dan religiusitas terhadap minat menabung di bank syariah pada masyarakat Desa Gondang Kecamatan Cepiting Kabupaten Kendal, diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil pengujian antara pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat menabung di bank syariah menyatakan bahwa koefisien regresi sebesar 0,189 dengan nilai signifikan uji t-test yaitu $0,0253 > 0,005$ dan nilai t hitung sebesar $1,150 < t$ tabel 1,9849 sedangkan pengaruh yang diberikan variabel kualitas pelayanan sebesar 12,2% dilihat pada nilai beta yaitu 0,122. Artinya kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat Desa Gondang menabung di bank syariah. Penelitian ini tidak sesuai dengan penerapan Theory of Planned Behaviour (TPB) dalam minat memilih suatu produk tertentu sehingga menimbulkan niat atau motivasi untuk memilih sesuatu tersebut. Tinggi rendahnya kualitas pelayanan tidak mempengaruhi minat masyarakat menabung di bank syariah. Sehingga H_0 diterima dan H_1 ditolak.
2. Hasil pengujian antara pengaruh lokasi terhadap minat menabung di bank syariah menyatakan bahwa koefisien regresi sebesar 0,317 dengan nilai signifikan uji t-test yaitu $0,01 < 0,005$ dan nilai t hitung sebesar $2,421 < t$ tabel 1,984 sedangkan pengaruh yang diberikan variabel kualitas pelayanan sebesar 25,1% dilihat pada nilai beta yaitu 0,251. Artinya lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat Desa Gondang menabung di bank syariah. Penelitian ini sesuai dengan penerapan Theory of Planned Behaviour (TPB) dalam minat memilih suatu produk tertentu sehingga menimbulkan niat atau motivasi untuk memilih sesuatu tersebut. Semakin strategis dan mudah

dijangkau lokasi bank syariah maka akan tinggi minat masyarakat untuk menabung di bank syariah. Sehingga H_0 ditolak dan H_2 diterima.

3. Hasil pengujian antara pengaruh religiusitas terhadap minat menabung di bank syariah menyatakan bahwa koefisien regresi sebesar 0,267 dengan nilai signifikan uji t-test yaitu $0,01 < 0,005$ dan nilai t hitung sebesar $2,628 > t$ tabel 1,984 sedangkan pengaruh yang diberikan variabel kualitas pelayanan sebesar 24,8% dilihat pada nilai beta yaitu 0,248. Artinya religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat Desa Gondang menabung di bank syariah. Penelitian ini sesuai dengan penerapan Theory of Planned Behaviour (TPB) dalam minat memilih suatu produk tertentu sehingga menimbulkan niat atau motivasi untuk memilih sesuatu tersebut. Masyarakat yang mengetahui hukum riba dan mengimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari akan memilih menabung di bank syariah. Semakin tinggi tingkat religiusitas masyarakat maka akan tinggi pula minat masyarakat untuk menabung di bank syariah. Sehingga H_0 ditolak dan H_3 diterima.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh lokasi, pengetahuan, dan religiusitas terhadap minat menabung di bank syariah pada masyarakat Desa Gondang Kecamatan Cepiting Kabupaten Kendal, saran yang diberikan penulis antara lain:

1. Peneliti selanjutnya diharapkan mengembangkan penelitian ini sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya seperti menambahkan teori terbaru, metode, dan alat uji berbeda dengan objek penelitian yang lain. Diharapkan pada peneliti yang akan datang jumlah sample yang digunakan lebih banyak, maka hasil analisis penelitian yang didapatkan akan lebih akurat.
2. Untuk lembaga keuangan syariah perlu meningkatkan usaha sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat sehingga harapannya dapat memberikan

gambaran yang jelas sistem dan produk perbankan syariah bagi masyarakat yang awam dan belum begitu mengenal perbankan syariah.

3. Hasil penelitian yang dilakukan belum mencakup semua faktor yang mempengaruhi minat responden untuk menabung di bank syariah. Maka untuk itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel lain yang digunakan dalam penelitian ini. Karena masih banyak variabel lain yang mempengaruhi minat responden untuk menabung di bank syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, Anak Putu dan Anik Yuesti. *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. ABPUBLISHER, 2017
- Aisya, Siti dan Yohansyah Adiputra Riyadi. *Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kelurahan Siranindi Di Bank Muamalat Indonesia Palu Sulawesi Tengah*, *Journal Of Islamic Economic And Business*, 2. 1, 2020
- Ajzen, Icek, *The Theory of Planned Behavior*, *Organizational Behavior And Human Decision Processes* 50, 179-211, 1991
- Al Faih, Fitri. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada Tabungan Marhamah PT Bank Sumut Kcp Syariah Raya*, *AL-INFAQ: Jurnal Ekonomi Islam*, 1.1, 2020
- Al-Arif, M. Nur Rianto. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Alfabeta, 2012
- Ali, Sambas dan Maman Abdurrahman. *Analisis Korelasi Regresi, dan Jalur Dalam Penelitian*. CV. Pustaka, 2009
- Alice Crow Lester D. Crow. *Psikologi Pendidikan*
- Andika, Sandi dan Mirza Syahputra. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Dumai Sukajadi*, *Jurnal Ekonomi Syariah*, 4. 2, 2021
- Andriani, Tika. *Pengaruh Pengetahuan Masyarakat, Sosialisasi, dan Lokasi Bank Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah*. UIN Walisongo Semarang, 2022
- Apriana, Eka. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Desa Koto Taluk Menabung Di Bank Syariah Teluk Kuantan Kabupaten Kuantan Singingi*, *Juhanperak* 2, 2021
- Basuki, Agus Tri. *Analisis Statistik Dengan SPSS*. Danisa Media, 2018
- Bukhari, Eri ,Bintang, dan Adi. *Pengaruh Tingkat Pendidikan dan Pendapatan Terhadap Minat Menabung*. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Manajemen*, 17..1, 2021

