

**PENGARUH PENGETAHUAN TENTANG PRODUK PERBANKAN SYARIAH,
KEPERCAYAAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT MASYARAKAT
MENABUNG DI BANK SYARIAH INDONESIA**

(Studi pada Masyarakat Kelurahan Trimulyo Genuk Semarang)

SKRIPSI

*Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1) dalam Ilmu Perbankan
Syariah*



Oleh :

Sania Faza Husna

1905036126

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

2024

PERSETUJUAN PEMBIMBING



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

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (Empat) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi

An. Sania Faza Husna

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo Semarang

Assalamualaikum Wr. Wb

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

Nama : Sania Faza Husna

NIM : 1905036126

Jurusan : SI Perbankan Syariah

Judul Skripsi: "Pengaruh Pengetahuan Tentang Produk Perbankan Syariah, Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia Studi Pada Masyarakat Kelurahan Trimulyo Genuk)".

Dengan ini kami mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera di munaqosahkan.

Demikian harap menjadi maklum.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Semarang, 17 September 2024

Pembimbing I

Dr. H. Muchamad Fauzi, S.E., M.M
NIP. 197302172006041001

Pembimbing II

Septianna Na'afi, M.S.I.
NIP. 198909242019032018

PENGESAHAN



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

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi saudara :

Nama : Sania Faza Husna

NIM : 1905036126

Judul Skripsi : Pengaruh Pengetahuan Tentang Produk Perbankan Syariah, Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia (Studi Pada Masyarakat Kelurahan Trimulyo Genuk Semarang)

Telah dimunaqosahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan **LULUS** dengan predikat cumlaude/baik/cukup, pada tanggal : 25 September 2024

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 tahun akademik 2024/2025.

Semarang, 25 September 2024

Ketua Sidang

Azizatur Rahma, M.A
NIP. 199406152020122011

Sekretaris Sidang

Septianna Na'afi, M.S.I.
NIP. 198909242019032018

Penguji I

Singgih Mubefamtohad, M.E.I
NIP. 198210312015031003



Penguji II

Ana Zahrotun Nihayah, M.A
NIP. 198907082019032018

Pembimbing I

Dr. H. Muchamad Fauzi, S.E., M.M
NIP. 197302172006041001

Pembimbing II

Septianna Na'afi, M.S.I.
NIP. 198909242019032018

MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٥﴾ إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٦﴾ فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ ﴿٧﴾ وَإِلَىٰ رَبِّكَ
فَارْغَبْ ﴿٨﴾

Artinya: "Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain. Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap". (QS. Al-Insyirah. 6-8)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mempersembahkan skripsi yang telah penulis susun kepada:

1. Kedua orang tua yang saya cintai yang telah memberikan dukungan moral maupun materi serta doa yang tiada henti untuk kesuksesan saya.
2. Keluarga besar saya terima kasih selalu memberi dukungan, nasehat, motivasi serta doa kepada saya.

DEKLARASI



**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

DEKLARASI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sania Faza Husna
NIM : 1905036126
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :

“PENGARUH PENGETAHUAN TENTANG PRODUK PERBANKAN SYARIAH,
KEPERCAYAAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT
MASYARAKAT MENABUNG DI BANK SYARIAH INDONESIA (STUDI PADA
MASYARAKAT KELURAHAN TRIMULYO GENUK SEMARANG)”.

Dengan penuk kejujuran serta tanggung jawab, penulis melaporkan bahwa skripsi ini tidak berisi modul yang sudah sempat ditulis oleh orang lain ataupun diterbitkan. Demikian pula skripsi ini tidak berisi pikiran-pikiran orang lain, kecuali data yang ada dalam rujukan yang dijadikan bahan referensi.

Semarang, 18 September 2024

Deklarator



PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi merupakan hal yang penting dalam skripsi karena pada umumnya banyak istilah Arab, nama orang, judul buku, nama lembaga dan lain sebagainya yang aslinya ditulis dengan huruf Arab harus disalin ke dalam huruf Latin. Untuk menjamin konsistensi, perlu ditetapkan satu pedoman transliterasi sebagai berikut:

A. Konsonan

ء = '	ز = z	ق = q
ب = b	س = s	ك = k
ت = t	ش = sy	ل = l
ث = ts	ص = sh	م = m
ج = j	ض = dl	ن = n
ح = h	ط = th	و = w
خ = kh	ظ = zh	ه = h
د = d	ع = '	ي = y
ذ = dz	غ = gh	
ر = r	ف = f	

B. Vokal

- = a
- = i
- = u

D. Diftong

اي = ay

او = aw

E. Syaddah (ّ)

Syaddah dilambangkan dengan konsonan ganda, misalnya الطبّ
al-thibb.

F. Kata Sandang (ال ...)

Kata sandang (ال ...) ditulis dengan al-... misalnya الصناعة = alshina
'ah. Al- ditulis dengan huruf kecil kecuali jika terletak pada
permulaan kalimat.

G. Ta' Marbutah (ة)

Setiap ta' marbutah ditulis dengan "h" misalnya لمعيشة الطبّ-عة al-ma'isyah al-
thabi'iyah.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan tentang produk perbankan syariah, kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah indonesia. Penelitian ini dilakukan pada masyarakat Kelurahan Trimulyo Genuk dengan alasan minat menabung di bank syariah pada Kelurahan Trimulyo masih cukup rendah tidak sebanding dengan banyaknya masyarakat yang mayoritas beragama muslim sehingga perlu dilakukan analisis mengenai rendahnya minat menabung di Kelurahan Trimulyo. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan menggunakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada masyarakat Kelurahan Trimulyo Genuk Semarang. Sampel yang diambil sebanyak 97 responden dengan teknik *purposive sampling*. Data yang diperoleh kemudian diolah menggunakan alat bantu IBM SPSS Versi 24. Analisis data menggunakan model regresi linier berganda untuk menguji hubungan antara variabel independen yaitu pengetahuan produk bank syariah, kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap variabel dependen yaitu minat menabung di bank syariah indonesia. Berdasarkan hasil analisis dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel pengetahuan produk berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat menabung, kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung dan variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. Hasil uji simultan menunjukkan bahwa variabel pengetahuan produk, kepercayaan dan kualitas pelayanan secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung pada bank syariah indonesia.

Kata Kunci: Minat Menabung, Pengetahuan Produk, Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan.

ABTRACT

This research aims to determine the influence of knowledge about sharia banking products, trust and service quality on people's interest in saving at Indonesian sharia banks. This research was conducted on the people of Trimulyo Genuk Village for the reason that interest in saving at sharia banks in Trimulyo Village is still quite low, not comparable to the large number of people who are predominantly Muslim, so it is necessary to analyze the low demand for savings in Trimulyo Village. The research method used is a quantitative method using primary data obtained through distributing questionnaires to the community of Trimulyo Genuk Village, Semarang. The sample taken was 97 respondents using purposive sampling technique. The data obtained was then processed using the IBM SPSS Version 24 tool. Data analysis used a multiple linear regression model to test the relationship between the independent variables, namely knowledge of sharia bank products, trust and service quality with the dependent variable, namely interest in saving at Indonesian sharia banks. Based on the results of the analysis, it can be concluded that the product knowledge variable has a negative and insignificant effect on interest in saving, trust has a positive and significant effect on interest in saving and the service quality variable has a positive and significant effect on interest in saving. Simultaneous test results show that the variables of product knowledge, trust and service quality together have a significant influence on interest in saving at Indonesian sharia banks.

Keywords: Interest in Saving, Product Knowledge, Trust and Service Quality.

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, penulis panjatkan puja dan puji syukur atas kehadiran-Nya, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan inayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Pengetahuan Tentang Produk Perbankan Syariah, Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia (Studi Pada Masyarakat Kelurahan Trimulyo Genuk Semarang)** sebagai salah satu syarat akademik dalam menyelesaikan studi S1 Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Dalam penyusunan tugas akhir ini, penulis telah banyak mendapatkan bimbingan, arahan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan rasa hormat, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Nizar, M.Ag. selaku rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Nur Fatoni, M.Ag. selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
3. Bapak Arif Afendi, S.E., M.Sc. selaku Ketua Program Studi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
4. Ibu Mardhiyaturrositaningsih, M.E. selaku Sekretaris Jurusan prodi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
5. Bapak Dr. H. Muchammad Fauzi, S.E., M.M selaku dosen pembimbing I dan Ibu Septiana Na'afi, M.Si. selaku dosen pembimbing II yang selalu bersedia meluangkan waktu, memberikan arahan, masukan serta saran dan bimbingan. Sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.
6. Bapak Choirul Huda, M.A.g. selaku dosen wali yang telah sabar memberikan arahan dan masukan selama penulis menuntut ilmu di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
7. Seluruh dosen beserta staf Program Studi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang telah membantu, mendidik, dan memberikan ilmu yang bermanfaat selama menjalani perkuliahan.
8. Teman-teman yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu persatu yang telah aktif memberi dukungan, motivasi, masukan dan bantuan kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Masyarakat Kelurahan Trimulyo yang telah berpartisipasi menjawab pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner sehingga sangat membantu dalam mendapatkan informasi yang akurat dan berguna. Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari sepenuhnya bahwa banyak kelemahan dan kekurangan

dari berbagai sisi. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini kedepan.

Semarang, 25 September 2024

Sania Faza Husna

NIM : 1905036126

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	i
PENGESAHAN.....	ii
MOTTO.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
DEKLARASI.....	v
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	vi
ABSTRAK.....	viii
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.5 Sistematika Penulisan	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Landasan Teori	15
2.1.1 Teori Perilaku Terencana (<i>Theory of Planned Behavior</i>).....	15
2.1.2 Pengertian Perbankan Syariah	18
2.1.3 Akad-Akad dalam Perbankan Syariah	18
2.1.4 Prinsip Perbankan Syariah	20
2.1.5 Pengetahuan Produk Bank Syariah.....	21
2.1.6 Kepercayaan	24
2.1.7 Kualitas Pelayanan.....	26
2.1.8 Minat Menabung	27

2.2	Penelitian Terdahulu	18
2.3	Kerangka Teoritis.....	39
2.4	Hipotesis Penelitian.....	40
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		52
3.1	Jenis Penelitian.....	52
3.2	Populasi dan Sampel	52
3.3	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	54
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	55
3.5	Metode Analisis Data.....	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		60
4.1	Penyajian Data	60
4.1.1	Gambaran Umum Kelurahan Trimulyo, Genuk, Kota Semarang.....	60
4.1.2	Identitas Responden	64
4.1.3	Deskriptif Variabel Penelitian.....	66
4.1.4	Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	70
4.2	Analisis Data dan Interpretasi Data.....	72
4.2.1	Hasil Analisis Data.....	72
4.2.1.1	Uji Asumsi Klasik.....	72
4.2.1.2	Uji Regresi Linier Berganda	74
4.2.1.3	Uji Hipotesis	76
4.2.2	Hasil Interpretasi Data	78
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		74
5.1	Kesimpulan	74
5.2	Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA		74

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Prariset Presentase Pengguna BSI di Kelurahan Genuk.....	6
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 3.1	Definisi Operasional.....	45
Tabel 3.2	Skala Penilaian Linkert.....	47
Tabel 4.1	Jumlah Penduduk Kelurahan Trimulyo.....	52
Tabel 4.2	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
Tabel 4.3	Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	57
Tabel 4.4	Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	57
Tabel 4.5	Distribusi Jawaban Responden Variabel Pengetahuan Produk.....	58
Tabel 4.6	Distribusi Jawaban Responden Variabel Kepercayaan.....	59
Tabel 4.7	Distribusi Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan.....	60
Tabel 4.8	Distribusi Jawaban Responden Variabel Minat Menabung.....	61
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas.....	62
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas.....	63
Tabel 4.11	Hasil Uji Normalitas.....	64
Tabel 4.12	Hasil Uji Multikolienaritas.....	65
Tabel 4.13	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	66
Tabel 4.14	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	67
Tabel 4.15	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	68
Tabel 4.16	Hasil Uji T.....	69
Tabel 4.17	Hasil F.....	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Total Aset Bank Umum Syariah & Unit Usaha Syariah.....	3
Gambar 1.2	Daftar Sepuluh Bank Terbaik Di Indonesia.....	4
Gambar 2.1	<i>Theory of Planned Behavior</i>	17
Gambar 2.2	Kerangka Konseptual	39
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Kelurahan Trimulyo, Genuk, Semarang	54
Gambar 4.2	Grafik Uji Normalitas	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian	79
Lampiran 2	Data Responden-Pra Riset.....	83
Lampiran 3	Data Responden	127
Lampiran 4	Hasil Data Variabel Pengetahuan Produk (X1)	129
Lampiran 5	Hasil Data Variabel Kepercayaan (X2).....	131
Lampiran 6	Hasil Data Variabel Kualitas Pelayanan (X3).....	133
Lampiran 7	Hasil Data Variabel Minat Menabung (Y).....	135
Lampiran 8	Hasil Olah SPSS.....	137

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Masyarakat di negara maju dan berkembang sangat memerlukan bank sebagai transaksi keuangan. Masyarakat memandang bank sebagai tempat yang aman di mana mereka dapat melakukan berbagai transaksi keuangan. Menabung dan mengarahkan uang merupakan dua jenis kegiatan keuangan yang sering kali dilakukan masyarakat baik di negara berkembang juga negara maju, Dengan menghimpun uang dari masyarakat umum dan menyalurkannya kepada mereka dalam bentuk kredit atau produk lainnya, bank merupakan jenis bisnis tertentu yang berupaya meningkatkan standar hidup banyak orang. Bank adalah organisasi yang menangani transfer uang, pinjaman, dan penerimaan simpanan sebagai tiga operasi bisnis utamanya. Akibatnya, bank akan selalu terkait dengan masalah keuangan di mana uang digunakan sebagai alat tukar dan perdagangan yang signifikan terjadi secara bertahap.¹ Singkatnya, industri perbankan mencakup tiga fungsi utama: memperoleh dan mengalokasikan uang tunai, serta menawarkan layanan keuangan tambahan. Di Negara Indonesia sendiri eksistensi perbankan syariah secara yuridis telah dimulai dengan dikeluarkannya paket kebijakan oktober 1988 (Pakto 88). Sedangkan secara kelembagaan dimulai dengan berdirinya Bank Muamalah Indonesia (BMI) pada tahun 1991 dimana pada saat itu ia menjadi satu-satunya bank yang murni menerapkan prinsip syariah dalam menjalankan kegiatan usahanya.²

Perbankan syariah berkembang pesat sejak disahkannya Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan yang menyebutkan bahwa bank dapat beroperasi atas dasar bagi hasil. Hal ini kemudian dipertegas lagi dengan Peraturan Pemerintah Nomor 72 Tahun 1992 tentang Bank Berdasarkan Prinsip Bagi Hasil. Menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 72 Tahun 1992, bank didefinisikan sebagai bank umum atau bank perkreditan rakyat yang menjalankan usahanya semata-mata atas dasar bagi hasil. Definisi ini didasarkan pada konsep bank yang kemudian diperbarui menjadi Undang-Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998 yang menetapkan bank yang menjalankan kegiatan usahanya atas dasar bagi hasil.

Model bagi hasil yang digunakan oleh bank Islam untuk mengambil keuntungan sangat berbeda dengan model bagi hasil yang digunakan oleh bank konvensional, yang terkenal menggunakan bunga untuk mengekstraksi laba. Prinsip utama perbankan Islam adalah pembatasan penggunaan dalam semua jenis transaksi. Operasi komersialnya dilakukan berdasarkan prinsip keadilan (*fairness*), kesetaraan (*equity*), dan

¹ Bustari Muchtar, Rose Rahmidani, dkk, Bank dan Lembaga Keuangan Lain, (Jakarta: Kencana, 2016), h.54

² Febrian, J., & Budianto, E. W. H. (2023). Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, Produk, Pelayanan, dan Religiusitas terhadap Minat Menabung.

transparansi (*openness*). Ia juga membentuk hubungan yang saling menguntungkan dan berkewajiban untuk memperoleh keuntungan perusahaan dengan cara yang sesuai dengan hukum Islam. Lebih jauh, bank Islam harus memberikan zakat untuk mendukung peningkatan masyarakat setempat.³ Bank Islam menjalankan bisnis sesuai dengan ajaran agama Islam, yang bersumber dari Al-Quran dan Sunnah Nabi Muhammad SAW (hadits).⁴ Prinsip-prinsip ini merupakan pedoman dasar atau pedoman awal yang bersumber dari hukum Islam.

Bank konvensional dan bank Islam beroperasi berdasarkan prinsip yang berbeda. Perbedaan utama terletak pada laba yang diperoleh; bank Islam menggunakan prinsip bagi hasil, sedangkan bank tradisional dikenal dengan praktik berbasis bunga. Pembatasan penggunaan dalam segala bentuk transaksi merupakan prinsip dasar perbankan Islam. Melalui pelaksanaan operasi bisnis yang berlandaskan keadilan (*fairness*), ekuitas (*equity*), dan transparansi (*openness*), terbentuklah kemitraan yang saling menguntungkan, dan tanggung jawab untuk memperoleh laba perusahaan secara halal pun ditegakkan.⁵ Pembayaran zakat juga diperlukan bagi bank syariah untuk berkontribusi dalam perbaikan masyarakat setempat. Kehadiran bank syariah dengan berbasis pada ciri-cirinya yang berbeda dari bank konvensional diharapkan mampu menjadi fase bagi perkembangan perekonomian di sektor UMKM. Pada kenyataannya disini bank syariah memiliki potensi pasar yang menjanjikan untuk memasarkan produk- produknya di Indonesia.⁶ Hal ini adalah peluang terbuka yang dimiliki oleh bank syariah tinggal bagaimana upaya bank syariah mengekspos produk-produk berbasis syariah yang berbeda dengan konvensional agar semakin diminati oleh masyarakat.

Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK), total aset yang dimiliki bank umum syariah (BUS) dan unit usaha syariah (UUS) di Indonesia mencapai Rp801,68 triliun pada Juni 2023.⁷ Jumlah tersebut naik 2,04% dibandingkan pada bulan sebelumnya yang sebesar Rp785,65 triliun. Jika dibandingkan dengan periode yang sama tahun sebelumnya, total aset BUS dan UUS per Juni 2023 naik 13,95%. Sebelumnya, total aset BUS dan UUS sebesar Rp703,55 triliun pada Juni 2022. Secara rinci, total aset yang dimiliki BUS sebesar Rp541,07 triliun pada bulan keenam tahun ini. Sedangkan, total aset yang dimiliki UUS sebanyak

³ Abdul Ghofur Ansori, "Sejarah Perkembangan Hukum Perbankan Syariah di Indonesia dan Implikasinya bagi Praktik Perbankan Nasional", *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. II, No. 2 (Desember, 2008), h. 161.

⁴ Setia Budi Wilardjo, "Pengertian, Peranan, dan Perkembangan Bank Syariah di Indonesia", *Value Added*, Vol. 2, No. 1 (September, 2004 – Maret, 2005), h. 9.

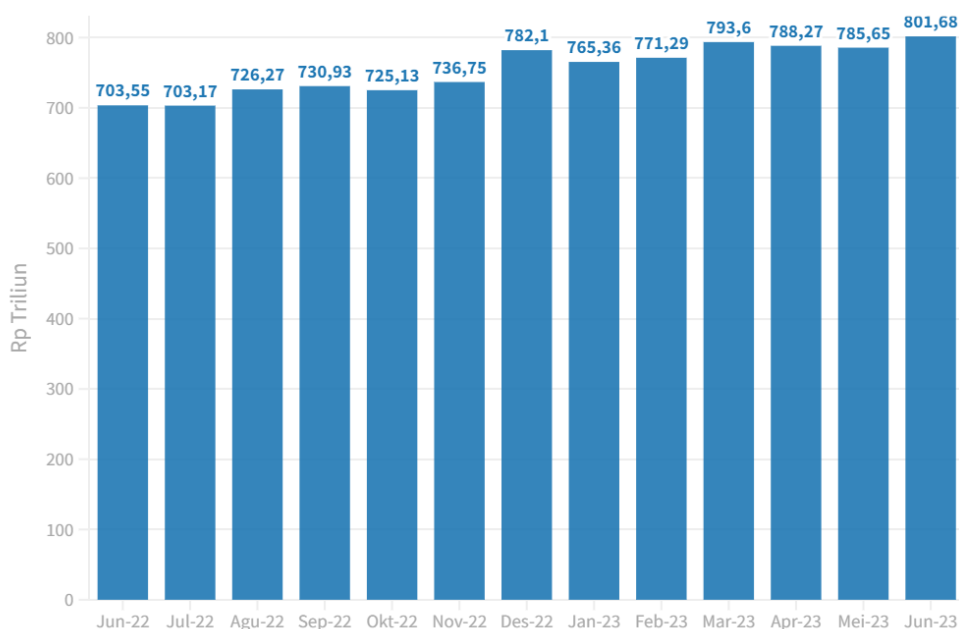
⁵ Nengsih, T. A., Arsa, A., & Putri, P. S. (2021). Determinan minat menabung masyarakat di Bank Syariah: Studi empiris di kota Jambi. *Perbanas Journal of Business and Banking*, 11(1), 93-111.

⁶ Febrian, J., & Budianto, E. W. H. (2023). Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, Produk, Pelayanan, dan Religiusitas terhadap Minat Menabung.

⁷ Annisa Mutia, "Survei Jumlah Aset Umum Syariah dan Umi Usaha Syariah, Katadata.co.id, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/05/20/total-aset-bank-umum-syariah-dan-unit-usaha-syariah-naik-128-pada-januari-2022>

Rp260,61 triliun. Adapun, total kantor BUS dan UUS di Indonesia tercatat sebanyak 2.386 unit pada Juni 2023. Jumlah itu bertambah enam unit dibandingkan pada bulan sebelumnya yang sebanyak 2.445 unit. Sementara, jumlah anjungan tunai mandiri (ATM) yang dimiliki BUS dan UUS di tanah air sebanyak 4.609 unit pada Juni 2023. Jumlah itu hanya mengalami peningkatan dua unit dari bulan sebelumnya yang sebanyak 4.067 ATM. Sementara itu, tenaga kerja perbankan syariah mengalami kenaikan sebanyak 458 orang menjadi 56.298 tenaga kerja per Januari 2022. Pada Januari 2021, terdapat 55.840 tenaga kerja. Adapun secara total, jaringan kantor berdasarkan kategori BUS sebanyak 499 KC dan 1.345 KCP/UPS per Januari 2022.⁸

Gambar 1.1 Total Aset Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah



Sumber : databoks.katadata.co.id, 2023

Kehadiran bank syariah di era perbankan konvensional bertujuan untuk menawarkan jalan keluar sistem perbankan untuk umat Islam yang membutuhkan ataupun yang ingin mendapatkan layanan jasa perbankan tanpa dengan melanggar larangan syariah berupa bunga dan yang lainnya.⁹ Sebagaimana dikatakan oleh pakar ekonomi muslim, terdapat dua alibi pokok dalam berdirinya bank syariah, meliputi terdapat unsur pemikiran kalau bunga (interest) pada bank konvensional itu hukumnya dilarang sebab

⁸ Annisa Mutia, 'Survei Jumlah Aset Umum Syariah dan Umi Usaha Syariah, Katadata.co.id, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/05/20/total-aset-bank-umum-syariah-dan-unit-usaha-syariah-naik-128-pada-januari-2022>

⁹ Ahmadi, R., & Siswanto, S. (2023). Pengaruh Service Quality dan Tingkat Religiusitas terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 7(1), 164-170.

tercantum dalam jenis riba yang dilarang oleh syariat, tidak hanya pada islam namun pula oleh agama samawi lain nya, kemudian kedua dari aspek ekonomi, penyerahan efek usaha terhadap suatu pihak dinilai melanggar norma keadilan serta bisa memunculkan rasa memperdulikan diri sendiri (*selfishness*).¹⁰

Keyakinan bahwa bunga pada bank konvensional dilarang oleh hukum Islam menyebabkan berdirinya perbankan Islam di Indonesia, sedangkan dari segi ekonominya dinilai melanggar norma keadilan karena penyerahan resiko hanya dibebankan pada salah satu pihak saja. PT Bank Syariah Indonesia Tbk. BSI mencatat total nasabah hingga periode Mei 2023 terpantau terus mengalami pertumbuhan mencapai 18,7 juta nasabah tumbuh dari posisi awal yang tercatat sebanyak 12 juta hingga 13 juta nasabah pada 2021 saat BRIS pertama kali melakukan merger. PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) mencatat jumlah pengguna BSI Mobile pada 2022 naik 39 persen dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya (year-on-year/yoy) sehingga mencapai 4,81 juta pemakai aplikasi tersebut.¹¹

Gambar 1.2 10 Bank Terbaik di Indonesia



Rank	Name	Headquarters	Employees	
1	Bank Central Asia	Indonesia	24.603	
2	Bank DBS Indonesia	Singapore	30.000	
3	Bank Mandiri	Indonesia	37.448	
4	United Overseas Bank	Singapore	25.466	
5	Bank Syariah Indonesia	Indonesia	20.000	
6	Citibank	United States	210.000	
7	Bank Jago	Indonesia	255	
8	BCA Syariah	Indonesia	581	
9	HSBC Holdings	United Kingdom	226.000	
10	Bank Negara Indonesia	Indonesia	27.202	

Sumber : suara pemerintah.id, 2023

¹⁰ Annisa Mutia, 'Survei Jumlah Aset Umum Syariah dan Umi Usaha Syariah, Katadata.co.id, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/05/20/total-aset-bank-umum-syariah-dan-unit-usaha-syariah-naik-128-pada-januari-2022>

¹¹ Reza Amalia, '10 Bank Terbaik di Indonesia Surat Pemerintah, <https://id.images.search.yahoo.com/search/images>

Pada tahun pertama BSI sejak merger tahun lalu mampu menorehkan kinerja positif, dengan perolehan laba bersih mencapai Rp3,03 triliun naik 38,42 persen secara year on year (YoY). Raihan impresif itu sejalan dengan konsistensi BSI dalam membangun pondasi, transformasi digital dan pengembangan ekosistem halal di Indonesia. Secara digital, per Desember 2021, BSI Mobile memiliki 124,54 juta transaksi kumulatif, yang menunjukkan pertumbuhan YoY hampir 169%. Total penyaluran pembiayaan mencapai Rp171,29 triliun atau naik sekitar 9,32 persen secara YoY dari tahun sebelumnya yang sebesar Rp156,70 triliun. Rinciannya, pembiayaan konsumen mencapai Rp82,33 triliun, naik sekitar 19,99 persen secara YoY dari sebelumnya yang sebesar Rp 68,61 triliun. Disusul pembiayaan gadai emas yang bertumbuh 12,92 persen secara YoY. Sementara itu pembiayaan mikro tumbuh 12,77 persen dan pembiayaan komersial tumbuh 6,86 persen. Dari sisi kualitas pembiayaan, BSI mencatatkan NPF Nett yang membaik menjadi 0,87 persen pada Desember 2021. Untuk penghimpunan Dana Pihak Ketiga (DPK), perseroan terus meningkatkan pertumbuhan tabungan khususnya tabungan Wadiah. Posisi Desember 2021, tabungan Wadiah tumbuh signifikan yang mencapai 15,30 persen secara YoY atau menjadi Rp34,10 triliun. Sementara untuk total tabungan mencapai Rp99,37 triliun atau bertumbuh 12,84 persen pada kurun waktu yang sama. Atas pencapaian kinerja itu, BSI pun dapat membayar zakat perusahaan kepada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) sebesar lebih dari Rp122,5 miliar dan tercatat sebagai pembayaran zakat perusahaan yang terbesar dalam sejarah Indonesia.