- Data Jateng, <<https://data.jatengprov.go.id/>> [diakses pada tanggal 1 Maret 2023]
- Data OJK <<https://www.ojk.go.id>> [diakses pada tanggal 1 Maret 2023]
- Faradila K, Ocktaviani. *Analisa Pengaruh Pengetahuan, Persepsi Masyarakat, Religiusitas, Produk, Reputasi, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi Bank Terhadap Minat Nasabah Dalam Memilih Menabung Pada Bank Syariah*. Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2021
- Glock & Stark. “American Piety: The Nature of Religious Commitment”, 1967<<http://library.lol/main/9E79E3BBF1BCE28B411C101589F72BC7>.>
- >
- Hikmawati, Fenti. *Metodologi Penelitian*. Raja Grafindo Persada, 2020
- Hurriyati, Ratih. *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*. Alfabeta, 2015
- Ismail. *Perbankan Syariah*. Kencana, 2011
- Kasmir. *Pemasaran Bank Edisi. 4*. Kencana, 2010
- Kbbi.kemendikbud.go.id, “Hasil Pencarian – KBBI Daring” <<https://kbbi.kemendikbud.go.id/entri/Kualitas>>
- Laporan Tahunan 2022 BSI Kolaborasi untuk Akselerasi Pertumbuhan <<https://ir.bankbsi.co.id/misc/AR/AR2022-ID/>>
- Ma’is, Al. *Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Pelayanan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah*. UIN Walisongo Semarang, 2022
- Mardiana, Eva, Husni Thamrin dan Puri Nuraini, *Analisis Religiusitas Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Kota Pekanbaru*, Jurnal Tabarru’: Islamic Banking and Finance . 4. 2, 2021
- Mardiana, Eva, Husni, et. al. *Analisis Religiusitas Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Kota Pekanbaru*, Jurnal Tabarru’ : Islamic Banking and Finance. 4.2, 2021
- Mujaddid, Fajar dan Pandu Tezar Adi Nugroho. *Pengaruh Pengetahuan, Lingkungan dan Religiusitas Terhadap Minat Pelajar Sekolah Menengah Kejuruan Prodi Perbankan Syariah Dalam Menabung di Bank Syariah*, Jurnal Ekonomi Islam. 4.1, 2019
- Mulyawan, Rahman. *Birokrasi dan Pelayanan Publik*. UNPAD Press, 2016

- Mundhori, Faizatur Rohmah. *Pengaruh Kepercayaan dan Tingkat Pendapatan Terhadap Minat Menabung di KSPPS Mandiri Artha Syariah Sumberejo*, Journal of Islamic Accounting and Finance . 2.1, 2022
- Muzakir, Andre, Yunia Ulfa Variana, et. al. *Analisis Fkator-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah (Studi pada Masyarakat Desa Lajut Kecamatan Praya Tengah)*, Jurnal Perbankan Syariah. 1.1, 2022
- Nurudin dan Hilda Alfaatin Mila Ulwiya. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Persepsi Relihiusitas Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah Indonesia*, Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah. 2, 2021
- OJK Institute. “Memperkuat Literasi dan Inklusi Keuangan Syariah” <<https://www.ojk.go.id>>
- Purwaningsih, Heni. *Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Bank Syariah*, Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta, 2020
- Putri, Yulia, Ani Solihat, et. al. *Strategi Meningkatkan Minat Menabung di Bank Syariah Melalui Penrapan Religiusitas*, Jurnal Manajemen dan Bisnis: Performa, 16. 1, 2019
- Putribasutami, Cindhya Audina dan R.A. Sista Paramita. *Pengaruh Pelayanan, Lokasi, Pengetahuan, dan Sosial Terhadap Keputusan Menabung di Ponorogo*, Jurnal Ilmu Manajemen. 6.3, 2018
- Romdhoni, Abdul Haris dan Dita Ratnasari. *Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah*, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam . 4.2, 2018
- Sadirman. *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*. Raja Grafindo Persada, 2006
- Sari, Juli Dwina Puspita, Sayyidah Azzafira. *Analisis Pengaruh Pendapatan dan Pengetahuan Terhadap Minat Calon Nasabah Berinvestasi Emas di Pegadaian Syariah*, Jurnal Investasi Islam. 6. 2, 2021
- Sarwono, Jonathan. *Metode Penelitian Kuantitaif & Kualitatif*. Graha Ilmu

- Sawitri, Ni Putu, Ni Nyoman Kerti Yasa, dan Abdullah Jawas. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Tegal Sari Accommodation Di Ubud*, Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis, dan Kewirausahaan 7.1, 2013
- Sodik, Fajar, et. al. *Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah*. Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah, 4.2, 2022
- Sofyan, Winda dan A Syatir. *Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Kualitas Pelayanan, dan Promosi terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah Indonesia KCP Sidrap*. Jurnal AT TAWAZUN, 1.3, 2021
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* . Alfabeta, 2019
- Sujianto, Agus Eko. *Aplikasi Statistik SPSS 16.0*. Prestasi Pustaka, 2009
- Sulistiyowati, St., M.T., Wiwik. *Kualitas Layanan: Teori dan Aplikasinya*. UMSIDA Press, 2018
- Swastawan, Doni dan Yulianita Dewi. *Pengaruh Tingkat Pendapatan, Suku Bunga, Religiusitas, dan Financial Attitude terhadap Minat Menabung untuk Beryadnya pada Masyarakat Desa Tajun*, Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika. 11. 2, 2021
- Thouless. *Pengantar Psikologi Agama* . PT Raja Grafindo, 2000
- Wahab, Zakiyah dan Abdul. *Pengaruh Literasi Keuangan, Financial Attitude, Lokasi, dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah*. Wahana Islamika: Jurnal Studi Keislaman, 8.2, 2022
- Wahjono dan I. Sentot, *Manajemen Pemasaran Bank*,(Yogyakarta: Graham Ilmu, 2010)

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

A. Pengantar

Assalamualaikum Wr. Wb

Puji syukur kita panjatkan kehadirat Allah Swt atas berkat dan rahmatNya kita diberikan kesehatan, tidak lupa shalawat serta salam kita haturkan kepada junjungan kita Nabi Agung Muhammad SAW yang kita nantikan syafaatnya di Yaumul Kiamah nanti, amiin.

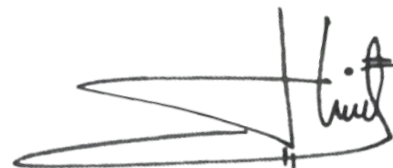
Perkenalkan saya Hanifatul Hidayah, Jurusan S1 Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang sedang melakukan penelitian untuk menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Desa Gondang Kecamatan Cepiring Kabupaten Kendal)”**.

Dengan ini saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/I untuk mengisi kuesioner dibawah ini untuk kepentingan menyelesaikan tugas akhir. Jawaban dalam kuesioner ini akan penulis jaga kerahasiaanya, semata-mata untuk kepentingan penelitian atas fenomena yang terjadi. Atas kerjasama dan ketersediaan Bapak/Ibu/Saudara/I meluangkan waktu mengisi kuesioner ini saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Kendal, 13 Juni 2023

Peneliti



Hanifatul Hidayah

B. Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : Laki- Laki Perempuan
3. Umur : 17-25 36-55
 26-35 >55
4. Pendidikan Terakhir : SD Diploma
 SMP S1
 SMA/K S2
5. Pekerjaan : Pelajar/Mhsw Petani
 PNS Pedagang
 Wiraswasta Lainnya
 Buruh
6. Penghasilan : < 2 Juta 6-10 Juta
 2-5 Juta >10 Juta
7. Apakah anda nasabah/pekerja pernah menjadi nasabah bank syariah?
 Ya Tidak

C. Petunjuk Pengisian Kuesioner

- Jawablah pertanyaan ini dengan jujur dan sebenar-benarnya.
- Bacalah pernyataan terlebih dahulu dengan cermat dan seksama.
- Berilah tanda (✓) pada pernyataan berikut. Setiap responden diharapkan hanya memilih 1 jawaban.

Keterangan untuk skala dalam kuesioner, yaitu:

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

Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Ruang tunggu bank syariah nyaman dan luas					
2.	Bank Syariah menyediakan layanan sesuai dengan yang dijanjikan					
3.	Karyawan bank syariah memproses transaksi dengan cepat dan tepat					
4.	Karyawan bank syariah memiliki pengetahuan yang cukup dalam memberikan informasi tentang produk-produk kepada anggotanya					
5.	Karyawan bank syariah selalu melayani anggotanya dengan sopan dan ramah					

Variabel Lokasi (X2)

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Bank Syariah berada di lokasi yang mudah dijangkau oleh kendaraan pribadi maupun transportasi umum					

2.	Bank Syariah berada di tepi jalan sehingga mudah dilihat					
3.	Bank Syariah berada di lokasi yang strategis					
4.	Bank Syariah memiliki tempat parkir yang luas dan aman					
5.	Bank Syariah berada di lokasi yang lalu lintas ramai, lancar					

Variabel Religiusias (X3)

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya menyakini bahwa Allah maha mengetahui segala kegiatan maupun transaksi yang dilakukan					
2.	Saya mengetahui hukum-hukum dalam Islam (Riba)					
3.	Saya mempelajari ilmu agama, isi Al-Qur'an secara mendalam					
4.	Saya menjalankan syahadat, sholat, puasa, dan zakat					
5.	Saya selalu berusaha untuk ikut berpartisipasi dalam kegiatan sosial, menjaga lingkungan, serta membantuoang yang sedang kesusahan					
6.	Saya selalu berusaha bersikap jujur dan adil kepada orang lain.					