Masyarakat merupakan suatu bentuk kehidupan bersama untuk jangka waktu yang cukup lama sehingga menghasilkan suatu adat istiadat, masyarakat merupakan setiap kelompok manusia yang telah hidup dan bekerja bersama cukup lama, sehingga mereka dapat mengatur diri mereka dan menganggap diri mereka sebagai suatu kesatuan sosial dengan batas-batas yang dirumuskan dengan jelas.¹² Dalam interaksi sosial, individu bereaksi membentuk pola sikap tertentu terhadap berbagai objek psikologis yang dihadapinya. Pengalaman pribadi, budaya, individu berpengaruh lainnya, media, lembaga pendidikan dan agama, serta komponen emosional seseorang, hanyalah beberapa dari banyak variabel yang membentuk opini seseorang.¹³

Masyarakat Kelurahan Trimulyo Genuk Semarang, adalah masyarakat yang mayoritas beragama islam. Dengan demikian tentu para masyarakat ini seharusnya sudah tahu tentang bahaya, resiko, dan dampak atau dosa yang ditimbulkan dari transaksi yang mengandung riba, namun kenyataannya masih

¹² Nengsih, T. A., & Olida, A. (2021). Analisis Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah Indonesia Studi Empiris Desa Pelawan Jaya. *Al-Mashrafyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan, dan Perbankan Syariah*, 5(2), 28-39.

¹³ Najah, T. Z., Ilmi, S., Aly, D. M., & Muhadi, M. F. (2024). Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan, Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(5), 3536-3544

Banyak masyarakat Trimulyo yang masih menggunakan atau menabung di bank konvensional, dan banyak pula yang belum membuat rekening tabungan atau menabung di bank syariah. Penilaian yang dibuat oleh masyarakat akan dipengaruhi oleh pemahaman dan pengetahuan tentang bank syariah. Keinginan untuk membuka rekening di bank syariah berkorelasi positif dengan pengetahuan tentang bank syariah; sebaliknya, pengetahuan yang kurang tentang bank syariah berkorelasi positif dengan rendahnya minat dan keinginan untuk membuka rekening di bank syariah.

Berdasarkan dari wawancara kepada Masyarakat Kelurahan Trimulyo, Kecamatan Genuk, Kota Semarang bahwa pengguna BSI pada daerah tersebut ternyata masih cukup sedikit. Pra riset dilakukan guna mengukur seberapa besar pengguna Bank Syariah Indonesia di Kelurahan Trimulyo. Target prariset dilakukan di kalangan masyarakat Kelurahan Trimulyo Kecamatan Genuk. Berikut pengguna Bank Syariah Indonesia pada Kelurahan Trimulyo sebagai berikut :

Tabel 1.1
Prariset Presesntase Pengguna BSI di Kelurahan Genuk

Jumlah Masyarakat 17-60 Tahun	Sudah Menggunakan BSI	Belum Menggunakan BSI
2317	691	1.626

Sumber : Data Diolah Peneliti, 2023

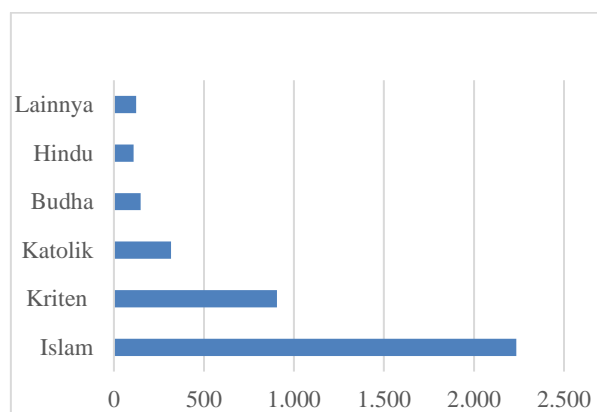
Berdasarkan data diatas, jumlah masyarakat kelurahan Trimulyo dengan rentan umur 17-60 tahun sebanyak 1.626 orang. Terdata dari hasil prariset masyarakat yang sudah menggunakan Bank Syariah Indonesia sebanyak 691 orang saja dan sisanya sebanyak 1.626 orang belum menggunakan Bank Umum Syariah (BSI). Dimana presentase penggunaan Bank Syariah Indonesia di Kelurahan Trimulyo hanya sebesar 30% saja. Sisanya sebanyak 1.626 orang atau sekitar 70% masih belum menggunakan menggunakan Bank Syariah Indonesia. Beberapa di wawancarai alasan belum menggunakan Bank Syariah Indonesia sebab mereka belum banyak mengetahui apa saja produk-produk dan layanan dari Bank Syariah Indonesia sehingga mereka lebih memilih bank konvensional saja. Masih rendahnya minat menggunakan Bank Syariah Indonesia di Kelurahan Genuk yang mendasari peneliti untuk melakukan penelitian di Kelurahan Trimulyo, Kecamatan Genuk, Kota Semarang.

Jumlah nasabah bank syariah di Indonesia di setiap tahunnya selalu mengalami peningkatan. Salah satu hal yang mempengaruhinya adalah semakin banyaknya bank di Indonesia yang telah mengoperasikan prinsip syariah di dalamnya. Hal ini juga menjadi dampak yang baik bagi perkembangan bank syariah di

Indonesia.¹⁴ Akan tetapi jumlah nasabah bank syariah masih terlihat sangat sedikit jika dibandingkan dengan jumlah warga masyarakat di Indonesia yang beragama Islam. Presentase dari keikutsertaan masyarakat muslim di Indonesia hanya 9,13 % dibandingkan dengan jumlah keseluruhan masyarakat muslim Indonesia. Sama halnya jumlah masyarakat yang beragama muslim di Kelurahan Trimulyo, Kecamatan Genuk, Kota Semarang mayoritas beragama muslim dengan prosentase sebesar 58%. Berikut dibawah ini mayoritas masyarakat beragama di Kelurahan Trimulyo, Kecamatan Genuk, Kota Semarang :

Tabel 1.2

Jumlah Masyarakat Kelurahan Trimulyo dalam Beragama



Sumber : Data Diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan tabel diatas, mayoritas masyarakat Kelurahan Trimulyo, Kecamatan Genuk, Kota Semarang beragama islam atau muslim. Masih rendahnya minat menabung atau menjadi nasabah bank syariah pada Kelurahan Trimulyo Kecamatan Genuk tidak sejalan dengan jumlah masyarakat yang mayoritas beragama islam, sehingga menunjukkan bahwa minat masyarakat dalam menabung di bank syariah masih cukup rendah. Dengan ini menunjukkan bahwa partisipasi Kelurahan Trimulyo, Kecamatan Genuk, Kota Semarang terhadap perkembangan perbankan syariah masih sangat kurang.¹⁵ Masyarakat Kelurahan Trimulyo juga hampir tidak mengenal pentingnya menabung di bank syariah. Banyaknya masyarakat yang lebih memilih menabung di bank konvensional dibandingkan bank syariah menunjukkan hal tersebut. Hal ini disebabkan karena sebagian masyarakat Kelurahan Trimulyo masih melakukan transaksi di bank konvensional dengan berbagai macam alasan, diduga alasan-alasan tersebut disebabkan oleh hadiah dan bonus yang ditawarkan lebih menggiurkan, pelayanan bank syariah masih kalah cepat dengan konvensional, bunga yang diberikan lebih besar, belum paham dengan sistem dan operasional yang diterapkan pada bank

¹⁴ Paraswati, D., Amin, M., & Afifudin, A. (2023). Pengaruh Pengetahuan Nasabah Tentang Riba dan Produk Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia Kcp Lawang. *El-Aswaq: Islamic Economics and Finance Journal*, 4(01).

¹⁵ Hasanah, F. (2019). Pengaruh tingkat religiusitas, pengetahuan, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap preferensi menabung mahasiswa universitas muhammadiyah Palembang pada bank syariah. *Balance: Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 4(1), 485-495.

syariah, serta rasa nyaman terhadap bank konvensional karena mereka lebih dulu mengenal bank konvensional daripada bank syariah dan jangkauan pelayanan yang di miliki oleh bank-bank syariah dan bank syariah baru menjangkau kalangan masyarakat perkotaan, itupun masih terbatas sementara masyarakat kabupaten-kabupaten lain yang belum di jangkau dengan baik padahal potensi nasabah terutama jika dasar berpikirnya kalangan muslim, tentu mayoritas di daerah.¹⁶

Layanan dan produk syariah juga masih memiliki daya saing yang rendah. Hal ini diakibatkan dari akses produk yang terbatas, harga produk yang kurang kompetitif, maupun kualitas yang lebih rendah. Melihat dari Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2019, Indeks Literasi Keuangan Syariah skala nasional sebesar 8,9 persen yang mana 9 dari 100 orang dewasa yang baru mengenal produk keuangan syariah.¹⁷ Hal tersebut jauh lebih rendah dibandingkan dengan tingkat literasi keuangan konvensional yang mencapai 38 persen. Hal ini mengakibatkan tingkat Inklusi keuangan syariah yang baru mencapai sebesar 9,1 persen, dengan ini menandakan bahwa keuangan syariah tertinggal jauh dengan tingkat inklusi keuangan konvensional yang mencapai 75,3 persen.¹⁸ Ketatnya persaingan bisnis dalam lembaga keuangan ini mengharuskan pelaku bisnis dapat mempertahankan loyalitas nasabah sehingga memilih dan tetap menjadi nasabah bank tersebut. Serta harus dapat mencari nasabah baru, dalam meningkatkan jumlah nasabah bank harus membangun dan menanamkan tingkat pengetahuan dan pemahaman masyarakat terhadap produk layanan bank syariah.¹⁹

Rendahnya daya saing produk dan layanan keuangan syariah ini diakibatkan dari akses produk yang terbatas, harga produk yang kurang kompetitif, maupun lebih rendahnya kualitas. Menurut Ketua Dewan Komisiner Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Wimboh Santoso sekarang ini kalau kita lihat faktanya bahwa dari ukuran ternyata market share masih 9,96 persen 11 dari total produk keuangan kita yang ditawarkan kepada masyarakat. Artinya masyarakat belum sepenuhnya memilih keuangan syariah. Di wilayah jakarta selain kurangnya pemahaman terhadap perbankan syariah pada masyarakat, bank syariah juga terbatas dalam kualitas SDM yang dapat menghambat upaya untuk pengembangan ekonomi dan keuangan syariah. Sangat penting bagi bank syariah agar masyarakat mengetahui produk perbankan syariah. Karena kinerja sebenarnya dari perilaku seseorang adalah produk dari respon terhadap rangsangan sensorik. Dalam kasus yang lebih spesifik, perilaku nasabah mengenai minat mereka untuk menggunakan produk ini sebenarnya

¹⁶ Haida, N., Pratama, G., Sukarnoto, T., & Widiawati, W. (2021). Pengaruh Pemahaman Masyarakat Tentang Riba Terhadap Minat Bertransaksi Di Bank Syariah. *Ecobankers: Journal of Economy and Banking*, 2(2), 131-139.

¹⁷ Faizah, N., & Sa'diyah, M. (2022, July). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Kualitas Pelayanan dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Minat Mahasiswa dalam Menabung di Bank Syariah. In *UMMagelang Conference Series* (pp. 253-266).

¹⁸ Haryono, R. (2022). Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Journal of Comprehensive Islamic Studies*, 1(1), 133-156.

¹⁹ Utami, S. P., Faradilah, T. N. M., Ariskiya, S., & Zahro, S. (2024). Efektivitas Tingkat Literasi Keuangan, Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(5), 3527-3535.

akan sangat dipengaruhi oleh pengetahuan dan kepercayaan mereka tentang apa itu produk perbankan syariah dan bagaimana cara kerjanya. Pengetahuan yang baik akan memberikan kepercayaan yang kuat yang pada akhirnya menumbuhkan minat yang kuat juga untuk menabung.²⁰

Beberapa faktor yang melatarbelakangi nasabah dalam memilih perbankan syariah yaitu berasal dari luar maupun dari nasabah itu sendiri. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan layanan perbankan syariah yang dipilih, yaitu pertama, pengetahuan mengenai produk perbankan syariah yang dipahami oleh nasabah sendiri menjadi faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih layanan perbankan syariah. Pengetahuan adalah informasi yang dapat diketahui oleh seseorang dengan pengamatan indra, pemahaman dan potensi yang sudah melekat dibenak seseorang.²¹ Secara umum, Pengetahuan masyarakat tentang perbankan syariah meliputi pengetahuan tentang definisi, produk, prinsip, layanan dan penerapan nilai-nilai syariah oleh perbankan syariah. dengan pengetahuan atau pemahaman ini, akan ikut mempengaruhi minat dan keputusan yang akan diambil oleh masyarakat. Jika pengetahuan dan pemahamannya tentang perbankan syariah rendah maka minat menabung di bank syariah juga rendah, namun sebaliknya jika pengetahuan dan pemahamannya tentang perbankan syariah itu tinggi maka minat menabungnya juga tinggi.²²

Dari pengetahuan yang dimiliki seseorang lahirlah sebuah persepsi, yang mana pengetahuan tentang sesuatu dapat memberikan persepsi yang memicu munculnya ketertarikan seseorang tentang sesuatu yang diketahui tersebut. Demikian juga, pengetahuan seseorang akan perbankan syariah dapat mendorong orang yang bersangkutan untuk bertransaksi di perbankan syariah.²³ Adapun produk atau jasa perbankan syariah yang diperlukan oleh masyarakat adalah produk simpanan seperti tabungan, karena dengan produk tabungan masyarakat dapat menyimpan uang bulanan mereka tanpa harus khawatir akan kehilangan uang tersebut. Oleh karena itulah masyarakat menjadi sasaran empuk bagi perbankan syariah untuk memasarkan produk-produk mereka, terutama produk simpanan seperti tabungan.²⁴

Kepercayaan adalah kesediaan seseorang untuk mengandalkan pihak lain dalam suatu pertukaran karena ia memiliki kepercayaan terhadap pihak lain. Karena kepercayaan merupakan faktor yang sangat penting dalam industri perbankan, maka kepercayaan nasabah terhadap bank merupakan salah satu faktor

²⁰ Sumarno, S., Nawawi, R., & Saeki, J. (2021). Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Untuk Memilih Produk Bank Syariah. *Ecobankers: Journal of Economy and Banking*, 2(2), 75-79.

²¹ Sugiarti, D. (2023). Literasi Keuangan Syariah Generasi Z dan Minatnya pada Perbankan Syariah (Studi Kasus pada Siswa SMK di Jakarta). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(1), 766-772.

²² Haryono, R. (2022). Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Journal of Comprehensive Islamic Studies*, 1(1), 133-156.

²³ Nurrohmah, R. F., & Purbayati, R. (2020). Pengaruh tingkat literasi keuangan syariah dan kepercayaan masyarakat terhadap minat menabung di bank syariah. *Jurnal Maps (Manajemen Perbankan Syariah)*, 3(2), 140-153.

²⁴ Najah, T. Z., Ilmi, S., Aly, D. M., & Muhadi, M. F. (2024). Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan, Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(5), 3536-3544.

penting yang mempengaruhi loyalitas nasabah.²⁵ Nasabah akan selalu loyal kepada bank karena bank memiliki kepercayaan nasabah yang tinggi. Melewati kepercayaan nasabah yang tinggi ini bank dapat mengumpulkan uang sebanyak-banyaknya dari nasabah. Masyarakat dari sebagian besar dari mereka menarik beberapa kesimpulan dengan penglihatan dan sumber pengetahuan yang dimiliki oleh pribadi mereka masing-masing terkait dengan bank syariah. Contoh yang banyak ditemui, yaitu masyarakat yang membedakan bank syariah dengan bank konvensional hanya sebatas pada konsep halal dan haram. Bahkan, ada yang beranggapan bahwa kedua sistem perbankan sama saja, hanya berbeda istilah atau sebutannya. Dalam hal ini menunjukkan bahwa masyarakat belum sepenuhnya percaya dengan bank syariah melihat belum banyak dari mereka mengetahui bank syariah terlebih dengan produk-produk yang dimiliki oleh bank syariah.

Dalam upaya menarik minat masyarakat untuk menabung di perbankan dapat dilakukan dengan berbagai upaya salah satunya yaitu memberikan pelayanan yang berkualitas, kualitas layanan yang diberikan perbankan dapat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, kualitas pelayanan itu sendiri dapat memberikan dorongan kepada nasabah untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perbankan. Untuk itu dalam upaya meningkatkan minat menabung nasabah diharapkan dapat memberikan yang terbaik agar persepsi nasabah positif khususnya persepsi nasabah tentang promosi dan kualitas pelayanan, oleh sebab itu dalam membangun persepsi yang baik maka perlu adanya langkah perbankan yang bijak agar mudah diterima oleh nasabah agar tidak terjadi penilaian yang buruk. Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan nasabah, kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada nasabah untuk menjalin hubungan yang kuat dengan bank. Dalam jangka panjang memungkinkan bank untuk memahami dengan seksama harapan nasabah serta kebutuhan mereka dengan demikian bank dapat meningkatkan kepuasan nasabah dengan baik

Penelitian mengenai pengaruh minat masyarakat dari penelitian terdahulu diantaranya adalah penelitian yang dilakukan oleh Dewi Sulasih, berdasarkan penelitian tersebut, faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat yaitu karena faktor sikap pelayanan, lokasi, dan keyakinan. Holiday, berdasarkan hasil penelitian tersebut, faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah untuk menabung yaitu karena faktor pelayanan, lokasi, dan bagi hasil. Sedangkan Gusmail Emmang berdasarkan hasil penelitian tersebut, faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah menabung yaitu pelayanan, lokasi, produk. Berdasarkan hasil penelusuran yang telah penulis lakukan, penelitian yang mengangkat tema tentang minat

²⁵ Paraswati, D., Amin, M., & Afifudin, A. (2023). Pengaruh Pengetahuan Nasabah Tentang Riba dan Produk Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia Kcp Lawang. *El-Aswaq: Islamic Economics and Finance Journal*, 4(01).

terhadap suatu produk bank syariah sudah ada, akan tetapi dalam setiap penelitian memiliki poin dan pembahasan yang berbedabeda, adapun beberapa penelitian terdahulu yang penulis amati dan dijadikan sebagai bahan perbandingan dalam penulisan skripsi ini di antaranya adalah sebagai berikut:

Pertama, skripsi yang ditulis oleh Nursrifida alumni UIN Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru pada fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial jurusan Akuntansi dengan judul “Pengaruh Pengetahuan Mahasiswa Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung di Perbankan Syariah (Studi Empiris pada Mahasiswa Akuntansi UIN SUSKA Riau)” yang berlokasi di UIN SUSKA Riau pada fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial. Penelitian ini difokuskan pada pengetahuan pegawai bank tentang bank syariah dan pengaruhnya terhadap keinginan membuka rekening. Nursrifida dalam penelitian ini menyatakan bahwa variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keinginan membuka rekening. Hal ini dapat dilihat dari nilai t-hitung variabel yang lebih besar dari nilai t-tabel ($2,252 > 1,992$) untuk pengetahuan mahasiswa magister tentang bank syariah.²⁶

Kedua, tesis berjudul "Pengaruh Motivasi Menghindari Riba dan Pengetahuan Produk Perbankan Syariah terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Muamalat KC Surabaya Mas Mansyur" (Jalan KH Mas Mansyur, Nyamplungan, Jawa Timur) yang ditulis oleh Siti Kholila, alumni UIN Sunan Ampel Surabaya pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, jurusan Ekonomi Islam. Hasil penelitian ini mendukung temuan Siti Kholila yang menyatakan bahwa keputusan menjadi nasabah dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh pengetahuan produk perbankan syariah dan motivasi menghindari riba, dengan korelasi antara kedua variabel sebesar 53,6%. Diketahui bahwa motivasi untuk menghindari riba (X1) memiliki pengaruh positif dan substansial terhadap pilihan menjadi nasabah untuk penilaian parsial pengetahuan tentang produk perbankan syariah dan motivasi untuk menghindari riba. Pilihan untuk membuka rekening bank (Y) di Bank Muamalat KC Surabaya dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh variabel kedua, yaitu pemahaman tentang produk perbankan syariah (X2).²⁷

Ketiga, skripsi yang ditulis oleh Abdurrahman Zain alumni UIN Syarif Hidayatullah fakultas Ekonomi dan Bisnis jurusan Perbankan Syariah dengan judul, “Pengaruh Pengetahuan Santri tentang Perbankan Syariah terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Modern Ummul Quro Al-Islami)” yang berlokasi di jalan Moh Noh Noer, desa Leuwimekar, kec.

²⁶ Paraswati, D., Amin, M., & Afifudin, A. (2023). Pengaruh Pengetahuan Nasabah Tentang Riba dan Produk Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia Kcp Lawang. *El-Aswaq: Islamic Economics and Finance Journal*, 4(01).

²⁷ Bella, S., Faizal, M., & Fadilla, F. (2023). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Palembang Demang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 3(1), 125-144.

Leuwiliang, Bogor Jawa Barat. Dalam penelitian ini Abdurrahman Zain mengangkat tema pengaruh pengetahuan perbankan syariah terhadap minat santri dalam memilih produk perbankan syariah, Ia menyatakan hasil penelitian uji regresi linier sederhananya menunjukkan bahwa pengetahuan santri tentang perbankan syariah dengan nilai signifikan sebesar 0,811 maka berpengaruh secara signifikan terhadap minat memilih produk bank syariah.²⁸

Landasan penelitian ini adalah dari penelitian yang dilakukan oleh Yusuf *et.al* (2019). Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang akan penulis lakukan yaitu pada bagian variabel dependen yaitu minat menabung pada bank Syariah. Adapun perbedaan dari penelitian ini adalah pada lokasi penelitian dan variabel independen yang mana penelitian terdahulu variabel independennya yaitu kualitas pelayanan, bagi hasil dan pengetahuan produk. Sedangkan pada penelitian yang diteliti oleh penulis variabel independennya adalah pengetahuan tentang produk perbankan syariah (X1), kepercayaan (X3) dan pelayanan (X3), lalu variabel dependennya adalah minat menabung pada bank syariah indonesia (Y). Penelitian terdahulu meneliti pada nasabah pengguna Bank Aceh Syariah Kota Langsa sedangkan penelitian yang akan penulis lakukan ini berfokus kepada seluruh masyarakat Kelurahan Trimulyo, yang tidak semua dari mereka menerima pengetahuan tentang perbankan syariah melalui bangku kuliah seperti pada penelitian terdahulu.

Berdasarkan hal tersebut penulis tertarik untuk mengambil topic dalam penelitan ini dengan judul **“Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Tentang Produk Perbankan Syariah, Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah Indonesia(Studi pada Masyarakat Kelurahan Trimulyo Genuk Semarang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka didapatkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah pengetahuan tentang produk perbankan syariah dapat mempengaruhi minat masyarakat di Kelurahan Trimulyo Genuk Semarang dalam menabung di bank syariah indonesia ?
2. Apakah kepercayaan dapat mempengaruhi minat masyarakat di Kelurahan Trimulyo Genuk Semarang dalam menabung di bank syariah indonesia ?

²⁸ Musyaffa, H., & Iqbal, M. (2022). Pengaruh religiusitas, kualitas layanan, dan promosi terhadap minat menabung di bank syariah. *Perbanas Journal of Islamic Economics and Business*, 2(2), 167-177.

3. Apakah kualitas pelayanan dapat mempengaruhi minat masyarakat di Kelurahan Trimulyo Genuk Semarang dalam menabung di bank syariah indonesia ?
4. Apakah pengetahuan tentang produk perbankan syariah, kepercayaan dan kualitas pelayanan dapat mempengaruhi minat masyarakat di Kelurahan Trimulyo Genuk Semarang dalam menabung di bank syariah indonesia ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, maka didapatkan tujuan penelitian ialah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan tentang produk perbankan syariah terhadap minat masyarakat di Kelurahan Trimulyo Genuk Semarang dalam menabung di bank syariah indonesia.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap minat masyarakat di Kelurahan Trimulyo Genuk Semarang dalam menabung di bank syariah indonesia.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan minat masyarakat di Kelurahan Trimulyo Genuk Semarang dalam menabung di bank syariah indonesia.
4. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan tentang produk perbankan syariah, kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung di bank syariah Indonesia

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada beberapa pihak, diantaranya :

1. Bagi Penulis
Hasil penelitian ini digunakan untuk mengaplikasikan ilmu perbankan yang berfokus pada perbankan syariah, serta dapat meningkatkan dan memperdalam wawasan penulis mengenai pengaruh reputasi persepsi masyarakat tentang perbankan terhadap keputusan menabung pada Bank Syariah Indonesia.
2. Bagi Akademisi
Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai bahan pustaka dan referensi dalam bidang pendidikan dan pengembangan ekonomi Islam, serta sebagai pelengkap pengetahuan yang telah ada bagi mahasiswa dan akademisi lain yang memiliki minat yang sama.
3. Bagi Praktisi
Hasil penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan oleh bank syariah sebagai data tambahan dan bahan pertimbangan dalam rangka membantu bank syariah dalam

menghimpun dan mengelola dana nasabah secara andal dan bertanggung jawab. Hal ini dapat berdampak pada peningkatan jumlah nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI).

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini terdiri dari lima bab yang masing-masing diuraikan secara rinci sebagai berikut :

- BAB I : PENDAHULUAN**
Pembahasan pada bab-bab berikutnya dapat dikembangkan berdasarkan bab pengantar ini. Informasi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan semuanya disertakan dalam bab ini.
- BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**
Untuk mengilustrasikan isu-isu dalam penelitian ini, penelitian sebelumnya, kerangka berpikir teoritis, dan hipotesis penelitian, penulis menjelaskan semua hipotesis yang berkaitan dengan judul penelitian dalam bab ini.
- BAB III : METODE PENELITIAN**
Jenis dan sumber penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional, dan teknik analisis data semuanya dibahas dalam bab metodologi penelitian.
- BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN**
Bab ini menyajikan ikhtisar penelitian, objek penelitian, data dan responden penelitian, uji validitas dan rehabilitasi, variabel penelitian, hasil analisis data, dan komentar.
- BAB V : PENUTUP**
Pada bab ini terdiri dari penutup, memuat kesimpulan dan saran.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

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

Selama 20 tahun terakhir, para peneliti telah meneliti niat dan perilaku berbagi dengan menggunakan Teori Tindakan Beralasan (THA) yang diajukan oleh Ajzen dan Fishbein pada tahun 1980, dan Teori Perilaku Terencana (THB) yang diperkenalkan oleh Ajzen pada tahun 1991. Perbedaan utama antara THE dan TPB adalah bahwa persepsi tentang kendali perilaku (PBC) sebagai faktor ketiga yang menentukan intensitas perilaku. Komponen yang diwujudkan dari penerjemahan informasi manusia dan pengambilan keputusan disorot oleh TDB. Fokus utamanya adalah pada perilaku yang diarahkan pada tujuan yang dikelola oleh mekanisme pengendalian diri yang sadar. Hipotesis ini menjelaskan mengapa orang berperilaku seperti itu. Premis mendasar yang menjadi dasar teori ini adalah bahwa orang bertindak secara sadar dan memperhitungkan semua informasi yang relevan. Menabung adalah tindakan yang disengaja yang terkait dengan minat mereka. Perilaku ditentukan oleh keinginan individu untuk bertindak (niat perilaku), yang terdiri dari tiga bagian: kontrol perilaku yang dirasakan, sikap, dan norma subjektif.²⁹

Intensi atau niat merupakan fungsi dari dua determinan dasar, yaitu sikap individu terhadap perilaku (merupakan aspek personal) dan persepsi individu terhadap tekanan sosial untuk melakukan atau untuk tidak melakukan perilaku yang disebut dengan norma subyektif.³⁰ Secara singkat, praktik atau perilaku menurut *Theory of Reasoned Action* (TRA) dipengaruhi oleh niat, sedangkan niat dipengaruhi oleh sikap dan norma subyektif. *Theory of planned behavior* (TPB) atau Teori Perilaku Rencana menunjukkan bahwa tindakan manusia diarahkan oleh tiga macam kepercayaan kepercayaan yaitu:

1. Kepercayaan-kepercayaan perilaku (behavioral beliefs)

Keyakinan perilaku adalah keyakinan yang mendukung pengembangan sikap dan keyakinan tentang potensi perilaku. Studi ini meneliti hubungan antara motivasi menabung di bank Islam dan keyakinan perilaku. Jika seseorang memiliki alasan untuk menabung, mereka akan termotivasi untuk melakukannya. Motivasi menabung adalah kebiasaan yang dikaitkan dengan sejumlah manfaat yang diharapkan dari kegiatan menabung. Dengan demikian, keinginan seseorang untuk memperoleh

²⁹ Andrianto, & Firmansyah, M. A. (2019). Manajemen bank syariah: Implementasi teori dan praktek. Pasuruan: Penerbit Qiara Media.

³⁰ Hadion Wijoyo, Denok Sunarsi, & Haudi. (2020). Manajemen internasional. CV. Insan Cendekia Mandiri.

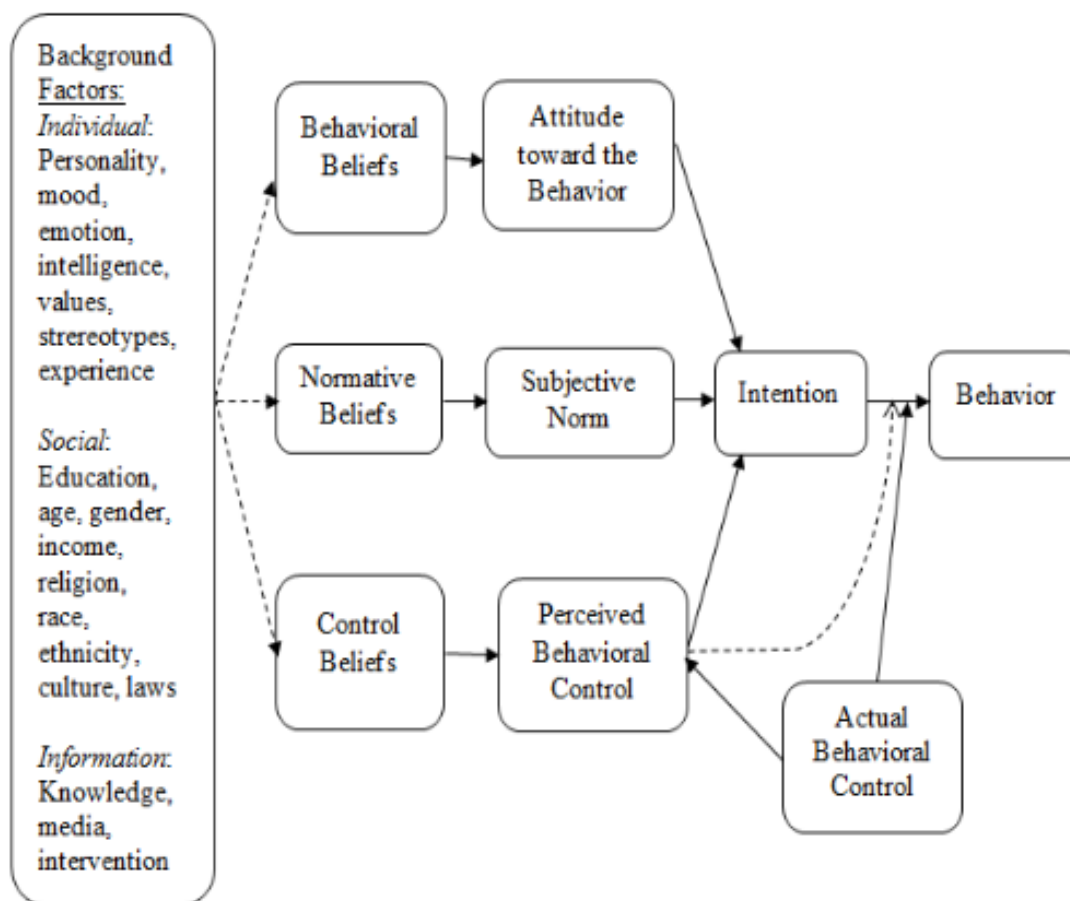
manfaat tertentu akan berdampak pada minat mereka untuk menabung di bank Islam. Di sisi lain, seseorang tidak akan tertarik menabung di bank Islam jika motivasi mereka tidak sejalan dengan perasaan mereka tentang menabung di sana.

2. Kepercayaan-kepercayaan normatif (normative belief)

Kesan atau pendapat seseorang terhadap pandangan orang lain dikenal sebagai norma subjektif mereka, dan hal itu akan memengaruhi apakah mereka tertarik atau tidak untuk terlibat dalam perilaku yang sedang dipertimbangkan. Kepercayaan terhadap harapan normatif orang lain dan kebutuhan untuk menyesuaikan diri dengan harapan tersebut disebut sebagai norma subjektif. Norma subjektif sikap (norma subjektif) terhadap perilaku adalah istilah yang digunakan dalam TRA untuk menggambarkan pandangan normatif. Normative belief dapat dikatakan sebagai faktor dari luar yang dapat mempengaruhi perilaku seseorang. Norma subjektif pada penelitian ini ialah lingkungan sosial, dimana lingkungan sosial ini mencakup lingkungan keluarga dan teman sebaya. Apabila lingkungan sosial seseorang mendukung akan perilaku untuk menabung di Bank Syariah, maka minat menabung di Bank akan tinggi. sebaliknya, apabila lingkungan sosial seseorang tidak mendukung akan perilaku menabung di Bank Syariah, maka minat menabung di Bank Syariah akan rendah.

3. Kepercayaan-kepercayaan kontrol (control belief)

Kontrol perilaku secara langsung mempengaruhi niat untuk melaksanakan suatu perilaku dan juga mempengaruhi perilaku. Teori ini mengansumsi bahwa kontrol persepsi perilaku (perceived behavioral control) mempunyai implikasi motivasional terhadap minat. Menurut Jogiyanto (2007:65) menjelaskan bahwa Kontrol perilaku yang dipersepsikan adalah mekanisme yang memperhitungkan kejadian di masa depan dan pengalaman sebelumnya. Gagasan tentang perilaku yang direncanakan menyatakan bahwa keyakinan dapat memengaruhi tingkat aktivitas. Pendapat ini dapat berasal dari pengalaman pribadi atau pihak ketiga di masa lalu. Salah satu cara untuk mendefinisikan pengetahuan adalah sebagai pengalaman sebelumnya yang diperoleh dari orang lain atau dari diri sendiri yang membentuk ide-ide individu. Dalam penelitian ini, kontrol perilaku yang dipersepsikan didefinisikan sebagai pengetahuan inklusi keuangan. Faktor latar belakang adalah karakteristik yang melekat pada diri seorang individu. Ketiga variabel latar belakang tersebut adalah informasional, sosial, dan pribadi. Elemen pribadi mencakup disposisi individu terhadap berbagai hal secara umum, serta emosi, kecerdasan, pengalaman, dan ciri-ciri kepribadian mereka. Pendidikan, usia, jenis kelamin, pendapatan, agama, dan etnis adalah contoh variabel sosial. Media, intervensi, dan pengetahuan adalah faktor informasi.



Gambar 2.1 Theory of Planned Behavior

Gambar 2.1. membagi faktor-faktor yang melatarbelakangi behavioral beliefs, normative beliefs, dan control beliefs menjadi tiga kategori³¹ :

1. Variabel Individu adalah faktor yang berasal dari orang tersebut. Sikap seseorang secara keseluruhan terhadap sesuatu, ciri kepribadian, cita-cita hidup, emosi, dan kecerdasan adalah contoh variabel pribadi.
2. Variabel sosial adalah variabel yang berasal dari orang atau kelompok yang berinteraksi dengan lingkungannya. Usia, jenis kelamin, ras, etnis, uang, pendidikan, dan pandangan (religiusitas) adalah beberapa contoh determinan sosial ini.
3. Faktor yang berhubungan dengan informasi adalah variabel yang berasal dari pemrosesan data yang memberikan deskripsi kejadian aktual dan digunakan dalam pengambilan keputusan..

³¹ Hadion Wijoyo, Denok Sunarsi, & Haudi. (2020). Manajemen internasional. CV. Insan Cendekia Mandiri.

Faktor informasi meliputi pengalaman, pengetahuan, dan pemberitaan media masa. Berdasarkan penjabaran faktor latar belakang di atas, penelitian ini menjadikan variabel religiusitas sebagai bagian dari faktor sosial. Maka variabel religiusitas dianggap dapat memperkuat variabel pengetahuan inklusi keuangan, motif menabung, dan lingkungan sosial terhadap minat menabung di Bank Syariah.

2.1.2 Pengertian Perbankan Syariah

Sebuah perusahaan keuangan bernama Bank Syariah mendasarkan operasi dan penawaran produknya pada Al-Qur'an dan hadis Nabi SAW³². Bank Islam adalah jenis lembaga keuangan yang membantu mereka yang memiliki uang untuk disisihkan dan mereka yang tidak memilikinya untuk melakukan perdagangan dan kegiatan lain yang sesuai dengan hukum. Lebih jauh, bank Islam terkadang disebut sebagai bank berbasis bunga atau perbankan Islam. Ini adalah sistem keuangan yang tidak menggunakan suku bunga (riba), spekulasi (maisir), atau segala bentuk ketidakpastian atau ambiguitas (gharar)³³ Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 mendefinisikan bank syariah sebagai bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah dan menyediakan jasa transaksi pembayaran sebagai bagian dari kegiatan usahanya. Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) merupakan tiga jenis bank syariah.³⁴

Indonesia as a country with the largest Muslim population should be the largest potential customer in the Islamic financial industry, including in Islamic banking. Islamic banking is currently experiencing very rapid development in Indonesia marked by the increasing number of third party funds, opening of the head offices, branch offices, and Islamic banking networks, making it easier for people to save their funds.³⁵ Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar seharusnya menjadi calon nasabah terbesar di industri keuangan syariah, termasuk di perbankan syariah. Perbankan syariah saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat di Indonesia ditandai dengan meningkatnya jumlah dana pihak ketiga, pembukaan kantor pusat, kantor cabang, dan jaringan perbankan syariah, sehingga memudahkan masyarakat dalam menyimpan dananya.

2.1.3 Akad-Akad dalam Perbankan Syariah

Akad yang dilaksanakan dalam bank syariah mempunyai konsekuensi duniawi dan ukhrawi sebab akad dilakukan dengan didasarkan hukum Islam. Nasabah sering terjadi dalam melakukan pelanggaran

³² Muhammad, Manajemen Bank Syariah, Edisi Revisi ke-2, (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2011), h. 15.

³³ Zainuddin Ali, Hukum Perbankan Syariah, (Jakarta: Sinar Grafika, 2010), h. 1

³⁴ Nik Amah, "Bank Syariah dan Umkm Dalam Menggerakkan Roda Perekonomian Indonesia Suatu Kajian Literatur", Jurnal Akuntansi dan Pendidikan, Vol. 2, No. 1, (April, 2013), h. 50.

³⁵ AL-ARBAH: Journal of Islamic Finance and Banking–Vol. 2No. 1 (2020)

suatu perjanjian ataupun kesepakatan yang sudah dilakukan apabila hukum tersebut hanya sebatas dasar hukum positif belaka, akan tetapi apabila kesepakatan tersebut mempunyai pertanggung jawaban sampai kelak di akhirat nantinya.³⁶

Perbedaan antara akad dan wa'ad dijelaskan oleh ilmu fikih muamalah. Akad antara dua pihak disebut akad, sedangkan wa'ad adalah kesepakatan atau komitmen yang dibuat oleh satu pihak kepada pihak lain. Hanya satu pihak, yaitu orang yang berjanji untuk memenuhi komitmennya, yang dapat dimintai pertanggungjawaban secara hukum dalam akad. Sementara itu, tidak ada kewajiban yang dibebankan kepada pihak lain oleh orang yang menerima janji tersebut. Sebaliknya, kontrak tersebut menyatukan pihak-pihak yang memilihnya; yaitu, masing-masing pihak bergabung untuk melaksanakan tugas mereka masing-masing yang telah disepakati sebelumnya. Menurut ketentuan kontrak, penalti atau sanksi akan dijatuhkan jika salah satu atau kedua belah pihak tidak dapat melaksanakan bagian mereka dari perjanjian (Nofinawati, 2014). Antara lain, kontrak perbankan syariah mencakup hal-hal berikut:³⁷

1) Akad jual beli

- a. Salam diartikan sebagai transaksi jual beli sesuatu yang menjadi kewajiban pada waktu tertentu dan dengan harga tertentu yang telah disepakati di tempat transaksi.
- b. Istishna adalah jual beli barang atau jasa dalam bentuk pesanan dengan syarat dan ketentuan yang telah disepakati oleh penjual dan pemesan.
- c. Murabahah adalah akad yang menetapkan harga beli dan keuntungan (margin) yang telah disepakati antara penjual dan pembeli atas penjualan barang..
- d. Jual beli dengan opsi untuk membeli kembali dikenal sebagai "ba'i al-wafa." Jenis transaksi ini dilakukan dengan pemahaman bahwa penjual dapat membeli kembali barang yang dijual.
- e. Ba'i bidhamanil ajil menjual sesuatu dengan memberikan barang tersebut kepada pembeli segera dan menentukan berapa harga yang harus dibayar..

2) Akad sewa

- a) Ijarah adalah kontrak yang mengalihkan hak untuk menggunakan produk dan layanan dengan imbalan pembayaran sewa; Kepemilikan produk tidak dialihkan dalam transaksi.

³⁶ Nik Amah, "Bank Syariah dan Umkm Dalam Menggerakkan Roda Perekonomian Indonesia Suatu Kajian Literatur", Jurnal Akuntansi dan Pendidikan, Vol. 2, No. 1, (April, 2013), h. 50.

³⁷ Mardani, Fiqih Ekonomi Syariah, (Jakarta: Kencana, 2013), h. 101.

- b) Ijarah mutaniya bit-tamluk pada dasarnya merupakan gabungan dari sewa dan perjanjian jual beli, atau lebih khusus lagi, sewa yang berpuncak pada pembeli yang memperoleh kepemilikan atas barang tersebut.

3) Akad jasa

- a) Hawalah adalah penerimaan utang atau tukar utang. Atas pemberian layanan transfer kredit utang, bank dibayar.
- b) Wadi'ah Yad Dhamanah adalah penerima titipan; ia berwenang memanfaatkan barang titipan dan berjanji mengembalikan titipan dalam keadaan tidak rusak kapan pun pemilikinya meminta.
- c) Selama kehilangan atau kerusakan barang titipan bukan akibat kecerobohan atau kelalaian penerima titipan dalam mengelolanya, maka Wadi'ah Yad Amanah, penerima titipan, terbebas dari tanggung jawab. Rahn adalah penggunaan harta sebagai jaminan utang, baik untuk memastikan utang tersebut dilunasi (dikembalikan) atau untuk mengambilnya kembali jika tidak dapat dilunasi.
- d) Wakalah adalah pengalihan sesuatu yang dapat dialihkan oleh orang yang berhak kepada orang lain yang juga berhak atas tasharruf.
- e) Kafalah Daman adalah pengalihan tanggung jawab kepada orang yang dijamin dengan memegang tugas orang lain sebagai penjamin...

2.1.4 Prinsip Perbankan Syariah

Bank Islam sangat diminati karena menjalankan bisnisnya sesuai dengan hukum Islam atau prinsip-prinsip syariah. Berikut ini adalah beberapa prinsip bank Islam ³⁸:

1. Prinsip Simpanan atau Titipan (Al-Wadiah)

Al-wadiah merupakan titipan murni antara seseorang dengan suatu badan hukum yang wajib disimpan dan dikembalikan kepada yang menitipkannya setiap saat. Secara umum, Antonio (2001) membedakan antara dua macam al-wadiah, yaitu :

- a. Yad Al-Amanah Wadiah Suatu perjanjian yang berupa titipan uang tunai atau barang di mana penerima titipan tidak diperbolehkan untuk menggunakan uang tunai atau barang tersebut dan tidak bertanggung jawab atas kehilangan atau kerusakan barang titipan yang bukan merupakan akibat dari tindakan atau perilaku penerima.

³⁸ Zainuddin Ali, Hukum Perbankan Syariah, (Jakarta: Sinar Grafika, 2010), h. 1

- b. Yad Adh-Dhamanah Wadiah Yad Perjanjian titipan adalah suatu kontrak di mana barang atau uang disediakan untuk digunakan oleh penerima, baik dengan atau tanpa persetujuan pemiliknya.

2. Prinsip Bagi Hasil (Profit Sharing)

Dengan penggunaan aplikasi ini, terjadilah pengaturan pembagian keuntungan antara pengelola dana dan penyedia dana untuk membagi keuntungan ³⁹. Adapun bentuk produk yang berdasarkan pada prinsip ini yaitu:

a. Al-Mudharabah

Dalam al-mudharabah, dua pihak mengadakan perjanjian kerja sama komersial di mana pihak pertama, yang dikenal sebagai shahibul maal, menyediakan semua modal dan pihak kedua, yang dikenal sebagai mudharib, mengambil peran sebagai manajer. Kesepakatan yang diputuskan pada akhir kesepakatan atau dalam kontrak menentukan bagaimana keuntungan bisnis didistribusikan. Ada dua kategori perjanjian mudharabah ⁴⁰:

- 1) Mudharabah Muthlaqah, yaitu berupa kerjasama antar pemilik dana dan pengelola dana yang cakupannya sangat luas dan tidak ada batasan dari spesifikasi jenis usaha, daerah bisnis dan waktu.
- 2) Mudharabah Muqayyadah, yaitu berupa kerjasama antar pemilik dana dan pengelola dana dimana pengelola dana ini memberikan suatu batasan kepada si pemilik dan mengenai tempat objek investasi, cara dan tempat.

b. Al-Musyarakah

Suatu bentuk usaha bersama dalam suatu usaha yang menguntungkan dan halal antara dua atau lebih mitra dikenal sebagai al-musyarakah. Setiap mitra memberikan kontribusi finansial dengan pemahaman bahwa semua risiko dan keuntungan akan ditanggung bersama.

2.1.5 Pengetahuan Produk Bank Syariah

a. Pengertian Pengetahuan Produk

Notoadmodjo dalam Pudji Hastutik, 2020 menyatakan bahwa "mengetahui" merupakan hasil perolehan pengetahuan, yang terjadi setelah merasakan suatu objek tertentu. Karena sebagian besar informasi manusia diperoleh melalui mata dan telinga, maka penginderaan yang dimaksud adalah penginderaan yang terjadi pada suatu objek melalui panca indera manusia, yaitu pendengaran, penglihatan,

³⁹ Hadion Wijoyo, Denok Sunarsi, & Haudi. (2020). Manajemen internasional. CV. Insan Cendekia Mandiri.

⁴⁰ Supranto. (1991). Metode riset: Aplikasinya dalam pemasaran. Jakarta: Rineka Cipta.

penciuman, pengecapan, dan perabaan. Pengertian pengetahuan adalah pemahaman, yang berarti bahwa manusia memperoleh informasi melalui pengamatan atau melihat sesuatu, kemudian memanfaatkannya dalam kehidupan sehari-hari⁴¹.

Pengetahuan adalah hasil atau produk dari informasi yang ketika informasi dianalisa, diproses dan ditempatkan sesuai tempatnya⁴². Pengetahuan merupakan istilah yang dipergunakan untuk menuturkan apabila seseorang mengenal tentang sesuatu dan yang menjadi pengetahuannya adalah selalu terdiri atas unsur yang mengetahui dan diketahui serta kesadaran mengenai hal yang ingin diketahui, sehingga dapat disimpulkan bahwa pengetahuan mempunyai pengaruh dalam terbentuknya suatu perilaku dan pengetahuan juga dapat disebut sebagai salah satu faktor yang dapat berpengaruh pada sikap serta perilaku didalam kehidupan seseorang untuk memberikan respon ataupun penilaian terhadap suatu objek. Pengetahuan tidak muncul dengan sendirinya. Ada beberapa faktor buat pengetahuan seseorang. Ini dia faktor-faktornya ini akan mendorong orang yang hanya tahu untuk mengerti sebelumnya sebuah objek yang dapat diterapkan pada situasi aktual. Beberapa faktor yang mempengaruhi pengetahuan seseorang⁴³ artinya :

1. Sosial, Budaya dan Ekonomi

Sekalipun tidak mengikutinya, budaya atau adat istiadat yang dianut seseorang tanpa konsekuensi—baik atau buruk—akan memperluas pemahamannya. Keadaan ekonomi seseorang akan memengaruhi tingkat pengetahuannya karena hal itu akan menentukan apakah fasilitas yang dibutuhkan untuk kegiatan tertentu tersedia. Seseorang yang mempunyai sosial budaya yang baik maka pengetahuannya akan baik tapi jika sosial budayanya kurang baik maka pengetahuannya akan kurang baik. Status ekonomi seseorang mempengaruhi tingkat pengetahuan karena seseorang yang memiliki status ekonomi dibawah rata-rata maka seseorang tersebut akan sulit untuk memenuhi fasilitas yang diperlukan untuk meningkatkan pengetahuan.