Variabel Minat (Y)

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya minat menabung di bank syariah, karena keinginan saya sendiri					
2.	Saya minat menabung di bank syariah, karena saya mengetahui bank syariah					
3.	Saya minat menabung di bank syariah, karena mengetahui informasi tentang bank syariah dari orang lain					
4.	Saya minat menabung di bank syariah, karena mengetahui perbedaan antara bank syariah dan bank konvensional					
5.	Saya minat menabung di bank syariah, karena saya tahu produk-produk bank syariah menggunakan akad yang berlandaskan syariah dan terhindar dari unsur riba, gharar, dan maysir					
6.	Saya minat menabung di bank syariah, karena mengetahui larangan-larangan dalam ajaran islam					

Lampiran 2 Tabulasi Data Responden

1. Kualitas Pelayanan

Responden	Kualitas Pelayanan					ΣX_1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	
1	4	4	3	4	5	20
2	3	4	4	3	4	18
3	4	4	4	4	4	20
4	3	3	4	4	5	19
5	4	4	4	4	4	20
6	4	5	4	3	5	21
7	4	4	4	4	4	20
8	4	4	3	4	4	19
9	4	5	4	4	4	21
10	4	3	4	3	4	18
11	3	3	4	4	4	18
12	4	4	3	5	4	20
13	4	5	4	4	4	21
14	4	4	5	4	5	22
15	4	4	3	3	4	18
16	4	5	4	3	5	21
17	5	4	5	4	5	23
18	3	4	4	4	4	19
19	4	4	3	4	5	20
20	4	4	4	4	5	21
21	4	5	4	5	5	23
22	4	4	5	5	5	23
23	4	5	4	4	5	22
24	4	4	5	4	4	21
25	4	4	3	4	5	20
26	4	4	4	4	4	20
27	5	4	4	4	5	22
28	4	4	5	4	5	22
29	4	4	5	5	5	23
30	4	4	4	4	4	20
31	4	4	4	4	4	20
32	5	4	4	5	5	23
33	4	4	4	4	5	21

34	4	4	4	4	4	20
35	3	3	4	4	5	19
36	4	4	3	4	4	19
37	4	4	4	4	4	20
38	4	4	4	4	4	20
39	3	4	4	3	4	18
40	5	4	4	4	5	22
41	5	4	5	4	5	23
42	4	4	4	4	4	20
43	4	3	4	4	5	20
44	3	4	4	4	5	20
45	4	3	3	3	4	17
46	4	4	3	4	4	19
47	4	5	5	4	5	23
48	3	4	4	4	5	20
49	4	3	4	4	4	19
50	4	4	5	5	5	23
51	4	4	5	4	4	21
52	5	4	5	4	4	22
53	5	4	4	4	5	22
54	4	4	4	4	4	20
55	4	3	3	3	5	18
56	4	4	4	3	4	19
57	4	4	4	4	4	20
58	5	4	4	4	5	22
59	3	4	4	3	5	19
60	5	4	5	4	5	23
61	4	5	5	4	5	23
62	5	4	4	5	5	23
63	5	4	4	4	5	22
64	5	4	5	4	5	23
65	4	4	3	4	5	20
66	4	4	4	4	4	20
67	4	4	4	4	4	20
68	3	3	3	4	4	17
69	4	4	4	4	4	20
70	4	5	4	3	5	21
71	4	4	4	4	4	20
72	4	4	3	4	4	19

73	4	5	4	4	4	21
74	4	4	4	4	5	21
75	3	4	4	4	5	20
76	4	4	3	4	4	19
77	4	4	4	4	4	20
78	4	4	5	4	5	22
79	4	4	5	4	5	22
80	4	4	5	5	5	23
81	4	4	4	4	4	20
82	4	4	4	4	4	20
83	5	4	4	5	5	23
84	4	4	4	4	5	21
85	4	4	4	4	4	20
86	3	3	4	4	5	19
87	4	4	3	4	4	19
88	4	4	4	4	4	20
89	4	4	4	4	4	20
90	3	4	4	3	4	18
91	5	4	4	4	5	22
92	5	4	5	4	5	23
93	4	4	4	3	4	19
94	4	4	4	4	4	20
95	5	4	4	4	5	22
96	3	4	4	3	5	19
97	5	4	5	4	5	23
98	4	5	5	4	5	23
99	5	4	4	5	5	23
100	5	4	4	4	5	22

2. Lokasi

Responden	Lokasi					ΣX_2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
1	5	4	4	3	4	20
2	4	4	3	4	4	19
3	5	4	4	2	4	19
4	4	3	3	4	4	18
5	4	3	4	4	3	18

6	3	3	3	5	4	18
7	4	4	4	2	3	17
8	4	4	4	2	4	18
9	4	4	4	3	4	19
10	4	4	4	3	4	19
11	4	4	4	3	4	19
12	4	4	4	4	4	20
13	5	5	4	4	4	22
14	5	5	5	4	4	23
15	4	4	4	2	4	18
16	4	4	4	4	4	20
17	5	5	5	4	4	23
18	4	4	4	3	4	19
19	5	5	5	4	4	23
20	4	4	4	4	4	20
21	4	4	4	4	4	20
22	5	5	5	4	5	24
23	4	4	4	4	4	20
24	4	4	3	4	4	19
25	5	4	4	2	3	18
26	5	5	5	4	4	23
27	5	5	5	2	4	21
28	4	4	4	2	3	17
29	4	4	4	3	3	18
30	5	4	4	3	4	20
31	4	3	4	4	4	19
32	5	4	4	2	4	19
33	4	4	4	4	3	19
34	4	4	4	4	4	20
35	4	4	3	3	5	19
36	5	5	5	2	5	22
37	4	4	3	3	4	18
38	4	4	4	4	4	20
39	5	4	4	2	4	19
40	5	5	5	4	4	23
41	5	5	5	3	4	22
42	5	4	4	4	5	22
43	4	4	4	4	3	19
44	5	5	4	4	4	22