2. Pendidikan

Pendidikan merupakan proses perubahan pada perilaku dan sikap seseorang serta usaha mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran dan pelatihan. Tingkat pendidikan seseorang apabila lebih tinggi maka semakin cepat menerima dan memahami suatu informasi sehingga pengetahuan yang dimiliki juga semakin tinggi.

⁴¹ Aqwa Naser Daulay dan M. Lathief Ilhamy Nasution Manajemen Perbankan Syariah (Pemasaran Bank Syariah), (Medan: Febi UIN-SU Press, 2016), h. 51.

⁴² Haryono, R. (2022). Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Journal of Comprehensive Islamic Studies*, 1(1), 133-156.

⁴³ Khairussyifa, S., Rokan, M. K., & Irham, M. (2024). Pengaruh Pengetahuan Pelajar tentang Perbankan Syariah terhadap Minat Memilih Produk BSI. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(2), 432-445.

3. Media massa/sumber informasi

Informasi dikumpulkan, disiapkan, disimpan, diputar, diumumkan, didistribusikan, dan disebarakan dengan tujuan tertentu. Pendidikan formal maupun nonformal merupakan cara untuk memperoleh informasi, yang memiliki kekuatan untuk memengaruhi orang dalam jangka pendek guna membawa perubahan dan memperluas pengetahuan. Pengetahuan sangat dipengaruhi oleh informasi; jika seseorang secara teratur menerima informasi tentang suatu topik, pengetahuan dan pemahamannya akan bertambah.

Unsur-unsur ini mungkin menunjukkan bahwa pengetahuan dan latar belakang sosial, budaya, dan ekonomi seseorang saling terkait erat. Memperoleh pendidikan yang lebih tinggi dapat membantu seseorang menjadi lebih bermodal. Seseorang memperluas pengetahuannya baik di dalam maupun di luar tempat kerja melalui pekerjaan. Media yang dapat dipelajari dari berbagai saluran setiap sumber informasi, termasuk radio, surat kabar, dan bahkan keluarga dan teman.

b. Produk-Produk Perbankan Syariah

Produk adalah barang yang memenuhi keinginan pelanggan atau memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan cara yang bermanfaat bagi mereka. Umumnya, produk dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhan mental dan fisik.⁴⁴ Produk juga dapat diartikan sebagai sesuatu yang dapat digunakan, dikonsumsi, atau diperhatikan untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan. Secara umum, ada tiga kategori utama yang menjadi dasar bank Islam menawarkan produk layanannya :

1) Produk Penghimpunan dana

Tindakan mengumpulkan atau memperoleh uang tunai (uang) untuk dijual kepada masyarakat umum dalam bentuk deposito berjangka, rekening tabungan, dan rekening giro dikenal sebagai penggalangan dana. Ada beberapa pilihan tabungan, termasuk sertifikat deposito, deposito berjangka, rekening tabungan, dan rekening giro. Setiap jenis tabungan memiliki kelebihan dan kekurangannya sendiri.

2) Produk Penyaluran Dana

Penyaluran dana adalah penyaluran dana yang diperoleh melalui tabungan. Kegiatan penyaluran dana ini dalam industri perbankan disebut dengan istilah pinjaman. Besarnya bunga simpanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap besarnya bunga kredit. Bunga pinjaman akan semakin tinggi jika bunga simpanan semakin besar atau mahal, begitu pula sebaliknya.

3) Produk Jasa

⁴⁴ Aqwa Naser Daulay dan M. Lathief Ilhamy Nasution Manajemen Perbankan Syariah (Pemasaran Bank Syariah), (Medan: Febi UIN-SU Press, 2016), h. 51.

Penjelasan tentang layanan tambahan yang membantu atau meningkatkan operasi perbankan. Layanan ini sebagian besar ditawarkan untuk mendukung operasi penyaluran dan pengumpulan dana yang efisien, yang secara langsung atau tidak langsung terkait dengan kegiatan kredit dan tabungan. Layanan perbankan tambahan yang ditawarkan meliputi:

- a. Melakukan penyetoran untuk keperluan seperti telepon, AC, listrik, atau biaya pendidikan.
- b. Pembayaran layanan dalam bentuk hadiah, pensiun, atau upah.
- c. Layanan transfer uang).

c. Indikator Pengetahuan Produk

Sedangkan menurut Siswanti (2015) indikator pengetahuan meliputi:

1. Pengetahuan tentang produk.
2. Pengetahuan tentang operasional perbankan syariah.
3. Pengetahuan tentang bagi hasil.
4. pengetahuan tentang akad perbankan syariah.

Berdasarkan uraian diatas maka indikator pengetahuan yang digunakan dalam penelitian ini adalah indikator yang dikemukakan oleh Siswanti (2015).

2.1.6 Kepercayaan

a. Pengertian Kepercayaan

Kepercayaan masyarakat ini merupakan ketersediaan yang bergantung pada pemilik tanggung jawab untuk membuat keputusan dan mengambil tindakan yang berhubungan dengan pengelolaan teknologi, lingkungan, kedokteran, atau bidang kesehatan dan keselamatan publik lainnya.⁴⁵ Kepercayaan sebagai kesediaan menjadi rentan terhadap individu lain yang didasarkan pada keyakinan bahwa individu lain itu dapat dipercaya, terbuka, kompeten dan peduli.⁴⁶ Harapan atau antisipasi positif bahwa pihak lain tidak akan bertindak oportunistik melalui kata-kata, tindakan, atau kebijakan disebut kepercayaan. Kepercayaan suatu pihak kepada pihak lain untuk melakukan hubungan transaksional berdasarkan keyakinan bahwa pihak lain telah memenuhi semua komitmennya dengan benar dan sesuai dengan harapan disebut kepercayaan.⁴⁷

⁴⁵ Aqwa Naser Daulay dan M. Lathief Ilhamy Nasution Manajemen Perbankan Syariah (Pemasaran Bank Syariah), (Medan: Febi UIN-SU Press, 2016), h. 51.

⁴⁶ Haryono, R. (2022). Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Journal of Comprehensive Islamic Studies*, 1(1), 133-156.

⁴⁷ Nurrohmah, R. F., & Purbayati, R. (2020). Pengaruh tingkat literasi keuangan syariah dan kepercayaan masyarakat terhadap minat menabung di bank syariah. *Jurnal Maps (Manajemen Perbankan Syariah)*, 3(2), 140-153.

Kepercayaan (trust) merupakan pondasi dari bisnis. Membangun keyakinan dalam ikatan jangka panjang dengan konsumen merupakan sesuatu aspek yang berarti buat menghasilkan loyalitas konsumen. Keyakinan ini tidak begitu saja bisa diakui oleh pihak lain ataupun mitra bisnis, melainkan wajib dibentuk mulai dari dini serta bisa dibuktikan. Ketika konsumen telah percaya kepada perusahaan, pembelian ulang akan dilakukan oleh mereka dan mereka akan membagi informasi berarga pribadi mereka kepada perusahaan tersebut.⁴⁸ Seluruh pengetahuan konsumen serta kesimpulan mereka perihal objek, manfaat, dan atribut suatu produk ialah kepercayaan. Persepsi konsumen tercermin pada keyakinan mereka pada objek, manfaat, dan atribut, dan menjadi hasilnya kepercayaan konsumen biasanya berbeda dengan pelanggan lain. Berdasarkan proses pembelajaran kognitif, konsumen membuat asosiasi antara manfaat, atribut, serta objek yg diwakili oleh kepercayaan tersebut.

Berdasarkan definisi dari tokoh di atas dapat disimpulkan bahwa kepercayaan merupakan dimensi sikap yang mendasari keyakinan atau harapan yang dipegang oleh individu atau kelompok bahwa baik melalui kata-kata, tindakan, maupun kebijakan dapat diandalkan, kepercayaan bukanlah suatu perilaku, tetapi merupakan keadaan psikologis yang dipengaruhi oleh emosi dan proses kognitif mental individu serta suatu keyakinan psikologis yang mendasari individu untuk menempatkan dirinya dalam situasi dimana individu tersebut dapat tersakit, kepercayaan dibangun melalui rangkaian tindakan percaya dan dapat dipercaya. Dengan demikian, mempercayai individu lain harus siap menanggung konsekuensi baik ataupun buruk yang timbul dari rasa percaya yang dimiliki. Perkembangan kepercayaan khususnya keyakinan seharusnya menjadi komponen fundamental dari strategi pemasaran yang ditujukan untuk mengarah pada penciptaan hubungan dan kepuasan konsumen. Konsumen harus bisa merasakan bahwa mereka dapat mengandalkan perusahaan. Akan tetapi membangun kepercayaan membutuhkan waktu yang lama dan hanya berkembang setelah pembelian yang berulang. Ada dua faktor yang mempengaruhi kepercayaan yaitu, faktor rasional dan faktor relational. Faktor rasional yaitu faktor yang bersifat strategis dan kalkulatif dengan kata lain orang dapat dipercaya karena memiliki keahlian khusus atau memiliki jabatan profesional, dan relasional yaitu faktor kepercayaan yang berdasarkan etika yang baik.⁴⁹

b. Indikator-Indikator Kepercayaan

Menurut Solihin (2020) dimensi kepercayaan seseorang ada tiga yaitu:

1. Ketulusan (*benevolence*)

⁴⁸ Musyaffa, H., & Iqbal, M. (2022). Pengaruh religiusitas, kualitas layanan, dan promosi terhadap minat menabung di bank syariah. *Perbanas Journal of Islamic Economics and Business*, 2(2), 167-177.

⁴⁹ Musyaffa, H., & Iqbal, M. (2022). Pengaruh religiusitas, kualitas layanan, dan promosi terhadap minat menabung di bank syariah. *Perbanas Journal of Islamic Economics and Business*, 2(2), 167-177.

Ketulusan hati adalah niat penjual untuk memuaskan pelanggan dengan cara yang menguntungkan kedua belah pihak. Penjual tidak hanya dapat mengoptimalkan keuntungan mereka, tetapi kepuasan pelanggan juga cukup tinggi. Selain mencari keuntungan sebesar-besarnya, penjual juga sangat memperhatikan untuk memastikan kepuasan pelanggan.

2. Kemampuan (*ability*)

Kemampuan menggambarkan bakat dan sifat penjual atau organisasi dalam memengaruhi dan mencemari wilayah tertentu. Dalam hal ini, kapasitas penjual untuk menyediakan, memenuhi, dan menjaga transaksi dari campur tangan pihak ketiga. Ini menunjukkan bahwa ketika pelanggan bertransaksi, pemasok menjamin kebahagiaan dan keamanan mereka.

3. Integritas (*integrity*)

Integritas berkaitan dengan bagaimana perilaku atau kebiasaan penjual dalam menjalankan bisnisnya. Informasi yang diberikan kepada konsumen apakah benar sesuai dengan fakta atau tidak. Kualitas produk yang dijual apakah dapat dipercaya atau tidak.

2.1.7 Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Philip Kotler, kualitas didefinisikan sebagai keseluruhan dan karakteristik barang atau jasa yang memengaruhi kapasitas bisnis untuk memenuhi tuntutan eksplisit atau implisit. Sebaliknya, kualitas adalah keadaan dinamis yang terkait dengan barang, jasa, sumber daya manusia, prosedur, dan lingkungan yang memenuhi atau melampaui harapan, menurut David L. Goetsch dan Stanley M. Davis. Penjelasan ini mengarahkan kita untuk menyimpulkan bahwa kualitas adalah keadaan dinamis dan baik atau buruknya sesuatu yang memengaruhi kapasitas produk atau jasa untuk memenuhi tuntutan⁵⁰.

R.A. Supriyono, sebagaimana dikutip oleh Meithiana Indrasari, menyatakan bahwa pelayanan merupakan suatu kegiatan yang direncanakan oleh suatu organisasi sebagai respon terhadap kebutuhan pelanggan dan akan meninggalkan kesan yang mendalam. Pelanggan yang memperoleh pelayanan yang baik akan merasa puas, dan pelayanan sangat penting dalam mendorong pelanggan untuk menggunakan barang atau jasa yang disediakan. Definisi kedua dari pelayanan adalah setiap manfaat atau kegiatan yang diberikan oleh seseorang kepada orang lain yang pada hakikatnya tidak berwujud, tidak memberikan kepemilikan, dan dapat atau tidak berhubungan dengan harta benda. Sebagaimana yang dinyatakan oleh

⁵⁰ Musyaffa, H., & Iqbal, M. (2022). Pengaruh religiusitas, kualitas layanan, dan promosi terhadap minat menabung di bank syariah. *Perbanas Journal of Islamic Economics and Business*, 2(2), 167-177.

Abdul Haris Romdhoni dan Dita Ratnasari, Putra, Handoyo & Rochadi menyatakan bahwa kualitas layanan merupakan aspek kebaikan karena merupakan tingkat kesempurnaan.

b. Kategori Pengetahuan Konsumen

Pelayanan dapat dikategorikan dalam tiga bentuk yaitu (Musyaffa & Iqbal, 2022) :

1. Layanan dengan lisan

Petugas di bidang hubungan masyarakat (PR), layanan informasi, dan industri lain yang ditugaskan untuk memberikan klarifikasi atau informasi kepada siapa pun yang membutuhkan layanan lisan.

2. Layanan dengan tulisan

Dalam hal menyelesaikan tugas, layanan tertulis adalah jenis yang paling umum, tidak hanya dalam hal jumlahnya tetapi juga tujuannya. Secara umum, karena pertimbangan ekonomi, layanan jarak jauh khususnya sangat efektif. Satu elemen yang dapat dipertimbangkan untuk memastikan bahwa pihak yang diberi pemberitahuan tertulis merasa puas adalah kecepatan pemrosesan dan penyelesaian masalah (mengetik, menandatangani, dan mengirimkannya kepada orang yang bersangkutan).

3. Layanan dengan perbuatan

Sebagian besar anggota kelas menengah dan bawah berpartisipasi di dalamnya. Karena itu, pengetahuan dan kemampuan petugas memegang peranan penting dalam menentukan bagaimana tindakan atau kegiatan mereka akan berjalan.

c. Indikator-Indikator Kualitas Layanan

Lima indikator untuk menjelaskan kualitas layanan, yaitu (Musyaffa & Iqbal, 2022) :

- 1) Bukti Fisik (Tangible), meliputi penampilan fisik, peralatan yang digunakan, penampilan petugas, dan materi komunikasi yang disampaikan.
- 2) Keandalan (Reliability), kemampuan perusahaan yang handal, akurat dan terpercaya dalam memenuhi janji layanan jasa bagi pelanggan.
- 3) Daya Tanggap (Responsiveness), kemampuan perusahaan untuk membantu pelanggan dengan memberikan layanan jasa yang cepat dan tanggap.
- 4) Jaminan (Assurance), petugas memberikan kepastian dengan pengetahuan yang dimiliki dengan melayani dengan ramah tamah dan mampu menciptakan opini yang terpercaya bagi pelanggan.
- 5) Empati (Empathy), perusahaan memiliki kepedulian yang tinggi dan memberikan perhatian terhadap pelanggan

2.1.8 Minat Menabung

a. Pengertian Minat

Minat diartikan sebagai kecenderungan hati yang kuat terhadap sesuatu, emosi, atau keinginan dalam perbendaharaan kata bahasa Indonesia yang luas. Dorongan atau dorongan seseorang terhadap suatu barang tertentu sering dipahami sebagai minatnya. Menurut Muhibbin, minat diartikan sebagai "kecenderungan, gairah, atau keinginan yang kuat terhadap sesuatu" dalam istilah teknis".⁵¹ Slameto adalah emosi yang tidak terucapkan dan tidak diminta berupa rasa senang dan ketertarikan terhadap sesuatu atau tindakan lainnya. Pada dasarnya, ketertarikan adalah menerima hubungan yang terjalin antara diri sendiri dan sesuatu yang berada di luar diri sendiri. Tingkat ketertarikan meningkat seiring dengan kekuatan atau kedekatan hubungan tersebut.⁵²

Karena setiap orang memiliki minat yang unik, minat tersebut tidak dapat dipaksakan; minat bersifat pribadi dan individual. Karena minat bukanlah bawaan dan sebaliknya sangat berkorelasi dengan motivasi yang dipelajari, minat individu dapat berubah sebagai respons terhadap tuntutan, pengalaman, dan norma sosial yang berlaku. Ini berarti bahwa informasi, perspektif, dan sikap baru dapat mengubah sesuatu yang sebelumnya tidak menarik menjadi sesuatu yang menarik.

Tidak mungkin memaksakan kepentingan seseorang karena setiap orang memiliki kepentingan yang berbeda-beda, yang mana kepentingan tersebut berbeda-beda dan unik. Karena minat merupakan suatu keadaan yang bersifat sementara, maka berdasarkan beberapa sudut pandang yang dikemukakan oleh para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa minat merupakan suatu kecenderungan atau keinginan untuk memiliki atau mendapatkan sesuatu yang sangat berkaitan dengan pikiran positif dan menyenangkan terhadap suatu barang yang dianggap dapat memberikan imbalan atas kepuasannya. Minat individu dapat berubah-ubah sebagai respons terhadap tuntutan, pengalaman, dan norma sosial yang berlaku. Jika sesuatu dianggap bernilai atau akan memberikan kepuasan, maka sesuatu tersebut akan dicapai (dilaksanakan); namun jika sesuatu tersebut dianggap merugikan baginya, maka sesuatu tersebut akan ditinggalkan dan bahkan sangat berkorelasi dengan motivasi belajar. Hal ini menunjukkan bahwa data baru. Minat adalah keinginan yang dibangkitkan oleh diri sendiri, bebas dari paksaan apapun mencapai tujuan tertentu dari orang lain. Minat mirip dengan kebahagiaan dan dipicu oleh hal-hal atau kegiatan yang Anda sukai. Membuat keputusan mengenai pembelian, seperti apa yang akan dibeli dan apa yang tidak, adalah proses memutuskan untuk membeli. Pilihan dibuat berdasarkan tindakan masa lalu, yaitu keinginan pribadi dan sumber daya keuangan Anda, serta kebutuhan keuangan Anda, yang mencakup memilih apa yang akan dibeli atau tidak dibeli. Sebaiknya kita menabung karena hal ini menunjukkan bahwa kita siap untuk

⁵¹ Muhibbin, Syah, *Psikologi Pendidikan dengan Pendekatan Baru*, (Bandung: PT. RemajaRosdakarya, 2001), cet ke 6, h.136

⁵² Slameto, *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya*, (Jakarta: PT. Adi Mahasatya, 2002), cet ke 4, h.180.

melaksanakan tujuan kita di masa depan dan akan mengurus tugas-tugas yang tidak memerlukan perhatian segera⁵³.

Islam membolehkan menabung karena hal ini menandakan bahwa seorang muslim telah mempersiapkan diri dengan membuat perencanaan masa depan dan menghadapi situasi yang tidak diharapkan (Khasanah, 2015). Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam Q.S. Al-Isra' ayat 29 :

وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ مَلُومًا مَّحْسُورًا

Artinya: “Dan janganlah kamu jadikan tanganmu terbelenggu pada lehermu dan janganlah kamu terlalu mengulurkannya karena itu kamu menjadi tercela dan menyesal”.

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat antara lain⁵⁴:

1. Dorongan dari dalam (pribadi)

Kondisi internal mempunyai kekuatan untuk membangkitkan kita ke utara (berjalan cepat), memotivasi kita untuk mencapai tujuan tertentu, dan mempertahankan antusiasme kita dalam kegiatan tertentu.

2. Motivasi social

Apa pun yang dapat mengilhami individu untuk berperilaku ekonomis karena keinginan untuk memberi manfaat kepada orang lain.

3. Faktor emosional minat dan emosi berhubungan erat.

Jadi itu bisa dilakukan, dengan demikian minat adalah kekuatan pendorong yang kuat seseorang melakukan sesuatu untuk mencapai suatu prestasi tujuan dan ambisinya.

c. Indikator-Indikator Minat Menabung

Lucas & Britt (1950) menawarkan sudut pandang alternatif, dengan menyatakan bahwa ada lima indikator yang dapat digunakan untuk mengukur variabel minat menabung. Indikator-indikator tersebut adalah sebagai berikut :⁵⁵.

1. Perhatian (attention)

Adanya perhatian yang besar dari konsumen terhadap suatu produk (barang atau jasa).

2. Ketertarikan (interest)

⁵³ Muhammad Syafii Antonio, Bank Syariah (Jakarta: Gema Insani, 2001), h. 53.

⁵⁴ Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab, Psikologi suatu pengantar (Dalam Perspektif Islam), (Jakarta: Kencana, 2004), h. 264.

⁵⁵ Muhammad Syafii Antonio, Bank Syariah (Jakarta: Gema Insani, 2001), h. 53.

Setelah adanya perhatian maka akan timbul rasa tertarik pada konsumen.

3. Keinginan (desire)

Berlanjut pada perasaan untuk menginginkan atau memiliki suatu produk tersebut.

4. Keyakinan (conviction)

Kemudian timbul keyakinan pada diri individu terhadap produk tersebut sehingga menimbulkan keputusan (proses akhir) untuk memperolehnya dengan tindakan membeli.