45	4	4	3	3	4	18
46	4	4	3	3	4	18
47	5	4	5	2	4	20
48	4	4	4	4	4	20
49	4	3	4	3	4	18
50	5	5	4	4	4	22
51	5	4	4	5	4	22
52	4	4	5	5	4	22
53	5	4	4	5	4	22
54	5	5	5	3	4	22
55	4	4	4	4	3	19
56	4	4	3	4	4	19
57	4	4	3	4	4	19
58	5	5	5	4	4	23
59	5	4	4	3	4	20
60	5	5	5	4	4	23
61	5	5	5	4	4	23
62	5	4	5	4	4	22
63	5	4	4	3	4	20
64	5	4	3	3	4	19
65	5	4	4	3	4	20
66	4	5	3	1	5	18
67	5	4	4	2	4	19
68	4	2	3	2	4	15
69	5	3	4	4	3	19
70	3	3	3	5	4	18
71	4	4	4	2	3	17
72	4	4	3	1	3	15
73	4	4	4	3	4	19
74	4	4	4	3	4	19
75	4	4	4	3	4	19
76	4	4	4	4	4	20
77	5	5	4	4	4	22
78	5	5	5	4	4	23
79	4	4	4	2	3	17
80	4	4	4	3	3	18
81	5	4	4	3	4	20
82	4	3	4	4	4	19
83	5	4	4	2	4	19

84	4	4	4	2	3	17
85	4	4	4	4	4	20
86	4	4	3	2	4	17
87	5	5	5	2	5	22
88	4	4	3	3	4	18
89	4	4	4	4	4	20
90	5	4	4	2	4	19
91	5	5	5	4	4	23
92	5	5	5	3	4	22
93	4	4	3	4	4	19
94	4	4	3	4	4	19
95	5	5	5	4	4	23
96	5	4	4	3	4	20
97	5	5	5	4	4	23
98	5	5	5	4	4	23
99	5	4	5	4	4	22
100	5	4	4	3	4	20

3. Religiusitas

Responden	Religiusitas						ΣX_3
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	
1	5	3	4	4	4	4	24
2	5	3	4	4	4	3	23
3	5	4	4	4	3	4	24
4	5	3	4	5	4	4	25
5	5	3	4	4	4	4	24
6	4	4	3	5	4	4	24
7	5	2	4	4	4	4	23
8	4	3	4	4	3	3	21
9	4	3	4	4	4	4	23
10	5	3	5	5	4	4	26
11	4	3	4	4	4	4	23
12	5	3	4	4	4	4	24
13	5	5	5	4	4	4	27
14	5	4	5	5	4	5	28
15	4	3	4	4	4	4	23
16	5	3	4	4	4	4	24

17	5	4	4	4	4	4	25
18	5	4	4	5	4	4	26
19	5	3	4	5	4	5	26
20	5	4	4	5	4	5	27
21	4	2	4	4	3	5	22
22	5	4	5	5	4	4	27
23	4	3	5	5	4	4	25
24	4	4	4	4	5	4	25
25	5	4	5	5	5	4	28
26	4	4	4	5	5	4	26
27	5	3	4	4	4	4	24
28	5	4	4	4	4	4	25
29	4	3	4	4	3	4	22
30	5	3	4	4	4	4	24
31	5	5	5	5	4	4	28
32	5	3	3	5	3	4	23
33	5	4	4	4	5	5	27
34	4	3	4	4	3	4	22
35	5	2	3	5	3	4	22
36	5	4	4	4	4	4	25
37	4	3	4	4	4	4	23
38	5	2	4	5	5	5	26
39	4	3	4	4	3	4	22
40	5	4	5	4	4	4	26
41	5	4	4	4	3	4	24
42	4	3	4	4	3	3	21
43	4	3	3	4	4	4	22
44	5	4	4	4	4	4	25
45	4	2	3	4	4	4	21
46	5	3	4	4	3	4	23
47	5	4	4	4	3	4	24
48	4	3	3	4	4	4	22
49	4	3	4	4	3	4	22
50	5	4	4	4	3	4	24
51	5	4	4	5	5	4	27
52	4	3	4	4	4	3	22
53	5	5	4	4	4	4	26
54	5	4	4	4	4	4	25
55	4	3	3	4	4	4	22

56	4	4	3	5	5	5	26
57	4	2	4	4	4	5	23
58	5	4	4	4	4	5	26
59	4	2	4	4	4	4	22
60	5	4	5	4	4	4	26
61	5	3	4	5	4	4	25
62	5	4	5	5	4	5	28
63	4	3	4	5	5	4	25
64	4	2	4	4	4	5	23
65	5	3	3	4	3	4	22
66	5	3	4	4	4	3	23
67	5	4	4	4	3	4	24
68	4	3	3	5	4	5	24
69	5	2	3	4	4	4	22
70	4	4	3	5	4	4	24
71	5	2	4	4	4	4	23
72	4	3	4	4	4	3	22
73	4	3	4	4	4	4	23
74	5	3	5	5	4	4	26
75	4	2	4	4	4	4	22
76	4	3	4	4	4	4	23
77	5	4	4	4	4	4	25
78	5	4	5	5	4	4	27
79	5	4	4	4	4	3	24
80	4	3	4	4	3	4	22
81	5	3	4	4	3	3	22
82	5	5	5	5	4	4	28
83	5	3	3	5	3	4	23
84	5	2	4	4	3	3	21
85	4	3	4	4	4	4	23
86	5	2	3	5	3	4	22
87	5	4	4	4	4	4	25
88	4	3	4	4	4	4	23
89	5	2	4	4	5	5	25
90	4	2	4	4	3	4	21
91	5	4	5	4	4	4	26
92	5	4	4	4	3	4	24
93	4	4	3	5	5	5	26
94	4	2	4	4	4	5	23

95	5	4	4	4	4	5	26
96	4	2	4	4	4	4	22
97	5	4	5	4	4	4	26
98	5	3	4	5	4	4	25
99	5	4	5	5	4	5	28
100	4	3	4	5	5	4	25

4. Minat

Responden	Minat						ΣY
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	
1	5	4	3	4	4	4	24
2	4	3	4	4	4	4	23
3	4	5	3	5	3	4	24
4	4	4	4	4	4	5	25
5	3	4	4	3	4	3	21
6	4	4	3	4	4	4	23
7	4	4	3	4	3	4	22
8	4	4	3	4	4	4	23
9	3	4	3	4	3	4	21
10	5	4	3	4	4	4	24
11	3	3	3	3	3	3	18
12	4	4	4	4	4	4	24
13	5	5	4	3	4	4	25
14	5	5	3	4	4	4	25
15	4	4	3	4	3	3	21
16	3	4	3	3	3	3	19
17	5	5	4	4	4	5	27
18	4	4	3	3	3	4	21
19	3	4	3	3	3	4	20
20	4	4	3	4	3	3	21
21	4	4	3	3	3	3	20
22	5	5	3	4	4	4	25
23	4	4	4	3	5	4	24
24	3	3	3	3	3	3	18
25	5	5	4	4	4	4	26
26	3	4	3	5	4	4	23
27	5	4	4	4	4	4	25

28	5	4	3	4	4	5	25
29	4	4	3	4	4	4	23
30	4	4	2	4	3	4	21
31	3	4	4	4	3	4	22
32	4	3	2	4	4	4	21
33	4	4	5	4	4	4	25
34	5	4	3	4	4	4	24
35	4	4	3	3	3	4	21
36	5	5	3	4	5	5	27
37	4	4	4	4	4	4	24
38	4	4	3	3	4	4	22
39	4	4	4	3	4	4	23
40	5	5	4	4	5	4	27
41	5	5	4	5	5	4	28
42	4	4	4	4	5	4	25
43	4	4	3	3	3	4	21
44	4	4	3	4	3	4	22
45	4	4	5	3	3	4	23
46	4	4	4	4	4	4	24
47	5	5	4	5	5	5	29
48	4	4	4	4	4	4	24
49	4	4	5	4	5	4	26
50	5	5	3	4	5	4	26
51	4	5	4	4	4	5	26
52	4	4	4	4	5	4	25
53	5	5	4	4	5	4	27
54	5	5	5	4	4	5	28
55	4	4	4	5	4	5	26
56	5	5	4	4	4	5	27
57	5	5	4	4	4	4	26
58	5	5	4	4	3	4	25
59	4	4	4	3	4	4	23
60	5	5	4	4	5	4	27
61	5	5	4	4	4	5	27
62	4	4	5	4	4	5	26
63	4	4	4	4	4	4	24
64	4	4	2	4	5	5	24
65	4	4	3	4	4	4	23
66	3	3	4	4	4	4	22

67	4	5	3	5	4	4	25
68	2	5	3	4	4	4	22
69	4	4	4	3	4	3	22
70	3	4	3	4	4	4	22
71	2	3	4	3	3	3	18
72	4	4	4	4	4	4	24
73	3	4	3	4	4	4	22
74	4	4	3	4	4	5	24
75	5	4	3	4	4	4	24
76	4	4	4	4	4	4	24
77	5	5	3	4	4	4	25
78	5	5	1	4	5	4	24
79	4	4	4	4	4	4	24
80	4	4	5	4	5	4	26
81	5	4	1	4	5	5	24
82	4	4	2	3	3	4	20
83	4	4	5	4	3	4	24
84	3	4	4	4	3	4	22
85	4	4	3	4	5	5	25
86	4	4	5	4	4	4	25
87	3	4	2	4	4	4	21
88	4	4	3	3	3	4	21
89	5	5	3	4	5	5	27
90	4	4	4	4	4	4	24
91	4	4	3	3	4	4	22
92	4	4	4	3	4	4	23
93	5	5	4	4	4	5	27
94	5	5	4	4	4	4	26
95	5	5	4	4	3	4	25
96	4	4	4	3	4	4	23
97	5	5	4	4	5	4	27
98	5	5	4	4	4	5	27
99	4	4	5	4	4	5	26
100	4	4	4	4	4	4	24

Lampiran 3 Uji Validitas

1. Kualitas Pelayanan

		Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.305	.218	.133	.246	.574**
	Sig. (2-tailed)		.102	.248	.482	.190	.001
	N	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.305	1	.173	-.099	.305	.550**
	Sig. (2-tailed)	.102		.360	.602	.101	.002
	N	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.218	.173	1	.069	.275	.670**
	Sig. (2-tailed)	.248	.360		.716	.141	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	.133	-.099	.069	1	.232	.456*
	Sig. (2-tailed)	.482	.602	.716		.216	.011
	N	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	.246	.305	.275	.232	1	.678**
	Sig. (2-tailed)	.190	.101	.141	.216		.000
	N	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.574**	.550**	.670**	.456*	.678**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.002	.000	.011	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