Indikator-indikator yang dikemukakan oleh Lucas & Britt (1950) yang meliputi perhatian, minat, keinginan, dan keyakinan merupakan indikasi minat menabung yang akan digunakan dalam penelitian ini berdasarkan definisi di atas.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penulis studi ini bukanlah orang pertama yang membahas variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli berbagai barang dan bentuk penelitian. Namun, studi ini berbeda dari penelitian lain karena, misalnya :

Tabel 2.1
Tabel Penelitian Terdahulu

No	Judul, Nama Penulis & Tahun	Variabel	Hasil penelitian
1.	Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Untuk Memilih Produk Bank Syariah Sumarno, S., Nawawi, R., & Saeki, J. (2021).	Variabel Independen : - Pengetahuan Lokasi - Pengetahuan Produk Variabel Dependen : Minat Menabung	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pengetahuan lokasi berpengaruh terhadap minat menabung di bank bjb syariah KCP Pabuaran dengan t hitung 3,268 > t tabel 2,011. Sama dengan Pengetahuan Produk berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank bjb syariah KCP Pabuaran dengan koefisien sebesar 0,576 dan koefisien determinasi R ² sebesar 0,451 dan t hitung 3,268 lebih besar dari t tabel 2,011. Begitu pula secara simultan variabel Independent berpengaruh terhadap variabel dependent dengan nilai F hitung sebesar 11,659 > F tabel 3,19. Nilai koefisien determinasi R ² sebesar 0,332 berarti 33,2 %.
2.	Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan terhadap	Variabel Independen : - Religiusitas	Hasil analisis menunjukkan bahwa religious berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan

No	Judul, Nama Penulis & Tahun	Variabel	Hasil penelitian
	Keputusan Menabung di Bank Syariah dengan Minat Sebagai Variabel Intervening Parastika, P., Hartini, T., & Amri, U. (2021).	- Pengetahuan Variabel Dependen : - Keputusan Menabung di Bank Syariah Variabel Intervening : - Minat Menabung	menabung di Bank Syariah, pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung di Bank Syariah, Dan variabel Minat berpengaruh positif dan signifikan dalam mediasi antara religiusitas dan pengetahuan terhadap keputusan menabung di bank syariah dengan minat sebagai variabel intervening.
3.	Pengaruh Pemahaman Masyarakat Tentang Riba Terhadap Minat Bertransaksi Di Bank Syariah Haida, N., Pratama, G., Sukarnoto, T., & Widiawati, W. (2021).	Variabel Independen : - Pemahaman Masyarakat Variabel Dependen : Minat Bertransaksi Di Bank Syariah	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pemahaman masyarakat tentang riba berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi masyarakat di bank syariah. Terbukti dari nilai koefisien regresi variabel pemahaman masyarakat tentang riba (X) sebesar 0,686 yang berarti bahwa apabila pemahaman masyarakat tentang riba mengalami peningkatan 1% maka minat bertransaksi di bank syariah akan meningkat 68,6%. Di samping itu, terbukti juga dari variabel pemahaman masyarakat tentang riba yang memiliki nilai $t_{hitung} (6,700) > t_{tabel} (1,985)$ dan nilai signifikansi yang diperoleh yaitu 0,000 yang berarti nilai tersebut lebih kecil dari nilai alpha 0,05, sehingga keputusannya adalah H_0 ditolak, artinya bahwa variabel pemahaman masyarakat tentang riba berpengaruh secara signifikan terhadap minat bertransaksi di bank syariah.
4.	Pengaruh Pengetahuan Mahasiswa tentang Riba terhadap Minat Menabung di Bank Syariah.	Variabel Independen : - Pengetahuan Riba Variabel Dependen : Minat Menabung di Bank Syariah	Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Manajemen FEB UMP, sampel sebanyak 52 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan pengetahuan tentang riba dan produk perbankan syariah berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa menjadi nasabah bank syariah, sedangkan secara parsial

No	Judul, Nama Penulis & Tahun	Variabel	Hasil penelitian
	Zamakhsyari, L., Winarni, D., & Wage, W. (2022).		pengetahuan tentang riba dan produk perbankan syariah berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa menjadi nasabah bank syariah.
5.	Pengaruh Pengetahuan Nasabah Tentang Riba dan Produk Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia Kcp Lawang. Paraswati, D., Amin, M., & Afifudin, A. (2023).	Variabel Independen : - Pengetahuan Nasabah Tentang Riba - Produk Perbankan Syariah Variabel Dependen : Minat Menabung	Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel pelanggan pemahaman riba (X1) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap niat menabung di Bank Syariah Indonesia (Y) dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Selain itu produk perbankan syariah Variabel (X2) juga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap niat menabung di Bank Syariah Indonesia (Y) dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelanggan Pemahaman terhadap riba dan produk perbankan syariah berperan penting dalam membentuk kesadaran nasabah menabung di Bank Syariah Indonesia.
6.	Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Desa Cimareme terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Sundari, A., Solihin, D., Ma'mun, S., & Setyowardani, V. (2023).	Variabel Independen : - Pengetahuan Masyarakat Variabel Dependen : Minat Menabung	Hasil penelitian menunjukkan korelasi kuat, dengan skor variabel X (pengetahuan) sebesar 81,78%, dan variabel Y (minat menabung) sebesar 82,13%, menandakan hubungan yang signifikan. Persamaan regresi, $Y = 24,130 + 0,638X$, pengetahuan ($X = 0$) menunjukkan tanpa perubahan. Selain itu, peningkatan 1% dalam pengetahuan, dengan asumsi awalnya 0, mengarah ke peningkatan 0,638 dalam minat menabung. Nilai R-Square sebesar 0,333 menunjukkan bahwa 33,3% varians dalam Y disebabkan oleh X, sedangkan 66,7% dipengaruhi oleh faktor lain. Pengujian hipotesis, membandingkan t-count (6,988) dan t-tabel (1,984) dengan nilai signifikansi $0,000 (<0,05)$, pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Oleh karena itu, hipotesis

No	Judul, Nama Penulis & Tahun	Variabel	Hasil penelitian
			alternatif (Ha), menolak hipotesis nol (Ho), adanya hubungan antara pengetahuan dan minat menabung di bank syariah.
7.	<p>Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, Produk, Pelayanan, dan Religiusitas terhadap Minat Menabung.</p> <p>Febrian, J., & Budianto, E. W. H. (2023).</p>	<p>Variabel Independen :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pengetahuan - Kepercayaan - Produk - Pelayanan - Religiusitas <p>Variabel Dependen :</p> <p>Minat Menabung.</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial variabel pengetahuan, kepercayaan, dan produk terhadap niat menabung di Bank NTB Syariah KCP Pekat. Domp. Sedangkan variabel pelayanan dan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat menabung di Bank NTB Syariah KCP Pekat Domp. Namun secara simultan kelima variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di Bank NTB Syariah KCP Pekat Domp.</p>
8.	<p>Pengaruh Pengetahuan Tentang Riba Nasiah Dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Bank Syariah</p> <p>Zulva, P., Sissah, S., & Habibah, G. A. (2024).</p>	<p>Variabel Independen :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pengetahuan Tentang Riba Nasiah - Religiusitas <p>Variabel Dependen :</p> <p>Minat Menabung.</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) Ditemukan bahwa secara parsial dan simultan terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel pengetahuan riba nasiah dan religiusitas terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah. (2) variabel pengetahuan riba nasiah dan religiusitas berpengaruh positif (gerak searah) terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah (3) hasil nilai koefisien Adjust R2 sebesar 0.492. Hal ini bahwa kontribusi variabel pengetahuan riba nasiah dan religiusitas sebesar 49.2% dan sisanya sebesar 50.8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini. Dan secara sumbangan efektif menunjukkan bahwa pada variabel pengetahuan riba nasiah dan religiusitas memberikan kontribusi sebesar 49.7%. adapun variabel yang paling pengaruh dalam penelitian ini adalah variabel pengetahuan riba nasiah yaitu sebesar 25.1%</p>

No	Judul, Nama Penulis & Tahun	Variabel	Hasil penelitian
9.	<p>Peran Religiusitas Sebagai Variabel Moderating Pengetahuan, Persepsi Produk Bank Syariah dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Syariah</p> <p>Agustin, D. N., & Hakim, L. (2022).</p>	<p>Variabel Independen :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Persepsi Produk Bank Syariah - Literasi Keuangan <p>Variabel Dependen :</p> <p>Minat Investasi Syariah</p> <p>Variabel Moderasi :</p> <p>Religiusitas</p>	<p>Hasil menunjukkan bahwa pengetahuan mampu mempengaruhi minat investasi syariah meskipun kurang signifikan terhadap variabel minat investasi syariah sedangkan persepsi produk bank syariah dan literasi keuangan berpengaruh positif serta signifikan terhadap minat investasi syariah. Kemudian religiusitas dapat memoderasi pengetahuan, persepsi produk bank syariah dan literasi keuangan terhadap minat investasi syariah</p>
10.	<p>Pengaruh Pengetahuan Produk Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Uin Sultan Maulana Hasanuddin Banten</p> <p>Syifa, D. S., Puspita, C., Maulana, D., Saraswati, H., Sudrajat, B., & Hidayat, W. (2023).</p>	<p>Variabel Independen :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pengetahuan Produk Bank Syariah <p>Variabel Dependen :</p> <p>Minat Menabung Mahasiswa</p>	<p>Uji Levene dengan nilai F hitung sebesar 1.555 pada variabel Pengetahuan pada tabel kedua (independent sample test) memiliki probabilitas (Sig) lebih dari 0,05 ($0,22 > 0,05$), sehingga disimpulkan bahwa H_0 tidak dapat ditolak. Untuk menganalisis uji beda (uji-t), varian yang sama harus diasumsikan. Menurut asumsi varian yang sama, nilai t adalah 0,32, dan probabilitas signifikannya adalah 0,749 ($0,749 > 0,05$). Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa tidak ada perbedaan yang berarti antara penilaian pengetahuan rata-rata pria dan wanita. Hasil temuan mengklaim pengetahuan produk berindikasi pada minat menabung</p>
11.	<p>Analisis Pengetahuan Tentang Perbankan Syariah Santri Pondok Pesantren Al-Ittihad Mojokerto Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah.</p> <p>Fauzy, T. O., Purwadi, A., & Hakim, R. (2019).</p>	<p>Variabel Independen :</p> <ul style="list-style-type: none"> - pengetahuan tentang perbankan syariah <p>Variabel Dependen :</p> <p>Minat menabung</p>	<p>Hasil penelitian ini nilai signifikansi variabel pengetahuan mahasiswa adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan terdapat pengaruh positif antara variabel pengetahuan mahasiswa tentang perbankan syariah (X) terhadap minat menabung di perbankan syariah (Y). Oleh karena itu H_0 ditolak dan H_a diterima. Apalagi hasil r_{hitung} (hitungan) sebesar 0,753 lebih besar dari r_{tabel} (tabel) yaitu sebesar 0,195. Berdasarkan kriterianya, hubungan antara variabel dependen dan independen</p>

No	Judul, Nama Penulis & Tahun	Variabel	Hasil penelitian
			menunjukkan adanya korelasi yang kuat dan signifikan antara variabel pengetahuan mahasiswa dan minat menabung.
12.	<p>Pengetahuan Produk dan Reputasi Bank Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia</p> <p>Masin, M., & Hasanah, A. (2023).</p>	<p>Variabel Independen :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pengetahuan Produk Reputasi Bank <p>Variabel Dependen :</p> <p>Minat Masyarakat Menabung</p>	<p>Hasil penelitian bahwa variabel pengetahuan masyarakat tentang bank syariah mempengaruhi sikap masyarakat memilih produk yang ditawarkan, sehingga semakin baik pengetahuan masyarakat mengenai perbankan syariah maka akan meningkatkan minat menjadi nasabah, demikian pula sebaliknya. Sementara, pada variabel reputasi bank syariah berpengaruh positif terhadap Keyakinan Nasabah dalam memilih bermitra di bank syariah.</p>
13.	<p>Pengaruh Pengetahuan Pelajar tentang Perbankan Syariah terhadap Minat Memilih Produk BSI</p> <p>Khairussyifa, S., Rokan, M. K., & Irham, M. (2024).</p>	<p>Variabel Independen :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pengetahuan Produk Bank Syariah <p>Variabel Dependen :</p> <p>terhadap Minat Memilih Produk BSI</p>	<p>Hasil penelitian secara parsial dengan uji t menunjukkan bahwa variabel keagenan, produk dan lokasi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat memilih produk BSI dengan nilai $0,00 < 0,05$ dan $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($18,317 > 2,48$). Nilai R^2 sebesar 47,8% ditentukan oleh variabel independen, sedangkan sisanya sebesar 52,2% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.</p>
14.	<p>Variabel Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung Pada Bank Syariah Indonesia Di Kabupaten Mamuju</p> <p>Jasmawiyah, R., & Halim, A. (2023).</p>	<p>Variabel Independen :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pengetahuan - Pelayanan - Lokasi <p>Variabel Dependen :</p> <p>Minat Masyarakat dalam Menabung</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa Variabel Pengetahuan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Masyarakat Menabung pada Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Mamuju dengan nilai signifikan 0,017. Variabel Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Masyarakat Menabung pada Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Mamuju dengan nilai signifikan 0,000. Variabel Lokasi secara parsial</p>

No	Judul, Nama Penulis & Tahun	Variabel	Hasil penelitian
			berpengaruh signifikan terhadap Minat Masyarakat Menabung pada Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Mamuju dengan nilai signifikan 0,004. Variabel Pengetahuan, Pelayanan dan Lokasi secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap Minat Masyarakat Menabung pada Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Mamuju dengan nilai signifikan yaitu 0,000
15	<p>Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI)</p> <p>Novian, H., Anwar, M. W., Fauzi, F., & Irviani, R. (2023).</p>	<p>Variabel Independen :</p> <p>- Pengetahuan Produk</p> <p>Variabel Dependen :</p> <p>Minat Menabung</p>	<p>Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pengaruh pengetahuan masing-masing jenis produk tabungan berpengaruh positif terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Kas Kalirejo Lampung Tengah. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji gabungan (uji T) yaitu diperoleh nilai signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga H_0 diterima. Dan nilai R Square sebesar 0,654 yang berarti mempunyai pengaruh sebesar 65,4% yang menunjukkan bahwa nilai minat menabung dipengaruhi oleh pengetahuan masing-masing jenis produk tabungan sedangkan sisanya sebesar 34,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. .</p>
16.	<p>Literasi Keuangan Syariah Generasi Z dan Minatnya pada Perbankan Syariah (Studi Kasus pada Siswa SMK di Jakarta).</p> <p>Sugiarti, D. (2023).</p>	<p>Variabel Independen :</p> <p>- Literasi Keuangan Syariah</p> <p>Variabel Dependen :</p> <p>Minat Menabung</p>	<p>Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer dan sekunder. Penelitian ini dilakukan pada siswa kelas X, XI dan XII SMK se-Jakarta. Sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 342 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan metode kuesioner online kepada responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan</p>

No	Judul, Nama Penulis & Tahun	Variabel	Hasil penelitian
			syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi Z dalam menggunakan produk perbankan syariah.
17.	<p>Pengaruh Motivasi Menabung Dan Pengetahuan Variasi Produk Bank Syariah Indonesia Terhadap Minat Menabung Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa FEBI IAIQI)</p> <p>Fitri, M., & Ahmadan, D. (2023).</p>	<p>Variabel Independen :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pengetahuan Variasi Produk - Motivasi Menabung <p>Variabel Dependen :</p> <p>Minat Menabung Mahasiswa</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel motivasi menabung (X_1) terhadap minat menabung dikarenakan hasil perhitungan uji t, variabel motivasi menabung memiliki nilai thitung > ttabel yaitu $3,062 > 1,992$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,005$, maka hal ini berarti bahwa uji hipotesis menerima H_1 menolak H_0. Sehingga secara parsial variabel motivasi menabung berpengaruh signifikan terhadap minat menabung. Dapat diketahui hasil analisis regresi linier berganda dalam Uji F dapat dilihat dari adjusted R square sebesar 0,637 yang menunjukkan bahwa minat menabung dipengaruhi oleh kedua variabel yaitu motivasi menabung dan pengetahuan variabel sebesar 63,7%. Sisanya yaitu 36,3% dipengaruhi variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini</p>
18.	<p>Pengaruh Pengetahuan Tentang Produk-Produk Perbankan Syariah Terhadap Minat Mahasiswa Fakultas Agama Islam Menjadi Nasabah Di Bank Syariah</p> <p>Sa'adah, H., & Rusydi, I. (2023).</p>	<p>Variabel Independen :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tentang Produk-Produk Perbankan Syariah <p>Variabel Dependen :</p> <p>Minat Menabung Mahasiswa</p>	<p>Hasil dari penelitian ini adalah bahwa pengaruh pengetahuan tentang produk-produk Perbankan Syariah terhadap minat mahasiswa Fakultas Agama Islam menjadi nasabah di Bank Syariah yaitu, dari hasil uji T-test berpengaruh secara signifikan sebesar 6,486 dengan nilai signifikansi 0,000 dimana nilai signifikansi < 0,05. Yang artinya variabel independen berpengaruh parsial terhadap variabel dependen.</p>
19.	<p>Pengaruh Pengetahuan Masyarakat dan Minat Penerapan Nilai Islam</p>	<p>Variabel Independen :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pengetahuan Masyarakat 	<p>Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan sistem SPSS versi 17 diperoleh kesimpulan bahwa pada uji customized R-Square</p>

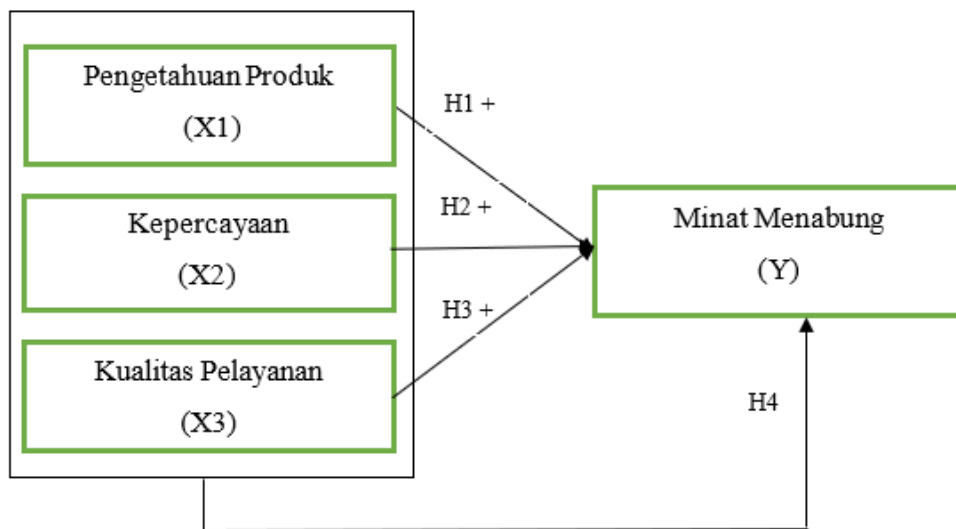
No	Judul, Nama Penulis & Tahun	Variabel	Hasil penelitian
	<p>Terhadap Keputusan Menggunakan Tabungan Perbankan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kota Langsa).</p> <p>Hasibuan, F. U., & Wahyuni, R. (2020).</p>	<p>- Minat Penerapan Nilai Islam</p> <p>Variabel Dependen :</p> <p>Keputusan Menggunakan Tabungan Perbankan Syariah</p>	<p>diperoleh sebesar 38,5 % hubungan dan kontribusi variabel pengetahuan dan minat masyarakat terhadap penerapan nilai-nilai Islam dalam mempengaruhi keputusan penggunaan produk tabungan. dan sisanya sebesar 61,5% dijelaskan oleh variabel lain pengetahuan dan minat penerapan nilai-nilai Islam mempunyai pengaruh terhadap keputusan penggunaan produk tabungan. Hasil F (simultan) F hitung sebesar 32,014 > F tabel 3,09 sehingga dapat disimpulkan Ha diterima, artinya terdapat pengaruh secara simultan (bersama-sama) variabel pengetahuan masyarakat dan minat menerapkan nilai-nilai Islam terhadap keputusan penggunaan. produk tabungan. Hasil uji t (parsial) variabel pengetahuan terhadap keputusan penggunaan produk tabungan diperoleh thitung sebesar 4,408 > ttabel 1,660, artinya Ho ditolak dan Ha diterima. Dengan demikian variabel pengetahuan masyarakat mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap keputusan masyarakat menggunakan produk tabungan Perbankan Syariah.</p>
20.	<p>Determinan minat menabung masyarakat di Bank Syariah: Studi empiris di kota Jambi.</p> <p>Nengsih, T. A., Arsa, A., & Putri, P. S. (2021).</p>	<p>Variabel Independen :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lokasi - Kepercayaan - Pengetahuan - Promosi - Kualitas Pelayanan <p>Variabel Dependen :</p> <p>Minat Menabung</p>	<p>Hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel kepercayaan, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat. Selanjutnya variabel lokasi dan pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat menabung. Model analisis juga menunjukkan bahwa lokasi, kepercayaan, pengetahuan, promosi dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat menabung dengan nilai koefisien determinan model ini sebesar 47,8%.</p>

Sumber : Diolah Oleh Peneliti, 2024

2.3 Kerangka Teoritis

Salah satu alat yang dapat membantu peneliti menyusun hipotesis penelitiannya dengan lebih cepat adalah kerangka berpikir. Rencana penelitian dijabarkan dalam kerangka berpikir, sehingga memudahkan peneliti untuk merumuskan masalah dan jawaban yang dihipotesiskan. Kerangka berpikir juga membantu dalam menyediakan informasi tentang hubungan yang ada antara variabel.

Minat menabung di Bank Syariah Indonesia dipengaruhi oleh kualitas layanan, kepercayaan, dan pemahaman produk perbankan Islam. Tingkat minat menabung di bank Islam berkorelasi langsung dengan pemahaman seseorang terhadap produk perbankan Islam, sehingga hubungan tersebut bersifat searah atau linier. Demikian pula, terdapat hubungan searah atau linier antara kepercayaan dan kualitas layanan; yaitu, minat menabung di bank Islam meningkat seiring dengan meningkatnya tingkat kepercayaan dan kualitas layanan. Pendekatan berikut dapat digunakan untuk menggambarkan uraian proses pemikiran tersebut di atas :



Gambar 2.2 Kerangka Konseptual

H₁ : Diduga X₁ (pengetahuan produk perbankan syariah) berpengaruh positif terhadap Y (Minat masyarakat menabung di bank syariah Indonesia studi pada masyarakat Kelurahan Trimulyo Genuk)

H₂ : Diduga X₂ (kepercayaan) berpengaruh positif terhadap Y (Minat masyarakat menabung di bank syariah Indonesia studi pada masyarakat Kelurahan Trimulyo Genuk)

H₃ : Diduga X₃ (kualitas pelayanan) berpengaruh positif terhadap Y (Minat masyarakat menabung di bank syariah Indonesia studi pada masyarakat Kelurahan Trimulyo Genuk)

H₄ : Diduga pengetahuan produk perbankan syariah, kepercayaan dan kualitas pelayanan berpengaruh secara bersama sama terhadap Y (Minat masyarakat menabung di bank syariah Indonesia studi pada masyarakat Kelurahan Trimulyo Genuk)

2.4 Hipotesis Penelitian

Suatu hipotesis tidak memiliki respons empiris dan hanya merupakan solusi teoritis sementara terhadap suatu topik penelitian.⁵⁶ Hipotesis menjelaskan alur pengujian penelitian ini; dengan kata lain, hipotesis mengarahkan kerja lapangan peneliti saat mereka mengumpulkan data dan melakukan eksperimen menggunakan objek uji yang sebenarnya. Hipotesis dirumuskan dalam frasa pernyataan yang ringkas, langsung, dan mudah dipahami. Hipotesis disebutkan agar hipotesis dapat diverifikasi atau ditangani sesuai dengan metode analisis yang dipilih⁵⁷. Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut :

1. Pengaruh Pengetahuan tentang produk perbankan Syariah terhadap minat masyarakat.

Menurut Bucks dalam Nurhayati dan Hendar (2019) Pengetahuan produk berhubungan dengan ingatan atau pemahaman yang diketahui oleh konsumen tentang keahlian dan keakraban atas suatu produk. Informasi tentang produk secara lengkap dan cara berpromosi yang menarik membuat masyarakat berminat dalam menggunakan suatu produk. Pengetahuan produk ini berhubungan pada pengetahuan subjek atau pengetahuan yang dirasakan, pengetahuan objektif, dan pengetahuan dari suatu pengalaman (Nurhayati dan Hendar, 2019). Pandangan ini sejalan dengan Teori Perilaku Terencana (TPB) Ajzen (2005) yang menyatakan bahwa salah satu faktor kontekstual (informasi) yang dapat memengaruhi minat seseorang adalah pengetahuan. Karena pengetahuan termasuk dalam kategori variabel latar belakang (informasi), maka orang yang berpengetahuan akan mampu mengendalikan keinginannya untuk menabung di bank syariah. Dengan demikian, pengetahuan produk merupakan kumpulan berbagai informasi tentang barang yang diketahui konsumen, termasuk kategori produk, merek, pemahaman, fitur, dan biaya, selain tingkat kepercayaan mereka terhadap produk tersebut. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Arifiyanto & Kholidah (2020) menunjukkan bahwa pengetahuan produk memiliki pengaruh yang positif dan substansial terhadap minat.

H₁ : Pengetahuan tentang produk perbankan syariah berpengaruh positif terhadap minat masyarakat di Kelurahan Trimulyo Genuk Semarang dalam menabung di bank syariah Indonesia.

⁵⁶ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, (Bandung: Alfabeta, 2006), h. 70.

⁵⁷ Lijan Poltak Sinambela, Metodologi Penelitian Kuantitatif; Untuk Bidang Ilmu Administrasi, Kebijakan Publik, Ekonomi, Sosiologi, Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014, Hal 55

2. Pengaruh Kepercayaan terhadap minat menabung masyarakat.

Menurut Siegrist dan Cvetkovich dalam balog-way et al (2019) mendefinisikan kepercayaan masyarakat ini merupakan ketersediaan yang bergantung pada pemilik tanggung jawab untuk membuat keputusan dan mengambil tindakan. Kepercayaan yang semakin meningkat, maka minat menabung juga semakin kuat. Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Utami et al,2019) menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat. Deborah & Keni (2019) dalam penelitiannya kepercayaan juga berpengaruh secara signifikan terhadap minat. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Andriani & Halmawanti, 2019), kepercayaan juga memiliki pengaruh positif terhadap minat menabung. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Utami (2020) menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap minat masyarakat untuk menabung di Bank Syariah, hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Azhar (2019) yang menyatakan bahwa kepercayaan terbukti memiliki pengaruh yang besar terhadap minat menabung di Bank Syariah. Hal ini dapat mendukung teori yang menyatakan bahwa minat masyarakat Genuk untuk menabung di Bank Syariah Indonesia dipengaruhi oleh kepercayaan.

H2 : Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat masyarakat di Kelurahan Trimulyo Genuk Semarang dalam menabung di bank syariah Indonesia.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap minat menabung masyarakat.

Teori Perilaku Terencana (TPB) Menurut Ajzen (2020), media merupakan salah satu faktor latar belakang (informasi) tertentu yang memiliki kekuatan untuk membentuk preferensi pribadi. Setiap niat atau tindakan yang pada dasarnya tidak berwujud, dapat dipindahtangankan, dan tidak memberikan kepemilikan dianggap sebagai layanan. Industri perbankan menjadi semakin rumit, sehingga membutuhkan kualitas penampilan, layanan, pengetahuan, dan kompetensi tertentu tentang produk dan layanan yang ditawarkan oleh bank. Untuk itu, standar layanan perbankan menjadi sangat penting. Layanan memiliki pengaruh yang baik dan cukup besar terhadap keinginan nasabah dalam menabung di Bank Syariah Indonesia, menurut penelitian Damayanti (2016). Berdasarkan penelitian Indi (2018), kecenderungan masyarakat untuk menabung di bank syariah di Kabupaten Rappocini dipengaruhi secara signifikan oleh variabel layanan. Dari rangkuman di atas, dapat diketahui bahwa layanan bank syariah memiliki daya tarik tersendiri yang dapat menarik perhatian masyarakat luas dan menarik nasabah baru. Kualitas layanan yang diberikan oleh bank syariah akan menyebabkan kenaikan bunga simpanan di lembaga tersebut. Sebaliknya, jika layanannya kurang baik, nasabah akan cenderung enggan menabung di bank syariah.

H3 : Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap minat masyarakat di Kelurahan Trimulyo Genuk Semarang dalam menabung di bank syariah Indonesia.

4. Pengaruh Pengetahuan tentang produk perbankan syariah, kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung masyarakat.

Pengetahuan produk ini berkorelasi dengan pengetahuan berdasarkan pengalaman, pengetahuan objektif, dan pengetahuan topik atau pengetahuan yang dipersepsikan (Nurhayati dan Hendar, 2019). Pandangan ini konsisten dengan Theory of Planned Behavior (TPB) yang dicetuskan oleh Ajzen pada tahun 2005 yang menyatakan bahwa salah satu variabel latar belakang (informasi) yang dapat memengaruhi minat seseorang adalah pengetahuan. Kemampuan pemilik untuk membuat pilihan dan mengambil tindakan menentukan ketersediaan kepercayaan publik ini. Semakin besar perolehan kepercayaan, semakin besar pula keinginan untuk menabung. Menurut temuan penelitian terdahulu, kepercayaan secara signifikan dan positif memengaruhi minat (Utami et al., 2019). Menurut penelitian Deborah dan Keni (2019), kepercayaan juga memiliki dampak besar terhadap minat. Standar pelayanan perbankan menjadi hal yang krusial mengingat sektor perbankan semakin kompleks dan menuntut tingkat penampilan, pelayanan, pengetahuan, dan keahlian tertentu terhadap barang dan jasa yang disediakan oleh bank. Menurut penelitian Damayanti (2016) minat menabung di Bank Syariah Indonesia dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh pelayanan. Hal ini sesuai dengan penelitian Indi (2018) yang menyatakan bahwa karakteristik pelayanan sangat berpengaruh terhadap keinginan menabung masyarakat Kecamatan Rappocini di Bank Syariah. Menurut penelitian Parastika & Amri (2021), Zamakhsyari & Wage (2022), Paraswati & Afifudin (2023), dan Febrian & Budianto (2023) minat masyarakat menabung di bank syariah dipengaruhi oleh awareness terhadap produk perbankan syariah, trust, dan kualitas pelayanan.

H4 : Pengetahuan tentang produk perbankan syariah, kepercayaan dan kualitas pelayanan berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat masyarakat di Kelurahan Trimulyo Genuk Semarang dalam menabung di bank syariah Indonesia.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Taktik penelitian adalah prosedur dan pendekatan yang akan digunakan untuk mengumpulkan data dalam rangka mengatasi masalah atau memverifikasi gagasan. Penelitian ini menggunakan teknik deskriptif kuantitatif, yaitu jenis penelitian di mana informasi dikumpulkan melalui kuesioner dan kemudian diolah menggunakan statistik untuk memberikan deskripsi atau penjelasan yang paling akurat tentang suatu kondisi atau kejadian. Menurut Sugiyono (2020), metode kuantitatif adalah strategi penelitian berbasis positif yang diterapkan pada analisis populasi atau sampel tertentu. Pendekatan pengambilan sampel biasanya menggunakan pengambilan sampel acak, pengumpulan data dilakukan dengan alat penelitian, dan analisis data statistik dan kuantitatif dilakukan untuk mengevaluasi hipotesis.⁵⁸

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi adalah sekelompok item atau orang yang dipilih menurut kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dinilai dan diambil Kesimpulan.⁵⁹ Populasi dalam penelitian ini adalah Masyarakat Kelurahan Trimulyo Kecamatan Genuk Kota Semarang Provinsi Jawa Tengah sejumlah 2.317 orang dengan rentan umur 17-60 tahun.

3.2.2 Sampel

Sugiyono (2020) mendefinisikan sampel sebagai bagian dari populasi yang ciri-cirinya akan diteliti secara menyeluruh oleh peneliti. Untuk menentukan sampel diperlukan prosedur pengambilan sampel yang memadai. Teknik pengambilan sampel didefinisikan sebagai metode penghitungan jumlah sampel yang sesuai dengan besarnya sumber data sebenarnya dengan memperhatikan ciri-ciri populasi agar menghasilkan sampel yang representatif atau mewakili populasi secara akurat. Teknik sampel yang dipakai adalah dengan metode *probability sampling*, yaitu cara memilih sampel dengan memberi peluang seimbang bagi yang lainnya. Alasan penelitian ini menggunakan *probability sampling* adalah populasi yang tidak diketahui secara pasti sehingga peneliti dapat memilih sampel dengan mudah sesuai dengan kriteria yang ditentukan⁶⁰. Terdapat beberapa kriteria responden yang digunakan dalam penelitian ini :

⁵⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung, Alfabeta, 2013),h.65

⁵⁹ Asep Saepul Hamdi and E. Baharuddin, 'Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Pendidikan' , in *Buku(CV Budi Utama)*,p.2014.

⁶⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung,2008)

1. Responden memiliki usia 17 tahun keatas.
2. Reponden bertempat tinggal di Kelurahan Trimulyo, Kecamatan Genuk, Kota Semarang.
3. Responden yang belum memiliki rekeninh Bank Syariah Indonesia.

Untuk jumlah populasi yang telah diketahui dapat digunakan rumus Slovin untuk menghitung jumlah sampel yang diperlukan.⁶¹

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

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran Populasi

e^2 =Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir dalam pengambilan sampel

Dalam penelitian ini ditetapkan e adalah 10% dan N adalah 3839. Jadi minimal sampel yang diambil oleh peneliti adalah :

$$n = \frac{2317}{1 + 2317(0,1)^2}$$

$$n = \frac{2317}{1 + 23,17}$$

$$n = \frac{2317}{24,17}$$

$$n = 96,86$$

$$n = 97$$

Keterangan:

n =Ukuran sampel

N = Ukuran Populasi

e^2 =Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir 10%

Bedasarkan rumus Slovin maka n yang diperoleh adalah 97 orang.

⁶¹ Masyhuridan M Zainuddin, Metodologi Penelitian – Pendekatan Praktis dan Aplikatif, (Bandung: PT Refika Aditama, 2008), h. 178

3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

1. Variabel Penelitian

- a. Variabel Independent X (variabel bebas) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas, yaitu:

Pengetahuan Umum Tentang Perbankan Syariah (X1)

Kepercayaan (X2)

Kualitas Pelayanan(X3)

- b. Variabel Dependent Y (variabel terikat) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Maka dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat, yaitu:

Minat Masyarakat dalam Menabung(Y)

2. Definisi Operasional

Untuk memberikan batasan penelitian dalam memudahkan penafsiran mengenai variabel-variabel yang digunakan, maka diperlukan penjabaran definisi operasional variabel, yakni :

Tabel 3.1

Tabel Definisi Operasional

Variable	Definisi Operasional	Indikator
Pengetahuan Produk Perbankan Syariah (X1)	Pengetahuan responden tentang bank syariah secara umum, prinsip bank syariah, perbedaan bank syariah dengan bank konvensional, dasar hukum/landasan hukum bank syariah, dan operasional bank syariah.	Indikator Pengetahuan Produk : a. Definisi bank syariah b. Landasan hukum c. Prinsip bank syariah d. Operasional bank syariah
Kepercayaan (X2)	Kepercayaan masyarakat ini merupakan	Indikator Kepercayaan : a. Ketulusan

	<p>ketersediaan yang bergantung pada pemilik tanggung jawab untuk membuat keputusan dan mengambil tindakan yang berhubungan dengan pengelolaan teknologi, lingkungan, kedokteran, atau bidang kesehatan dan keselamatan publik lainnya.</p>	<p>b. Kemampuan c. Integritas d. Relasional</p>
<p>Kualitas Pelayanan (X3)</p>	<p>Sebagai suatu derajat keunggulan, mutu pelayanan dapat dianggap sebagai komponen kebaikan.</p>	<p>Indikator Kualitas Pelayanan :</p> <p>a. Bukti fisik b. Keandalan c. Daya tanggap d. Jaminan e. Empati</p>
<p>Minat Menabung (Y)</p>	<p>keadaan mental yang terdiri dari berbagai emosi, aspirasi, keyakinan, bias, atau kecenderungan lain yang memengaruhi keputusan seseorang.</p>	<p>Indikator Minat Masyarakat :</p> <p>a. Perhatian b. Ketertarikan c. Keinginan d. Keyakinan</p>

Sumber : Diolah Oleh Peneliti, 2024

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan pengumpulan data sebagai strategi untuk mengumpulkan data penelitian. Kuesioner merupakan metode yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengumpulkan data. Kuesioner

adalah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data, di mana partisipan diberikan daftar pertanyaan tertulis untuk diisi. Kuesioner ini dibuat dengan tujuan untuk membantu akademisi mengumpulkan data empiris atau lapangan untuk mengatasi masalah penelitian dan memvalidasi teori yang diketahui.

Karena masyarakat di Desa Trimulyo Genuk, Semarang, merupakan responden, maka tanggapan terhadap berbagai pernyataan atau pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner merupakan hasil dari jawaban responden. Skala Likert adalah skala yang digunakan. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, keyakinan, dan persepsi individu atau kelompok terhadap isu sosial. Perhitungan persetujuan atau ketidaksetujuan responden terhadap suatu objek tertentu dilakukan dengan menggunakan skala Likert. Hal ini menunjukkan bahwa pertanyaan peneliti dikategorikan sebagai positif atau negatif. Setiap item pada skala Likert memiliki tanggapan yang berkisar dari sangat positif hingga sangat negatif. Sementara itu, untuk melakukan analisis skor kuantitatif berikut ini :

Tabel 3.2
Skala Penilaian Likert

Tabel 3.2
Skala Penilaian Likert

Pernyataan	Skor
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Setelah skor diperoleh lalu dicari rata-rata skor per responden. Data responden secara individu di distribusikan berdasarkan kriteria tertentu, sehingga dapat dideskripsikan distribusi jawabannya.

3.5 Metode Analisis Data

Proses penataan data untuk ditransformasikan, makna untuk menawarkan makna, menjelaskan tren, dan mengungkap korelasi antara berbagai ide dikenal sebagai analisis data. Analisis kuantitatif adalah metode analisis data yang digunakan peneliti dalam penyelidikan ini. Analisis Regresi Linier Berganda adalah teknik yang digunakan. Akan ada tingkat hubungan antara variabel yang diperiksa sebagai hasil dari penggunaan strategi ini. Hasilnya, hal itu dapat menunjukkan arah hubungan yang ada serta sejauh mana faktor-faktor independen memengaruhi variabel dependen (hubungan positif atau negatif).

1. Uji Validitas dan Realibilitas

a. Uji Validitas

Validitas adalah pengukuran stabilitas atau validitas instrumen. Uji validitas digunakan untuk menilai validitas kuesioner. Validitas kuesioner ditentukan oleh apakah pertanyaan dapat menghasilkan data yang dibutuhkan untuk mengukurnya atau tidak. Uji validitas ini melibatkan 97 responden dan dilakukan dengan menggunakan dua sisi dengan kriteria berikut. SPSS 24 digunakan untuk melaksanakan ujian ini. 1) Pernyataan dianggap valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$. 2) Pernyataan dianggap tidak valid jika r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} .

b. Uji Reliabilitas

Salah satu metode untuk mengukur kekonstanan faktor konstruksi atau studi adalah reliabilitas. Jika respons responden terhadap suatu pertanyaan konstan atau konsisten sepanjang waktu, variabel tersebut dianggap dependen. Ketika suatu alat ukur digunakan berulang kali untuk menilai gejala yang sama dan temuannya sebagian besar konsisten, alat tersebut dianggap dapat dipercaya. Hal ini ditunjukkan oleh indeks yang dikenal sebagai reliabilitas. Rumus koefisien Cronbach Alpha dengan kriteria berikut digunakan untuk memeriksa reliabilitas kuesioner dalam studi ini untuk item pernyataan yang dianggap valid dalam uji validitas dan reliabilitas :

- 1) Jika r_{alpha} positif atau lebih besar dari r_{tabel} maka pernyataan reliabel.
- 2) Jika r_{alpha} negatif atau lebih kecil dari r_{tabel} maka pernyataan tidak reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

Untuk menilai asumsi dalam penelitian menggunakan model regresi, uji asumsi tradisional harus dilakukan. Asumsi standar heteroskedastisitas, autokorelasi, multikolinearitas, dan normalitas tidak boleh berlaku pada model regresi.

a. Uji Normalitas

Tujuan dari uji normalitas adalah untuk menentukan apakah residual atau variabel regresi yang mengganggu dalam model regresi memiliki distribusi normal. Distribusi data yang normal atau hampir normal diperlukan untuk menghasilkan model regresi yang berhasil. Ada banyak metode untuk menentukan apakah data terdistribusi normal atau tidak, salah satunya adalah dengan menjalankan statistik melalui Uji Kolmogorov-Smirnov. Jika signifikansi uji Kolmogorov-Smirnov Sig kurang dari 0,05, data tidak terdistribusi normal; jika tidak, residual terdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Untuk memastikan adanya hubungan antara dua atau lebih variabel yang saling terhubung dalam suatu model, digunakan uji multikolinearitas. Apabila nilai koefisien korelasi variabel berada di luar batas keberterimaan, maka terjadi multikolinearitas; sebaliknya, multikolinearitas tidak terjadi apabila nilai koefisien korelasi berada di dalam batas keberterimaan. Salah satu cara pengujian multikolinearitas dalam suatu model regresi adalah dengan memeriksa Variance Inflation Factor (VIF) dan nilai toleransi. Setiap variabel bebas yang dijelaskan oleh faktor-faktor lain ditunjukkan oleh kedua pengukuran tersebut. Dengan memanfaatkan VIF (Variance Inflation Factor) yang terhubung dengan X_h , dilakukan pengujian multikolinearitas, yaitu :

$$VIF(X_h) = 1/1-R_h^2$$

Korelasi kuadrat dari dengan variabel independen lainnya direpresentasikan dengan R_h^2 . Oleh karena itu, menentukan koefisien korelasi antara X_1 dan X_2 merupakan langkah pertama. Nilai VIF kemudian dicari. Derajat variabilitas dalam variabel independen yang dipilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel independen lainnya diukur dengan toleransi. Karena $VIF = 1/\text{toleransi}$, nilai toleransi yang rendah menunjukkan kolinearitas yang kuat dan setara dengan angka VIF yang tinggi. Nilai toleransi $>0,1$ atau setara dengan nilai $VIF <10$ berfungsi sebagai dasar untuk pengambilan keputusan karena menunjukkan bahwa tidak ada multikolinearitas antara variabel dalam model regresi.

c. Uji Heterokedastisitas

Tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk memastikan apakah ketidaksetaraan varians residual model regresi, yang merupakan premis tradisional heteroskedastisitas, dilanggar atau tidak. Nilai signifikan korelasi Spearman Rank antara setiap variabel independen dan residualnya dapat digunakan untuk menguji heteroskedastisitas. Sebaliknya, heteroskedastisitas terjadi jika nilai signifikansi kurang dari α (5%) dan tidak terjadi jika lebih dari α (5%).

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merujuk pada suatu analisis untuk mengamati pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan persamaan berikut :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Minat menjadi nasabah

a = Nilai konstanta

X1= Produk perbankan syariah

X2= Kepercayaan

X3= Kualitas Pelayanan

β_1, β_2 = Koefisien regresi

e = Standar eror

4. Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien Korelasi (R)

Menemukan hubungan antara dua atau lebih variabel independen dan variabel dependen dilakukan dengan menggunakan analisis koefisien korelasi. Saat menentukan tingkat hubungan antara variabel dependen dan independen dalam suatu penelitian, koefisien korelasi digunakan sebagai acuan.

b. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Statistik regresi yang penting adalah uji koefisien determinasi, atau R², yang dapat menunjukkan seberapa baik garis regresi yang diproyeksikan sesuai dengan data aktual atau, dengan kata lain, dapat memberikan wawasan tentang kualitas model regresi yang diestimasi. Nilai R² persamaan regresi, yang berkisar dari nol hingga satu, menunjukkan seberapa baik persamaan tersebut sesuai dengan data aktual.

c. Uji T (Parsial)

Tujuan dari uji-t adalah untuk mengetahui apakah setiap variabel independen memiliki pengaruh parsial yang signifikan secara statistik terhadap variabel dependen. Jika hitung $> T$ tabel menunjukkan bahwa variabel independen hanya memiliki pengaruh parsial terhadap variabel dependen, maka H₀ ditolak. H₀, yang menyatakan bahwa variabel independen tidak memiliki pengaruh sama sekali terhadap variabel dependen, diterima jika T hitung $< T$ tabel.

d. Uji F (Simultan)

Jika koefisien variabel bebas secara bersamaan memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap variabel terikat, hal ini dapat dikonfirmasi dengan menggunakan uji F. Dengan membandingkan tingkat signifikansi (sig.F) dengan tingkat signifikansi ($\alpha = 5\%$), makna nilai uji F akan ditentukan. Hipotesis tidak ditolak jika Fhitung $> F$ tabel atau sig.F $< 0,05$ menunjukkan bahwa faktor-faktor bebas secara bersamaan memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap variabel terikat.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Penyajian Data

Pada subbab ini penyajian data meliputi pemaparan mengenai relevansi topik skripsi, gambaran objek penelitian, diskripsi responden serta diskripsi variable-variabel penelitian.

4.1.1 Gambaran Umum Kelurahan Trimulyo, Genuk, Kota Semarang

Kelurahan Trimulyo adalah sebuah kelurahan di wilayah Kecamatan Genuk, Kota Semarang, Provinsi Jawa Tengah. Luas wilayah Kelurahan Trimulyo. Permukiman di Kelurahan Trimulyo, Kecamatan Genuk, Kota Semarang merupakan permukiman yang berada di sekitar Kawasan Industri Terboyo. Letaknya yang berada di pesisir dan di sekitar Luas wilayah Kelurahan Trimulyo sebesar 33,2 Ha dengan jumlah pekarangan bangunan sebesar 263.080 serta jumlah penduduk sebesar 3.606 penduduk yang terdiri dari 1.811 penduduk berjenis kelamin laki-laki dan 1.795 penduduk berjenis kelamin perempuan. Di Kelurahan Trimulyo juga terdapat area tegal atau wilayah perkebunan dengan luas sebesar 5,5 Ha. Selain itu juga, dikarenakan Kelurahan Trimulyo merupakan daerah pesisir laut terdapat pula daerah atau area tambak kolam dengan luas sebesar 3,6 Ha, area atau daerah rawa dengan luas sebesar 3,3 Ha, serta area atau daerah taman dengan luas sebesar 0,5 Ha. Mayoritas masyarakat Kelurahan Trimulyo beragama islam sehingga merupakan target bagi penulis untuk melakukan penelitian didesa tersebut. Kelurahan Trimulyo memiliki gambaran umum abrasi dan akresi yang disebabkan oleh dampak perubahan iklim. Pada sepuluh hingga dua puluh tahun yang lalu, rob beserta abrasi telah merusak dan menenggelamkan lahan mangrove beserta lahan tambak penduduk sekitar yang berada di pesisir Kelurahan Trimulyo.

Kelurahan Trimulyo, Genuk, Kota Semarang memiliki jumlah penduduk sebanyak 3.839 jiwa, diantaranya 1.899 penduduk laki-laki dan 1.940 penduduk Perempuan. Berikut jumlah penduduk Kelurahan Trimulyo, Genuk, Kota Semarang adalah sebagai berikut :

Tabel 4.1

Jumlah Penduduk Kelurahan Trimulyo

Kel. Umur	Laki - laki	Perempuan	Jumlah
0 - 4	140	170	310
5 - 10	167	144	311
11 - 15	147	151	298
15 - 20	156	148	304
21 - 25	142	152	294

26 - 30	159	160	319
31 - 35	157	142	299
36 - 40	174	163	337
41 - 45	145	146	291
46 - 50	128	129	257
51 - 55	107	112	219
56 - 60	102	124	226
61 - 65	89	83	172
>65 +	86	116	202
Jumlah	1899	1940	3839

Sumber : Kelurahan Trimulyo, Semarang (2023)

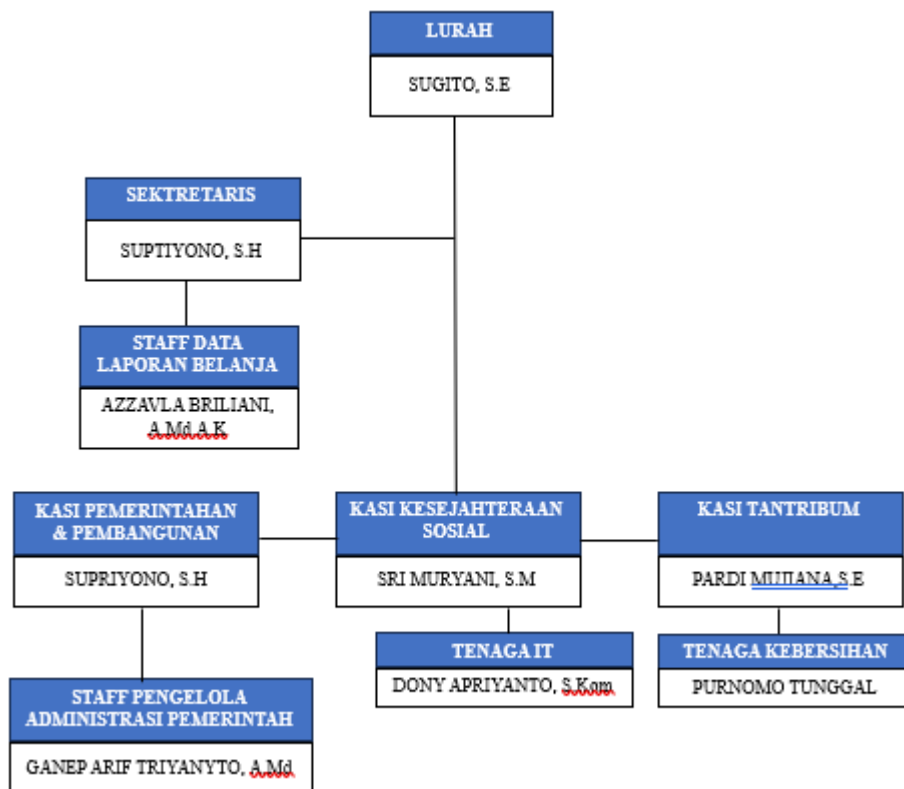
a. Visi Misi Kelurahan Trimulyo, Genuk, Kota Semarang

Visi merupakan pandangan yang menggambarkan arah dan tujuan yang akan dilaksanakan ataupun dicapai. Oleh karena itu, visi merupakan gambaran masa depan sebuah lembaga. Selain itu untuk memberikan pandangan ataupun tujuan, visi juga berguna untuk memberikan dorongan bagi anggota organisasi/lembaga untuk menunjukkan kinerja terbaik mereka untuk kemajuan lembaga itu sendiri. Adapun visi dari Kelurahan Trimulyo Kecamatan Genuk Kota Semarang adalah :“Mengemban tugas dan fungsi sebagai abdi masyarakat, dalam menyelenggarakan pemerintahan, pembangunan dan sosial kemasyarakatan menuju kemandirian kelurahan yang kondusif, konstruktif dan akuntabel.”.