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

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

2. Lokasi

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	.736**	.685**	-.166	.194	.676**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.379	.305	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.736**	1	.800**	-.023	.352	.816**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.905	.056	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.685**	.800**	1	-.111	.172	.721**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.558	.362	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	-.166	-.023	-.111	1	.389*	.458*
	Sig. (2-tailed)	.379	.905	.558		.033	.011
	N	30	30	30	30	30	30
X2.5	Pearson Correlation	.194	.352	.172	.389*	1	.615**
	Sig. (2-tailed)	.305	.056	.362	.033		.000
	N	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.676**	.816**	.721**	.458*	.615**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.011	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

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

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

3. Religiusitas

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	TOTAL
X3.1	Pearson Correlation	1	.179	.260	.098	.098	.107	.487**
	Sig. (2-tailed)		.343	.165	.607	.607	.575	.006
	N	30	30	30	30	30	30	30
X3.2	Pearson Correlation	.179	1	.242	.312	.354	.031	.680**
	Sig. (2-tailed)	.343		.197	.093	.055	.873	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X3.3	Pearson Correlation	.260	.242	1	.331	.178	.111	.590**
	Sig. (2-tailed)	.165	.197		.074	.347	.560	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
X3.4	Pearson Correlation	.098	.312	.331	1	.340	.355	.690**
	Sig. (2-tailed)	.607	.093	.074		.066	.055	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X3.5	Pearson Correlation	.098	.354	.178	.340	1	.010	.579**
	Sig. (2-tailed)	.607	.055	.347	.066		.956	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
X3.6	Pearson Correlation	.107	.031	.111	.355	.010	1	.424*
	Sig. (2-tailed)	.575	.873	.560	.055	.956		.020
	N	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.487**	.680**	.590**	.690**	.579**	.424*	1
	Sig. (2-tailed)	.006	.000	.001	.000	.001	.020	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

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

4. Minat

Correlations

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	TOTAL
Y1.1	Pearson Correlation	1	.579**	.221	.284	.481**	.511**	.805**
	Sig. (2-tailed)		.001	.241	.128	.007	.004	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y1.2	Pearson Correlation	.579**	1	.145	.299	.238	.375*	.667**
	Sig. (2-tailed)	.001		.444	.108	.206	.041	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y1.3	Pearson Correlation	.221	.145	1	-.132	.587**	.239	.490**
	Sig. (2-tailed)	.241	.444		.487	.001	.202	.006
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y1.4	Pearson Correlation	.284	.299	-.132	1	.156	.432 [†]	.514**
	Sig. (2-tailed)	.128	.108	.487		.409	.017	.004
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y1.5	Pearson Correlation	.481**	.238	.587**	.156	1	.492**	.731**
	Sig. (2-tailed)	.007	.206	.001	.409		.006	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y1.6	Pearson Correlation	.511**	.375*	.239	.432 [†]	.492**	1	.765**
	Sig. (2-tailed)	.004	.041	.202	.017	.006		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.805**	.667**	.490**	.514**	.731**	.765**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.006	.004	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Lampiran 4 Uji Reliabilitas

1. Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.503	5

2. Lokasi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.600	5

3. Religiusitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.596	6

4. Minat

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.749	6

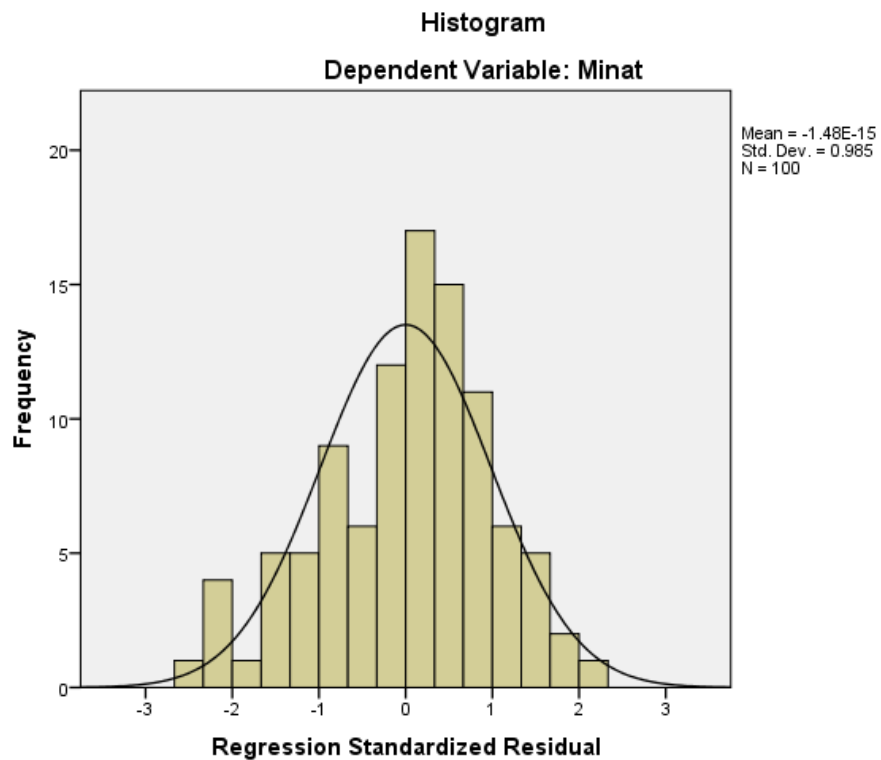
Lampiran 5 Analisis Deskriptive

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Pelayanan	100	15	23	20.49	1.795
Lokasi	100	15	24	19.69	2.219
Religiusitas	100	14	23	18.95	2.037
Minat	100	13	24	19.55	2.226
Valid N (listwise)	100				