Misi ialah hal hal yang harus dicapai oleh suatu lembaga untuk terciptanya visi dari lembaga tersebut. Selain itu misi juga merupakan hal-hal yang bermanfaat bagi masyarakat sekitarnya. Diperlukan beberapa misi yang harus dilaksanakan oleh Kelurahan Trimulyo Kecamatan Genuk Kota Semarang :

1. Melaksanakan pelayanan masyarakat dengan tertib, lancar, singkat dan bertanggung jawab.
2. Mengembangkan kualitas SDM yang professional, menguasai teknologi serta beriman dan bertaqwa, serta tanggap, tangguh, terampil dan tanggon dalam pelayanan kepada masyarakat
3. Mewujudkan perikehidupan bermasyarakat yang menjunjung tinggi asa musyawarah dan mufakat dalam upaya mewujudkan tatanan sosial budaya dan politik yang demokratis.

b. Struktur Organisasi Kelurahan Trimulyo, Genuk, Kota Semarang



Gambar 4.1

Struktur Organisasi Kelurahan Trimulyo, Genuk, Semarang

Susunan organisasi Kelurahan Trimulyo, Genuk, Semarang terdiri atas :

a) Lurah

Lurah mempunyai tugas pokok melaksanakan kewenangan pemerintahan yang dilimpahkan oleh camat sesuai karakteristik wilayah dan kebutuhan daerah serta melaksanakan tugas pemerintahan lainnya berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan. Berikut adalah fungsi dari lurah:

1. Penyelenggaraan dan evaluasi di bidang pemerintahan;
2. Penyelenggaraan dan pembinaan di bidang pemberdayaan masyarakat;
3. Penyelenggaraan, pembinaan, pengembangan dan fasilitasi ekonomi dan pembangunan;
4. Penyelenggaraan dan pembinaan di bidang ketentraman dan ketertiban umum;
5. Pembinaan terhadap lembaga kemasyarakatan di wilayah kelurahan;

6. Pengelolaan urusan kesekretariatan.

b) Sekretaris Lurah

Sekretaris mempunyai tugas pokok mengoordinasikan, membina, mengatur dan mengendalikan penyusunan program. Pengelolaan urusan keuangan dan pengelolaan ketatausahaan, rumah tangga, perlengkapan serta administrasi kepegawaian. Berikut adalah fungsi dari sekretaris :

1. Penyusunan program, koordinasi, pembinaan, pengaturan, dan pengendalian penyusunan program dan rencana kegiatan kelurahan;
2. Penyusunan program, koordinasi, pembinaan, pengaturan, dan pengendalian penyusunan rencana anggaran;
3. Penyusunan program, koordinasi, pembinaan, pengaturan dan pengendalian pengelolaan urusan surat menyurat, ekspedisi dan kearsipan;
4. Penyusunan program, koordinasi, pembinaan, pengaturan dan pengendalian urusan rumah tangga dan perlengkapan; dan
5. Penyusunan program, pembinaan, pengaturan, pengendalian dan evaluasi pengelolaan administrasi kepegawaian.

c) Kepala Seksi Pemerintah dan Pembangunan

Mempunyai tugas pokok mengkoordinasikan penyusunan program dan melaksanakan pembinaan dan pelaporan di bidang urusan pemerintahan dan pertanahan serta pemberdayaan masyarakat. Berikut adalah fungsi dari seksi pemerintahan dan kemasyarakatan:

1. Pengumpulan, pengolahan dan evaluasi data di bidang pemerintahan dan kemasyarakatan;
2. Pengumpulan bahan dalam rangka pembinaan wilayah dan masyarakat;
3. Pelaksanaan pelayanan kepada masyarakat di bidang pemerintahan dan kemasyarakatan;
4. Pelaksanaan tugas-tugas pembantuan di bidang pemungutan Pajak Bumi dan Bangunan;
5. Pelaksanaan tugas-tugas di bidang administrasi pertanahan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku;
6. Pelaksanaan kegiatan yang berkaitan dengan pembinaan lembaga kemasyarakatan;

d) Kepala Seksi Kesejahteraan Sosial (Kesos)

Bagian ini mempunyai tugas pokok melaksanakan pembinaan dan pengembangan ketenaga kerjaan, pembinaan dan pengawasan kegiatan program pendidikan, generasi muda, keolahragaan, kepramukaan, peranan wanita, keluarga berencana dan pelayanan kesehatan.

e) Kepala Seksi Ketentraman dan Ketertiban Masyarakat (Kantrantib)

Mempunyai tugas pokok mengkoordinasikan penyusunan program dan melaksanakan pembinaan di bidang ketentraman dan ketertiban kelurahan. Berikut adalah fungsi dari seksi ketentraman dan ketertiban umum:

1. Pengumpulan, pengolahan dan evaluasi data di bidang ketentraman dan ketertiban kelurahan;
2. Pembinaan ketentraman dan ketertiban masyarakat termasuk pembinaan perlindungan masyarakat;
3. Pelayanan masyarakat di bidang ketentraman dan ketertiban masyarakat termasuk penanggulangan bencana alam;
4. Pelaksanaan kegiatan dalam rangka meningkatkan swadaya dan partisipasi masyarakat untuk menciptakan keamanan swakarsa di kelurahan.

f) Staf IT (Informasi Teknologi)

Information technology support, adalah bidang pekerjaan yang bertanggung jawab dalam pengembangan sistem jaringan, peningkatan dan evaluasi terhadap objek komputer, instalasi, dan software.

4.1.2 Identitas Responden

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Pengelompokan berdasarkan pada jenis kelamin dari 75 responden Masyarakat Kelurahan Trimulyo, Kecamatan Genuk, Kota Semarang terlihat pada tabel 4.1 :

Tabel 4. 2

Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

NO	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Pria	40	41,23%
2	Wanita	57	58,77%
Total		97	100,00

Sumber : Data primer yang Diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui bahwa Sebagian besar responden yang bertempat tinggal di Kelurahan Trimulyo Kecamatan Genuk Kota Semarang berjenis kelamin Wanita sebanyak 40 responden (41.23%), responden pria berjumlah 57 orang (58.77%). Hasil diatas menunjukkan bahwa mayoritas responden yang pada Kelurahan Trimulyo Kecamatan Genuk Kota Semarang berjenis kelamin wanita.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Pengelompokan berdasarkan pada usia dari 97 responden Kelurahan Trimulyo, Kecamatan Genuk, Kota Semarang terlihat pada tabel 4.2 :

Tabel 4. 3

Identitas Responden Berdasarkan Usia

NO	Usia	Frekuensi	Persentase
1	17-21 Tahun	14	14,43%
2	22-26 Tahun	29	29,89%
3	27-31 Tahun	30	30,92%
4	32-36 Tahun	14	14,43%
5	>36 Tahun	10	10,33%
Total		97	100,00

Sumber : Data primer yang Diolah, 2024

Berdasarkan pada tabel 4.3 dapat diketahui bahwa masyarakat Kelurahan Trimulyo, Kecamatan Genuk, Kota Semarang yang di ambil sebagai responden penelitian sebanyak 97 orang, diketahui bahwa responden dengan usia 17-21 tahun sebanyak 14 orang (14,43%) dan usia 22-26 tahun sebanyak 29 orang (29,89%), usia 27-31 tahun sebanyak 30 orang (30,92%), usia 32-36 tahun sebanyak 14 orang (14,43%) dan usia lebih dari 36 tahun sebanyak 10 orang (10,33%).

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pengelompokan berdasarkan pada usia dari 97 responden Kelurahan Trimulyo, Kecamatan Genuk, Kota Semarang terlihat pada tabel 4.4 :

Tabel 4. 4

Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan

NO	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1	Pelajar/Mahasiswa	13	13,40%

2	Karyawan Swasta	15	15,47%
3	PNS	17	17,52%
4	Pedagang/Pengusaha	27	27,83%
5	IRT	15	15,46%
6	Petani	10	10,32%
Total		97	100,00

Sumber : Data primer yang Diolah, 2024

Berdasarkan pada tabel 4.4 dapat diketahui bahwa masyarakat Kelurahan Trimulyo, Kecamatan Genuk, Kota Semarang yang di ambil sebagai responden penelitian sebanyak 97 orang, diketahui bahwa responden dengan pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 13 orang (13,40%), sebagai karyawan swasta sebanyak 15 orang (15,47%), sebagai PNS sebanyak 17 orang (17,52%), sebagai pedagang/pengusaha sebanyak 27 orang (27,83%) sebagai IRT sebanyak 15 orang (15,46%) dan sebagai petani sebanyak 10 orang (10,32%).

4.1.3 Deskriptif Variabel Penelitian

a. Produk Perbankan Syariah (X1)

Tabel 4. 5

Distribusi Jawaban Responden Variabel Pengetahuan Produk

Pernyataan	Jawaban											
	STS		TS		N		S		SS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	N	%
1	-	-	-	-	16	16,50	33	34,00	48	49,50	97	100
2	-	-	-	-	19	19,60	27	27,80	51	52,60	97	100
3	-	-	-	-	21	21,60	36	37,1	40	41,20	97	100
4	-	-	-	-	16	16,50	36	37,10	45	46,40	97	100
5	-	-	-	-	17	17,50	31	32,00	49	50,50	97	100
6	-	-	-	-	20	20,60	40	41,20	34	35,10	97	100
7	-	-	-	-	18	18,6	39	40,2	40	41,20	97	100
8	-	-	-	-	25	25,80	32	33,00	40	41,20	97	100

Sumber : Diolah Peneliti, 2024

Diindikasikan bahwa ada 97 responden berdasarkan tabel 4.5. Seperti yang dapat diamati, variabel pengetahuan produk pernyataan pertama (X1) menampilkan frekuensi maksimum 48, atau 49,50% (sangat setuju), dan frekuensi minimum 0% (sangat tidak setuju). Frekuensi sangat setuju, 51 atau 52,60%, tertinggi pada pernyataan kedua, sedangkan sangat tidak setuju, atau 0%, terendah. Pernyataan ketiga menunjukkan frekuensi 0% (sangat tidak setuju atau tidak setuju) dan maksimum 40 atau 41,20% (sangat setuju). Pernyataan keempat memiliki frekuensi 0% (sangat tidak setuju) dan maksimum 45 atau 46,40% (sangat setuju). Pernyataan kelima menampilkan 49, atau 50,50%, sebagai frekuensi tertinggi. Berdasarkan Pernyataan 6, frekuensi persetujuan adalah 40 atau 41,20% pada nilai maksimum dan 0% pada nilai terendah (sangat tidak setuju dan tidak setuju). Frekuensi 40 atau 41,20% (sangat setuju) merupakan frekuensi tertinggi pada Pernyataan 7, sedangkan frekuensi 0% (sangat tidak setuju) merupakan frekuensi terendah. Distribusi frekuensi Pernyataan 8 menunjukkan bahwa 40% atau 41,20% (sangat setuju) merupakan frekuensi terbesar dan 0% (sangat tidak setuju) merupakan frekuensi terendah. Nilai sangat setuju merupakan nilai frekuensi pernyataan tertinggi, berdasarkan rata-rata di atas.

b. Kepercayaan (X2)

Tabel 4. 6

Distribusi Jawaban Responden Variabel Kepercayaan

Pernyataan	Jawaban											
	STS		TS		N		S		SS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	N	%
1	-	-	-	-	20	20,60	39	40,20	38	39,20	97	100
2	-	-	-	-	15	15,50	34	35,10	48	49,50	97	100
3	-	-	-	-	13	13,40	31	32,00	53	54,60	97	100
4	-	-	-	-	24	24,70	26	26,80	47	48,50	97	100
5	-	-	-	-	4	5,3	37	49,3	34	45,3	97	100
6	-	-	-	-	17	17,50	27	27,80	53	54,60	97	100
7	-	-	-	-	22	22,70	33	34,00	42	43,3	97	100
8	-	-	1	1,00	27	27,80	30	30,90	39	40,20	97	100

Sumber : Diolah Peneliti, 2024

Diindikasikan bahwa ada 97 responden berdasarkan tabel 4.6. Seperti yang dapat diamati, variabel kepercayaan (X2) untuk pernyataan pertama memiliki frekuensi terendah 0% (sangat tidak setuju) dan 39 atau 40,20% (setuju) sebagai frekuensi tertinggi. Pernyataan kedua memiliki frekuensi 0% (sangat tidak setuju atau tidak setuju) dan maksimum 48 atau 49,50% (sangat setuju). Pernyataan ketiga memiliki frekuensi terendah (0%), yang menunjukkan ketidaksetujuan yang signifikan, dan frekuensi tertinggi (53,3 atau 56,40%), yang menunjukkan persetujuan yang kuat. Pernyataan keempat menunjukkan frekuensi 0% (sangat tidak setuju) dan maksimum 47 atau 48,50% (sangat setuju). Frekuensi persetujuan pada Pernyataan 5 adalah 37 atau 49,30%, sedangkan frekuensi ketidaksetujuan atau ketidaksetujuan ekstrem adalah 0%. Frekuensi sangat setuju, 53 atau 54,60%, tertinggi pada pernyataan 6, sedangkan frekuensi tidak setuju, atau 0%, terendah. Frekuensi sangat setuju, 42 atau 43,30%, tertinggi pada pernyataan 7, sedangkan sangat tidak setuju, 0%, terendah. Frekuensi sangat setuju, 39 atau 40,20%, tertinggi pada Pernyataan 8 dan sangat tidak setuju, 0%, terendah.

c. Kualitas Pelayanan (X3)

Tabel 4. 7

Distribusi Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan

Pernyataan	Jawaban											
	STS		TS		N		S		SS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	N	%
1	-	-	-	-	19	19,60	43	44,30	35	36,10	97	100
2	-	-	-	-	19	19,60	35	36,10	43	44,30	97	100
3	-	-	-	-	29	29,90	31	32,00	37	38,10	97	100
4	-	-	-	-	19	19,60	25	25,80	53	54,60	97	100
5	-	-	-	-	20	20,60	29	29,90	48	49,50	97	100
6	-	-	-	-	32	33,00	36	37,10	29	29,90	97	100
7	-	-	-	-	26	26,80	42	43,30	29	29,90	97	100
8	-	-	1	1,00	34	35,10	35	36,10	27	27,80	97	100

Sumber : Diolah Peneliti, 2024

Diindikasikan bahwa ada 97 responden berdasarkan tabel 4.6. Seperti yang dapat diamati, frekuensi maksimum 43 atau 44,30% (setuju) dan frekuensi terendah 0% (sangat tidak setuju) ditampilkan oleh

variabel kualitas layanan (X3) untuk pernyataan 1. Frekuensi sangat setuju, 43 atau 44,30%, tertinggi dalam Pernyataan 2, sedangkan frekuensi tidak setuju, atau sangat tidak setuju, terendah, sebesar 0%. Menurut Pernyataan 3, frekuensi yang menunjukkan persetujuan yang kuat adalah 37, atau 38,10%, sedangkan frekuensi yang menunjukkan ketidaksetujuan atau ketidaksetujuan yang parah adalah 0%. Frekuensi sangat setuju, 53 atau 54,60%, tertinggi dalam pernyataan 4, sementara sangat tidak setuju, 0%, terendah. Frekuensi persetujuan pada Pernyataan 5 adalah 48 atau 49,50%, sedangkan frekuensi ketidaksetujuan atau ketidaksetujuan ekstrem adalah 0%. Frekuensi sangat setuju, 36 atau 37,10%, adalah yang terbesar pada pernyataan 6, sedangkan frekuensi tidak setuju, atau 0%, adalah yang terendah. Menurut Pernyataan 7, 0% (sangat tidak setuju) adalah frekuensi terendah dan 42 atau 43,30% (setuju) adalah yang terbesar. Menurut Pernyataan 8, frekuensi yang menunjukkan persetujuan kuat adalah 35 atau 36,10%, sedangkan frekuensi yang menunjukkan ketidaksetujuan kuat adalah 0%.

d. Minat Menabung (Y)

Tabel 4. 8

Distribusi Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan

Pernyataan	Jawaban											
	STS		TS		N		S		SS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	N	%
1	1	1,00	6	6,20	30	30,90	31	32,00	29	29,90	97	100
2	-	-	1	1,00	26	26,80	33	34,00	37	38,10	97	100
3	-	-	1	1,00	33	34,00	23	23,70	40	41,20	97	100
4	-	-	-	-	30	30,90	26	26,80	41	42,30	97	100
5	-	-	1	1,00	30	30,90	31	32,00	35	36,10	97	100
6	-	-	-	-	35	36,10	30	30,90	32	33,00	97	100
7	-	-	-	-	32	33,00	36	37,10	29	29,90	97	100
8	-	-	1	1,00	40	41,20	28	28,90	28	28,90	97	100

Sumber : Diolah Peneliti, 2024

Diindikasikan bahwa terdapat 97 responden berdasarkan tabel 4.8. Seperti dapat diamati, frekuensi maksimum sebesar 30 atau 30,90% (setuju) dan frekuensi terendah sebesar 1 atau 1,00% (sangat tidak setuju) ditunjukkan oleh variabel kualitas pelayanan (X3) untuk pernyataan 1. Frekuensi sangat setuju, atau

37 atau 38,10%, tertinggi pada Pernyataan 2, sedangkan frekuensi tidak setuju, atau sangat tidak setuju, terendah, atau 0%. Menurut Pernyataan 3, frekuensi yang menunjukkan sangat setuju adalah 40 atau 41,20%, sedangkan frekuensi yang menunjukkan tidak setuju atau sangat tidak setuju adalah 0%. Pernyataan 4 memiliki frekuensi 0% (sangat tidak setuju) dan maksimum 41 atau 42,30% (sangat setuju). Menurut Pernyataan 5, frekuensi yang menunjukkan persetujuan kuat adalah 35 atau 36,10%, sedangkan frekuensi yang menunjukkan ketidaksetujuan atau ketidaksetujuan berat adalah 0%. Pernyataan 6 memiliki frekuensi terendah 0% (sangat tidak setuju dan tidak setuju) dan tertinggi 35 atau 36,10% (netral). Menurut Pernyataan 7, frekuensi yang menunjukkan persetujuan adalah 36 atau 37,10%, sedangkan frekuensi yang menunjukkan ketidaksetujuan adalah 0%. Menurut Pernyataan 8, 0% (sangat tidak setuju) adalah frekuensi terendah dan 40 atau 41,20% (netral) adalah yang terbesar.

4.1.4 Hasil Uji Instrumen Penelitian

Setelah tahap pengujian instrumen penelitian, pengujian regresi selesai dilakukan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer atau data langsung. Validitas dan reliabilitas pertanyaan diuji sebagai bagian dari uji instrumen kuesioner menggunakan program komputer SPSS 24. Berikut ini adalah hasil uji validitas dan reliabilitas :

a. Uji Validitas

Tujuan pengujian validitas adalah untuk mengetahui apakah pertanyaan kuesioner benar-benar dapat mengungkapkan indikator variabel yang diteliti. Tabel 4.9 menampilkan hasil pengujian validitas variabel lingkungan kerja :

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas

No.	Variabel	Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Pengetahuan Produk (X1)	X1.1	0,521	0,1996	Valid
		X1.2	0,531	0,1996	Valid
		X1.3	0,360	0,1996	Valid
		X1.4	0,535	0,1996	Valid
		X1.5	0,520	0,1996	Valid
		X1.6	0,546	0,1996	Valid
		X1.7	0,618	0,1996	Valid
		X1.8	0,490	0,1996	Valid
2	Kepercayaan (X2)	X2.1	0,466	0,1996	Valid
		X2.2	0,380	0,1996	Valid
		X2.3	0,505	0,1996	Valid
		X2.4	0,503	0,1996	Valid
		X2.5	0,515	0,1996	Valid

		X2.6	0,391	0,1996	Valid
		X2.7	0,584	0,1996	Valid
		X2.8	0,479	0,1996	Valid
3	Kualitas Pelayanan (X3)	X3.1	0,499	0,1996	Valid
		X3.2	0,472	0,1996	Valid
		X3.3	0,410	0,1996	Valid
		X3.4	0,338	0,1996	Valid
		X3.5	0,460	0,1996	Valid
		X3.6	0,569	0,1996	Valid
		X3.7	0,626	0,1996	Valid
		X3.8	0,399	0,1996	Valid
3	Minat Menabung (Y)	Y.1	0,510	0,1996	Valid
		Y.2	0,462	0,1996	Valid
		Y.3	0,496	0,1996	Valid
		Y.4	0,451	0,1996	Valid
		Y.5	0,384	0,1996	Valid
		Y.6	0,494	0,1996	Valid
		Y.7	0,474	0,1996	Valid
		Y.8	0,539	0,1996	Valid

Sumber : Data Primer Diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan Tabel 4.9 menyajikan hasil pengujian validitas yang memperlihatkan nilai r-hitung untuk masing-masing indikator pengetahuan produk (X1), kepercayaan (X2), kualitas pelayanan dan minat menajadi nasabah (Y) telah melebihi nilai r-tabel, bahwa seluruh indikator variabel tersebut valid.

b. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas memiliki tujuan sebagai alat untuk mengetahui level kehandalan dari pertanyaan dalam kuesioner dalam mewakili variabel penelitian. Berikut merupakan hasil pengujian uji reliabilitas yang telah dilakukan:

Tabel 4.10

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	r kritis	Keterangan
Pengetahuan Produk (X1)	0,653	0,600	Reliabel
Kepercayaan (X2)	0,718	0,600	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X3)	0,695	0,600	Reliabel
Minat Menabung (Y)	0,713	0,600	Reliabel

Sumber : Data Primer Diolah Peneliti, 2024

Uji reliabilitas Tabel 4.8 menunjukkan nilai *cronbach's alpha* atas variabel pengetahuan produk sebesar (0,653 > 0,600), variabel kepercayaan (0,718 > 0,600), variabel kualitas pelayanan (0,695 > 0,600) dan variabel minat menabung sebesar (0,713 > 0,600). Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa nilai alpha Cronbach masing-masing variabel lebih besar daripada nilai r tabel. Dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang akan digunakan dalam penelitian ini stabil dan konsisten setelah menilai reliabilitasnya.

4.2 Analisis Data dan Interpretasi Data

Pada subbab ini dipaparkan proses dan hasil analisis atau komputasi data yang berhubungan dengan uji hipotesis dan interpretasi hasil penelitian.

4.2.1 Hasil Analisis Data

4.2.1.1 Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Apabila pada uji normalitas memiliki hasil dari *Asymp. Sign. (2-tailed)* pada tabel *One Sample Kolmogorov-Smirnov test* memiliki nilai > 0.05 dapat diartikan data residual terdistribusi normal.

Tabel 4.11
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.07524542
Most Extreme Differences	Absolute	.077
	Positive	.043
	Negative	-.077
Test Statistic		.077
Asymp. Sig. (2-tailed)		.185 ^c

a. Test distribution is Normal.

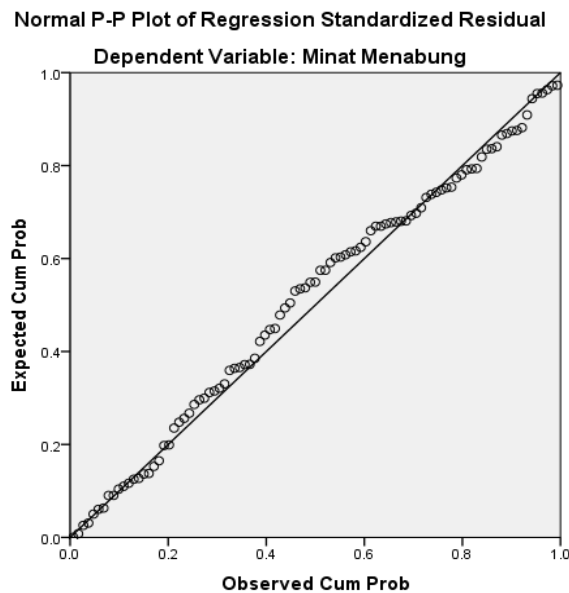
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Data Primer Diolah Peneliti, 2024

Hasil uji asymptotic signature (2-tailed) pada data pada Tabel 4.11 adalah 0,185, dan nilai signifikansi (0,185 > 0,05) menunjukkan bahwa data terdistribusi normal karena nilai signifikansi yang dihasilkan lebih besar dari nilai acuan konvensional yaitu 0,05. Grafik P-Plot menunjukkan

hasil uji normalitas. Jika data dianggap terdistribusi normal, hal ini karena titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan distribusinya mengikuti arahnya.



Gambar 4.2 Grafik Uji Normalitas

b) Uji Multikolinieritas

Jika nilai VIF < 10 dan nilai tolerance > 0.1 diartikan bawasannya model regresi terbebas multikolinieritas. Sebaliknya ketika nilai VIF > 10 dan nilai tolerance < 0.1 maka berarti akan terjadi multikolinieritas antar variabel independen atau dikatakan tidak lolos uji.

Tabel 4.12

Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Pengetahuan Produk	.987	1.014
	Kepercayaan	.943	1.060
	Kualitas Pelayanan	.956	1.046

a. Dependent Variable: Minat Menabung

Sumber : Data Primer Diolah Peneliti, 2024

Tabel 4.12 menunjukkan bahwa variabel bebas ketiga, yang terdiri dari pengetahuan produk, kepercayaan, dan kualitas layanan, memiliki nilai VIF kurang dari 10 dan nilai toleransi lebih dari 0,10. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa data variabel bebas dalam penelitian ini tidak

menunjukkan tanda-tanda multikolinearitas, atau tidak terdapat multikolinearitas di antara variabel bebas.

c) Uji Heteroskedastisitas

Suatu heterokedastisitas dapat dikatakan terbebas dari gejala heterokedastisitas apabila hasil $\text{sign} > 0,05$, berikut hasilnya :

Tabel 4.13
Hasil Uji Heteroskedastisitas

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	7.006	3.791		1.848	.068
	Pengetahuan Produk	-.003	.059	-.005	-.054	.957
	Kepercayaan	.030	.064	.047	.459	.647
	Kualitas Pelayanan	.166	.065	.262	2.570	.612

a. Dependent Variable: ABRESID

Sumber : Data Primer Diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 4.13 tersebut dijelaskan bahwa variabel pengetahuan produk memiliki signifikansi 0,957 yang artinya lebih besar dari 0,05 ($0,957 > 0,05$) dari hasil tersebut maka variable pengetahuan produk tidak terjadi heterokedastisitas. Variable kepercayaan memiliki signifikansi 0,647 yang artinya lebih besar dari 0,05 ($0,647 > 0,05$), dari hasil tersebut maka variabel kepercayaan tidak terjadi heterokedastisitas. Variabel kualitas pelayanan memiliki signifikansi 0,612 yang artinya lebih besar dari 0,05 ($0,612 > 0,05$), dari hasil tersebut maka variabel kualitas pelayanan tidak terjadi heterokedastisitas.