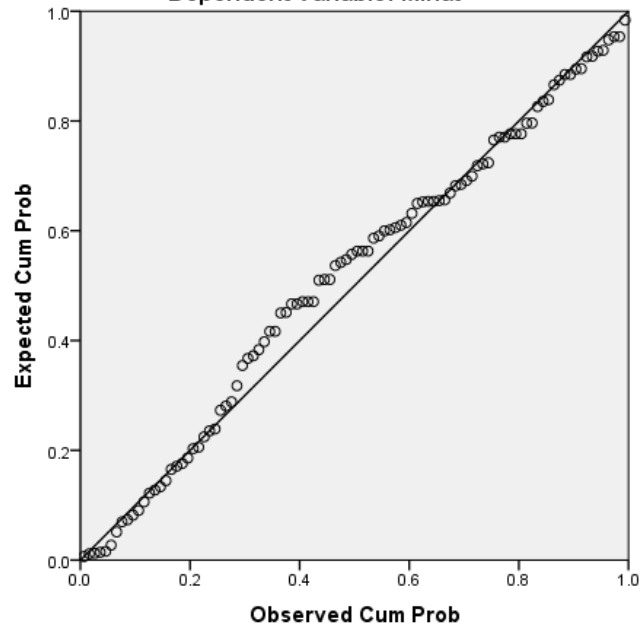
Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Minat



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.16196433
Most Extreme Differences	Absolute	.089
	Positive	.035
	Negative	-.089
Test Statistic		.089
Asymp. Sig. (2-tailed)		.047 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

2. Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	12.377	3.349		3.695	.000		
Kualitas Pelayanan	.190	.145	.142	1.311	.193	.763	1.311
Lokasi	.327	.139	.275	2.355	.021	.653	1.532
Religiusitas	.043	.132	.035	.325	.746	.763	1.311

a. Dependent Variable: Minat

3. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.679	2.024		.336	.738
	Kualitas Pelayanan	-.028	.088	-.037	-.317	.752
	Lokasi	-.073	.084	-.108	-.867	.388
	Religiusitas	.126	.080	.181	1.572	.119

a. Dependent Variable: ABS_RES

Lampiran 7 Uji Regresi Linier Berganda dan Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.085	3.484		2.033	.045
	Kualitas Pelaynan	.189	.164	.122	1.150	.253
	Lokasi	.317	.131	.251	2.421	.017
	Religiusitas	.267	.101	.248	2.628	.010

a. Dependent Variable: Minat

Lampiran 8 Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	124.207	3	41.402	8.152	.000 ^b
	Residual	487.553	96	5.079		
	Total	611.760	99			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), Religiusitas, Lokasi, Kualitas Pelayanan

Lampiran 9 Uji Koefisiensi Determinan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.451 ^a	.203	.178	2.25359

a. Predictors: (Constant), Religiusitas, Lokasi, Kualitas Pelayanan

Lampiran 10 Surat Izin Penelitian



PEMERINTAH KABUPATEN KENDAL
KECAMATAN CEPIRING
DESA GONDANG
Alamat : Jl Raya Gondang Nomor 13 Telp (0294) 382876
Cepiring Kode Pos 51352

SURAT KETERANGAN

Nomor : 145/12/VII/2023

Dasar : Surat dari Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dengan Nomor 1922/Un. 10. 5/D1/PG.00.00/05/2023, tanggal 25 Mei 2023 perihal permohonan Riset/Penelitian.

Sehubungan dengan hal tersebut, yang bertanda tangan di bawah ini Kepala Desa Gondang Kecamatan Cepiring Kabupaten Kendal dengan ini memberikan izin riset/penelitian kepada Mahasiswa sebagaimana tersebut di bawah ini:

Nama : Hanifatul Hidayah
NIM : 1905036093
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Desa Gondang Kecamatan Cepiring Kabupaten Kendal)
Perguruan Tinggi : UIN Walisongo Semarang

Bahwa mahasiswa yang bersangkutan akan melaksanakan penelitian di wilayah Desa Gondang Kecamatan Cepiring Kabupaten Kendal dari tanggal 29 Mei 2023 s/d selesai.

Demikian surat keterangan ini untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.



Lampiran 11 Dokumentasi Responden



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

IDENTITAS DIRI

Nama : Hanifatul Hidayah
Tempat, Tanggal Lahir : Kendal, 14 Mei 2001
Alamat : Ds. Gondang Rt.04/Rw.05, Kecamatan Cepiring,
Kabupaten Kendal
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Nomor Hp : 089530886988
E-mail : hanifahidayah92@gmail.com

PENDIDIKAN

SD : SDN 1 Gondang
SMP : SMP N 1 Cepiring
SMK : SMK N 1 Kendal

LATAR BELAKANG KELUARGA

Ayah

Nama : Irkham
Tempat, Tanggal Lahir : Kendal, 14 Mei 1966
Pekerjaan : Wiraswasta

Ibu

Nama : Suryati
Tempat, Tanggal Lahir : Kendal, 10 Oktober 1971
Pekerjaan : Wiraswasta