4.2.1.2 Uji Regresi Linier Berganda

Hasil analisis regresi linier berganda dapat diketahui melalui tabel Coefficients pada kolom B. Berikut adalah hasil dari analisis regresi linier berganda :

Tabel 4.14
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model						

		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	35.713	6.505		5.490	.000
	Pengetahuan Produk	-.135	.101	-.131	-1.333	.186
	Kepercayaan	.243	.110	.221	2.206	.030
	Kualitas Pelayanan	.229	.111	.206	2.072	.041

a. Dependent Variable: Minat Menabung

Sumber : Data Primer Diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 4.14 maka persamaan model regresi linier berganda yang diperoleh adalah sebagai berikut :

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

$$Y = 35,713 - 0,135X_1 + 0,243X_2 + 0,229X_3 + e$$

Keterangan :

Y : Minat Menabung

X1 : Pengetahuan Produk

X2 : Kepercayaan

X3 : Kualitas Pelayanan

α : Konstanta persamaan regresi

e : *Error*

Berdasarkan tabel 4.14 hasil pengujian dengan analisis regresi linier dapat disimpulkan bahwa :

1. Konstanta sebesar 35,713 menyatakan bahwa apabila nilai variabel proporsi pengetahuan produk (X1), kepercayaan (X2) dan kualitas pelayanan (X3) tidak berubah atau tetap, maka besarnya nilai variabel minat menabung (Y) adalah sebesar 35,713.
2. Pengetahuan produk memiliki koefisien regresi negatif sebesar 0,135, yang berarti bahwa jika semua variabel independen lainnya tetap sama dan pengetahuan produk meningkat sebesar 1%, minat menabung (Y) akan turun sebesar 0,135. Koefisien negatif menunjukkan korelasi negatif antara minat menabung dan pengetahuan produk semakin besar pengetahuan produk, semakin kecil kecenderungan seseorang untuk menabung.
3. Minat menabung (Y) akan tumbuh sebesar 0,135 jika variabel independen lainnya tetap konstan dan kepercayaan meningkat sebesar 1%, menurut koefisien regresi kepercayaan, yaitu 0,243 dan positif. Koefisien positif menunjukkan korelasi positif antara minat menabung dan kepercayaan; semakin besar kepercayaan, semakin besar keinginan untuk menabung.
4. 4. Kualitas layanan memiliki nilai regresi positif sebesar 0,229, yang berarti bahwa jika variabel independen lainnya tetap sama dan kualitas layanan meningkat sebesar 1%, maka minat

menabung (Y) akan meningkat sebesar 0,135. Korelasi positif menunjukkan bahwa minat menabung dan kualitas layanan berkorelasi positif; semakin tinggi kualitas layanan, semakin besar minat menabung.

4.2.1.3 Uji Hipotesis

a. Hasil Koefisiensi Determinasi (Adjusted R²)

Uji koefisien determinasi memiliki tujuan tertentu yaitu untuk melihat keberhasilan bagaimana model penelitian menjelaskan bagaimana variabel independen memberikan penjelasan mengenai variabel dependen. Hasil analisis ini dapat dilihat dengan tampilan yang ada pada Tabel 4.15 yakni tabel uji koefisien determinasi:

Tabel 4.15
Hasil Uji Koefisiensi Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.446 ^a	.420	.391	3.124

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Pengetahuan Produk, Kepercayaan

b. Dependent Variable: Minat Menabung

Berdasarkan tabel 4.15 nilai dari R square sebesar 0,420, yang artinya variasi variabel minat menabung mampu dijelaskan oleh pengetahuan produk (X1), kepercayaan (X2) dan kualitas pelayanan (X3) sebesar 42% dan sisanya 58% (100-42) dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian.

b. Uji Parsial (Uji T)

Besarnya data dan variabel bebas adalah $df (n-k-1) = 97-3-1 = 93$. Persyaratan pengujian membandingkan t hitung dengan t tabel berdasarkan signifikansi 0,05 dan dua sisi dengan derajat kebebasan. Hasil tersebut menghasilkan t tabel sebesar 1,9858 dari tabel statistik. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka hipotesis ditolak sedangkan apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka hipotesis diterima. Secara parsial dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 4.16 Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	35.713	6.505		5.490	.000

Pengetahuan Produk	-.135	.101	-.131	-1.333	.186
Kepercayaan	.243	.110	.221	2.206	.030
Kualitas Pelayanan	.229	.111	.206	2.072	.041

a. Dependent Variable: Minat Menabung

Sumber : Data Primer Diolah Peneliti, 2024

1. Pengujian Pengetahuan Produk terhadap Minat Menabung

Tabel 4.16 menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,186 > 0,05$ dan t-hitung pengetahuan produk sebesar $1,333 <$ dari t-tabel $1,9858$. Hal ini menunjukkan bahwa keinginan menabung dipengaruhi secara negatif dan tidak signifikan oleh variabel pengetahuan produk.

2. Pengujian Kepercayaan terhadap Minat Menabung

Berdasarkan tabel 4.16, nilai signifikansi adalah $0,030 < 0,05$ dan t-hitung kepercayaan adalah $2,206 >$ dari t-tabel $1,9858$. Hal ini menunjukkan bahwa minat menabung dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh variabel kepercayaan.

3. Pengujian Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung

Hasil signifikansinya adalah $0,041 < 0,05$ dan t hitung keyakinan sebesar $2,072 >$ dari t tabel $1,9858$, sesuai tabel 4.16. Hal ini menunjukkan bahwa minat menabung dipengaruhi secara signifikan dan positif oleh variabel kualitas layanan.

c. Uji Simultan (Uj F)

Pengaruh utama faktor pengetahuan produk, kepercayaan, dan kualitas layanan terhadap minat menabung di bank Islam diuji secara bersamaan menggunakan Uji Simultan (F). Uji F, alat uji statistik dari teknik Fisher, digunakan dalam penelitian ini dengan tingkat keyakinan signifikan $0,05$. Jika F hitung $< F$ tabel, maka hipotesis diterima; jika F hitung $> F$ tabel, maka hipotesis diterima. Kriteria pengujian ini didasarkan pada perbandingan F hitung dengan F tabel, yang ditentukan dengan menghitung $df1$ (jumlah total variabel-1) $= 4-1 = 3$, dan $df2$ $(n-k) = 93$ (n adalah jumlah data dan k adalah jumlah variabel independen).

Tabel 4.17

Hasil Uji F

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	123.455	3	41.152	4.215	.008 ^b
	Residual	907.885	93	9.762		
	Total	1031.340	96			

a. Dependent Variable: Minat Menabung

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Pengetahuan Produk, Kepercayaan
 Sumber : Data Primer Diolah Peneliti, 2024

Nilai F hitung sebesar 4,215 dengan nilai signifikansi 0,008 ($0,008 < 0,05$) berdasarkan hasil uji F pada variabel-variabel tersebut di atas, dan F tabel sebesar 2,70 pada tingkat kepercayaan 5% ($\alpha = 0,05$). F hitung $>$ F tabel ($4,215 > 3,12$) dalam kasus ini. Perhitungan tersebut menunjukkan bahwa minat menabung di bank syariah dipengaruhi secara signifikan oleh variabel pengetahuan produk (X1), kepercayaan (X2), dan kualitas layanan (X3) secara bersama-sama.

4.2.2 Hasil Interpretasi Data

a. Pengaruh Produk Perbankan Syariah terhadap Minat Menabung di Bank Syariah

Nilai t hitung pengetahuan produk sebesar $1,333 <$ dari ttabel 1,9858 dan memiliki nilai signifikansi $0,186 > 0,05$ berdasarkan hasil uji t. Hal ini menunjukkan bahwa keinginan menabung dipengaruhi secara negatif dan tidak signifikan oleh variabel pengetahuan produk. Karena masyarakat Kelurahan Trimulyo Kecamatan Genuk Kota Semarang memiliki tingkat pengetahuan produk yang rendah, masyarakat Trimulyo masih kurang mengenal produk-produk Bank Syariah Indonesia, sehingga pengetahuan produk kurang efektif dalam mempengaruhi minat menabung di bank syariah. Kurangnya pengenalan atau sosialisasi produk oleh Bank Syariah Indonesia menjadi penyebab rendahnya pengetahuan produk masyarakat Trimulyo. Selain itu, masyarakat Trimulyo banyak dari masyarakat Trimulyo sebagian besar memakai produk-produk bank konvensional sebab bagi mereka bank syariah dan bank konvensional dipandang masih sama saja. Masyarakat Trimulyo tidak mengetahui produk secara menyeluruh dari Bank Syariah Indonesia, sebab mereka hanya tau bahwa bank syariah merupakan bank yang menganut tata cara islam saja. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aldiansyah (2022), Nasution (2021), Aswad dan Patimbangi (2022) dan Sodik *et,al* (2022) mengatakan bahwa produk perbankan syariah berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat menabung di bank syariah

b. Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat menjadi Minat Menabung di Bank Syariah

Nilai t-hitung kepercayaan diperoleh sebesar $2,206 >$ dari ttabel 1,9858 dan nilai signifikansi sebesar $0,030 < 0,05$ berdasarkan hasil uji t. Hal ini menunjukkan bahwa minat menabung dipengaruhi secara signifikan dan positif oleh variabel kepercayaan. Kemampuan untuk mengandalkan orang yang kita percaya disebut kepercayaan. Kepercayaan yang dimiliki seseorang bergantung pada keadaan dan lingkungan sosialnya. Dalam menentukan pilihan, seseorang akan lebih cenderung memilih orang yang dapat dipercaya daripada memilih orang yang kurang dapat dipercaya. Keinginan nasabah untuk menabung di Bank Syariah Indonesia dipengaruhi secara

signifikan oleh tingkat kepercayaannya terhadap lembaga tersebut. Hasil tersebut menunjukkan bahwa saat kepercayaan pada seseorang itu tinggi, maka niat nasabah meningkatkan simpanan menabung tersebut akan naik. Kepercayaan seseorang yang tinggi akan memperbanyak nasabah yang ingin meningkatkan simpanan menabung.

Kepercayaan nasabah terhadap lembaga keuangan dan komitmen mereka terhadap hubungan dengan lembaga tersebut berpengaruh terhadap niat untuk meningkatkan simpanan menabung. Kepercayaan yang tinggi pada lembaga keuangan dapat memotivasi nasabah untuk melakukan simpanan yang lebih besar. Yang bisa mengakibatkan seorang mempercayai sesuatu atau meyakini hal yang tidak pernah diyakini sebelumnya. Studi ini mendukung studi Japarinto yang menemukan bahwa niat konsumen untuk menambah tabungan dipengaruhi secara signifikan oleh kepercayaan. Hal ini dikarenakan tingkat kepercayaan konsumen dapat berdampak pada besarnya bunga tabungan. Hal ini menunjukkan bahwa niat konsumen untuk lebih berminat menabung meningkat seiring dengan tingkat kepercayaannya. Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Umami et al. (2019) menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat. Berdasarkan penelitian Deborah & Keni (2019) juga menemukan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat. Dalam penelitiannya (Andriani & Halmawanti, 2019) juga menemukan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat. Berdasarkan penelitian Utami (2020) kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menabung di Bank Syariah, hal ini sesuai dengan penelitian Azhar (2019) yang menyatakan bahwa kepercayaan terbukti berpengaruh besar terhadap minat menabung di Bank Syariah.

c. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat menjadi Minat Menabung di Bank Syariah

Berdasarkan hasil uji t bahwa diperoleh angka t_{hitung} kepercayaan sebesar $2,072 >$ dari t_{tabel} 1,9858 dan nilai signifikan sebesar $0,041 <$ 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. Nasabah akan merasa bahwa lembaga perbankan memberikan perhatian kepada mereka jika mereka menerima layanan berkualitas tinggi dari lembaga tersebut. Nasabah akan lebih tertarik menabung di bank jika mereka merasa bahwa bank memahami tuntutan mereka dan siap menanggapi kekhawatiran mereka secara tepat waktu dan dapat diandalkan. Selain itu, nasabah akan menabung di bank lebih cepat karena informasi yang mereka berikan lebih jelas. Minat nasabah untuk menabung meningkat jika tuntutan mereka dipahami dan dipenuhi dengan jelas; semakin keinginan mereka terpenuhi dan keinginan mereka terpenuhi, semakin besar minat mereka untuk menabung. Pendekatan yang tepat untuk

menumbuhkan keberhasilan dalam industri perbankan adalah berusaha memberikan layanan berkualitas tinggi.

Pilihan nasabah saat memilih bank sangat dipengaruhi oleh layanan yang ditawarkan bank tersebut. Kapasitas bank untuk memberikan layanan nasabah yang sangat baik merupakan faktor penentu kinerja dan kualitas perusahaan. Nasabah akan merasa puas menggunakan produk atau layanan yang diberikan jika mereka menerima layanan yang sesuai dengan harapan (reliability), layanan yang cepat dan akurat (responsiveness), layanan yang memberikan keyakinan dan kepercayaan kepada nasabah (assurance), dan perlakuan yang baik dan penuh kasih sayang (empathy). Menurut Teori Perilaku Terencana (TPB) Ajzen (2020), salah satu faktor latar belakang (informasi) khususnya yang dapat mempengaruhi minat individu adalah media. Setiap maksud atau tindakan yang pada hakikatnya tidak berwujud, dapat dipindahtangankan, dan tidak memberikan kepemilikan dianggap sebagai jasa. Industri perbankan yang semakin kompleks menuntut kualitas penampilan, layanan, pengetahuan, dan kompetensi tertentu terhadap produk dan layanan yang ditawarkan oleh bank. Untuk itu, standar layanan perbankan menjadi sangat penting. Pelayanan memiliki pengaruh yang baik dan cukup besar terhadap keinginan nasabah dalam menabung di Bank Syariah Indonesia menurut Damayanti (2016). Hal ini juga sesuai dengan penelitian Indi (2018) yang menemukan bahwa pada masyarakat Kecamatan Rappocini di Bank, variabel pelayanan berpengaruh signifikan terhadap motivasi menabung.

d. Pengaruh Pengetahuan Produk, Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung

F tabel dengan tingkat keyakinan 5% ($\alpha = 0,05$) adalah 2,70 dan nilai F hitung adalah 4,215 dengan nilai signifikansi 0,008 ($0,008 < 0,05$) berdasarkan hasil uji F pada variabel-variabel tersebut di atas. Hal ini menunjukkan bahwa $4,215 > 3,12$ pada $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$. Masyarakat Kelurahan Trimulyo Kecamatan Genuk Kota Semarang menunjukkan kecenderungan yang kuat untuk menjadi nasabah bank syariah berdasarkan faktor-faktor seperti pemahaman produk, kepercayaan, dan kualitas layanan. Minat merupakan motivasi atau keinginan seseorang terhadap sesuatu yang spesifik. Setiap individu mungkin memiliki minat yang berbeda dengan orang lain. Pandangan ini konsisten dengan Teori Perilaku Terencana (TPB) Ajzen (2005), yang menyatakan bahwa pengetahuan merupakan salah satu aspek kontekstual (informasi) yang dapat memengaruhi minat seseorang. Ketersediaan kepercayaan publik ini bergantung pada akuntabilitas pemilik untuk pengambilan keputusan dan tindakan. Semakin besar keinginan untuk menabung, semakin tumbuh kepercayaan. Temuan penelitian sebelumnya oleh Umami et al. (2019) menunjukkan bahwa

kepercayaan memengaruhi minat secara signifikan dan positif. Deborah & Keni (2019) dalam penelitiannya kepercayaan juga berpengaruh secara signifikan terhadap minat. Standar pelayanan perbankan menjadi hal yang krusial karena sektor perbankan semakin kompleks dan menuntut tingkat penampilan, pelayanan, pengetahuan, dan keahlian tertentu terhadap barang dan jasa yang disediakan oleh bank. Berdasarkan hasil penelitian Damayanti (2016), minat menabung di Bank Syariah Indonesia dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh pelayanan. Berdasarkan penelitian Indi (2018), minat menabung masyarakat Kecamatan Rappocini di Bank Syariah dipengaruhi secara signifikan oleh variabel pelayanan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Parastika, & Amri (2021), Zamakhsyari & Wage (2022), Paraswati & Afifudin (2023), Febrian & Budianto (2023) mengatakan bahwa pengetahuan tentang produk perbankan syariah, kepercayaan dan kualitas pelayanan berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat masyarakat dalam menabung di bank syariah indonesia.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Nilai t-hitung product knowledge yang diperoleh dari uji t adalah $1,333 <$ dari ttabel $1,9858$ dengan nilai signifikansi $0,186 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa minat menabung dipengaruhi secara negatif dan tidak signifikan oleh variabel product knowledge. Rendahnya tingkat product knowledge masyarakat Kelurahan Trimulyo Kecamatan Genuk Kota Semarang menyebabkan masyarakat Trimulyo masih kurang mengenal produk-produk Bank Syariah Indonesia yang menjadi salah satu faktor yang menyebabkan belum efektifnya product knowledge terhadap minat menabung di bank syariah. Kurangnya sosialisasi produk oleh Bank Syariah Indonesia menjadi salah satu penyebab kurangnya product awareness masyarakat Trimulyo.
2. Nilai signifikansi sebesar $0,030 < 0,05$ dan t-hitung kepercayaan sebesar $2,206 >$ dari t tabel $1,9858$ menurut uji t. Hal ini menunjukkan bahwa keinginan menabung dipengaruhi secara signifikan dan positif oleh variabel kepercayaan. Niat nasabah untuk menambah tabungannya dipengaruhi secara signifikan oleh kepercayaan. Hal ini dikarenakan tingkat kepercayaan nasabah dapat mempengaruhi besarnya bunga tabungan. Hal ini menunjukkan bahwa keinginan nasabah untuk menambah minat menabungnya akan meningkat seiring dengan tingkat kepercayaannya.
3. Hasil signifikansi adalah $0,041 < 0,05$ berdasarkan uji-t, dan t-hitung keyakinan adalah $2,072 >$ dari t tabel $1,9858$. Hal ini menunjukkan bahwa minat menabung dipengaruhi secara signifikan dan positif oleh variabel kualitas layanan. Memperhatikan kualitas layanan sangat penting untuk membangkitkan minat menabung; semakin preferensi nasabah terpenuhi dan tuntutan mereka ditangani dengan jelas dan efisien, semakin besar minat mereka untuk menabung. Menawarkan layanan berkualitas tinggi yang terbukti dalam kinerja tinggi adalah salah satu taktik yang dapat membantu industri perbankan berhasil.
4. Nilai F hitung sebesar $4,215$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,008$ ($0,008 < 0,05$) berdasarkan hasil uji F pada variabel-variabel tersebut di atas, dan F tabel sebesar $2,70$ pada tingkat kepercayaan 5% ($\alpha = 0,05$). F hitung $>$ F tabel ($4,215 > 3,12$) dalam hal ini. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa minat menabung pada bank syariah Indonesia secara signifikan dipengaruhi oleh faktor product knowledge, trust, dan service quality secara bersama-sama.

5.2 Saran

Berdasarkan pembahasan dan simpulan yang telah diuraikan sebelumnya maka saran yang diberikan adalah sebagai berikut:

1. Sebaiknya peneliti melakukan penelitian dan memetakan variabel perkembangan yang mempengaruhi minat masyarakat menabung di bank syariah serta mempunyai kekuatan mempengaruhi keputusan menjadi nasabah bank syariah agar dapat memberikan nilai tambah dan gambaran yang lebih komprehensif terhadap permasalahan yang diteliti.
2. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini terbatas dan fokus penelitian adalah masyarakat Desa Trimulyo, Kecamatan Genuk. Agar mendapatkan hasil penelitian yang lebih menarik dari penelitian ini, peneliti menyarankan kepada peneliti selanjutnya untuk menggunakan sampel penelitian dengan jumlah yang lebih banyak.
3. Diharapkan Bank Syariah Indonesia dapat mengambil pendekatan yang lebih proaktif dalam mengedukasi masyarakat tentang produk perbankan syariah dan keuntungan berbisnis dengan bank tersebut di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Taqwin, M., ... & Sari, M. E. (2022). Metodologi penelitian kuantitatif. *Yayasan Penerbit Muhammad Zaini*, 3(2).
- Agustin, D. N., & Hakim, L. (2022). Peran Religiusitas Sebagai Variabel Moderating Pengetahuan, Persepsi Produk Bank Syariah dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Syariah. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, 10(2), 106-116.
- Ahmadi, R., & Siswanto, S. (2023). Pengaruh Service Quality dan Tingkat Religiusitas terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 7(1), 164-170.
- Andrianto, & Firmansyah, M. A. (2019). Manajemen bank syariah: Implementasi teori dan praktek. Pasuruan: Penerbit Qiara Media.
- Bella, S., Faizal, M., & Fadilla, F. (2023). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Palembang Demang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 3(1), 125-144.
- Faizah, N., & Sa'diyah, M. (2022, July). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Kualitas Pelayanan dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Minat Mahasiswa dalam Menabung di Bank Syariah. In *UMMagelang Conference Series* (pp. 253-266).
- Fauzy, T. O., Purwadi, A., & Hakim, R. (2019). Analisis pengetahuan tentang perbankan syariah santri pondok pesantren Al-ittihad Mojokerto dan pengaruhnya terhadap minat menabung di bank syariah. *Iqtishodia: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(2), 181-206.
- Febrian, J., & Budianto, E. W. H. (2023). Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, Produk, Pelayanan, dan Religiusitas terhadap Minat Menabung.
- Febrian, J., & Budianto, E. W. H. (2023). Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, Produk, Pelayanan, dan Religiusitas terhadap Minat Menabung.
- Fitri, M., & Ahmadan, D. (2023). Pengaruh Motivasi Menabung Dan Pengetahuan Variasi Produk Bank Syariah Indonesia Terhadap Minat Menabung Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Febi Iaiqi). *La Riba: Jurnal Perbankan Syariah*, 4(2), 16-25.
- Hadion Wijoyo, Denok Sunarsi, & Haudi. (2020). Manajemen internasional. CV. Insan Cendekia Mandiri.
- Haida, N., Pratama, G., Sukarnoto, T., & Widiawati, W. (2021). Pengaruh Pemahaman Masyarakat Tentang Riba Terhadap Minat Bertransaksi Di Bank Syariah. *Ecobankers: Journal of Economy and Banking*, 2(2), 131-139.
- Haryono, R. (2022). Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Journal of Comprehensive Islamic Studies*, 1(1), 133-156.
- Hasanah, F. (2019). Pengaruh tingkat religiusitas, pengetahuan, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap preferensi menabung mahasiswa universitas muhammadiyah Palembang pada bank syariah. *Balance: Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 4(1), 485-495.

- Hasibuan, F. U., & Wahyuni, R. (2020). Pengaruh Pengetahuan Masyarakat dan Minat Penerapan Nilai Islam Terhadap Keputusan Menggunakan Tabungan Perbankan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kota Langsa). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(1), 22-33.
- Jasmawiyah, R., & Halim, A. (2023). Variabel Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung Pada Bank Syariah Indonesia Di Kabupaten Mamuju. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1).
- Khairussyifa, S., Rokan, M. K., & Irham, M. (2024). Pengaruh Pengetahuan Pelajar tentang Perbankan Syariah terhadap Minat Memilih Produk BSI. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(2), 432-445.
- Masin, M., & Hasanah, A. (2023). Pengetahuan Produk dan Reputasi Bank Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia. *ABHATS: Jurnal Islam Ulil Albab*, 4(1), 28-38.
- Mujaddid, F., Nugroho, P. T. A., & Adi, P. T. (2019). Pengaruh pengetahuan, reputasi, lingkungan dan religiusitas terhadap minat pelajar Sekolah Menengah Kejuruan prodi perbankan Syariah dalam menabung di bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Islam*, 10(1), 14-37.
- Musyaffa, H., & Iqbal, M. (2022). Pengaruh religiusitas, kualitas layanan, dan promosi terhadap minat menabung di bank syariah. *Perbanas Journal of Islamic Economics and Business*, 2(2), 167-177.
- Najah, T. Z., Ilmi, S., Aly, D. M., & Muhadi, M. F. (2024). Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan, Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(5), 3536-3544.
- Nengsih, T. A., & Olida, A. (2021). Analisis Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah Indonesia Studi Empiris Desa Pelawan Jaya. *Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan, dan Perbankan Syariah*, 5(2), 28-39.
- Nengsih, T. A., Arsa, A., & Putri, P. S. (2021). Determinan minat menabung masyarakat di Bank Syariah: Studi empiris di kota Jambi. *Perbanas Journal of Business and Banking*, 11(1), 93-111.
- Nengsih, T. A., Arsa, A., & Putri, P. S. (2021). Determinan minat menabung masyarakat di Bank Syariah: Studi empiris di kota Jambi. *Perbanas Journal of Business and Banking*, 11(1), 93-111.
- Novian, H., Anwar, M. W., Fauzi, F., & Irviani, R. (2023). Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(3), 4082-4091.
- Nurrohmah, R. F., & Purbayati, R. (2020). Pengaruh tingkat literasi keuangan syariah dan kepercayaan masyarakat terhadap minat menabung di bank syariah. *Jurnal Maps (Manajemen Perbankan Syariah)*, 3(2), 140-153.
- Parastika, P., Hartini, T., & Amri, U. (2021). Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah dengan Minat Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Intelektualita: Keislaman, Sosial Dan Sains*, 10(1), 177-187.
- Paraswati, D., Amin, M., & Afifudin, A. (2023). Pengaruh Pengetahuan Nasabah Tentang Riba dan Produk Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia Kcp Lawang. *El-Aswaq: Islamic Economics and Finance Journal*, 4(01).

- Sa'adah, H., & Rusydi, I. (2023). Pengaruh Pengetahuan Tentang Produk-Produk Perbankan Syariah Terhadap Minat Mahasiswa Fakultas Agama Islam Menjadi Nasabah Di Bank Syariah. *Jsef: Journal of Sharia Economics and Finance*, 2(2), 112-123.
- Sugiarti, D. (2023). Literasi Keuangan Syariah Generasi Z dan Minatnya pada Perbankan Syariah (Studi Kasus pada Siswa SMK di Jakarta). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(1), 766-772.
- Sumarno, S., Nawawi, R., & Saeki, J. (2021). Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Untuk Memilih Produk Bank Syariah. *Ecobankers: Journal of Economy and Banking*, 2(2), 75-79.
- Sundari, A., Solihin, D., Ma'mun, S., & Setyowardani, V. (2023). Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Desa Cimareme terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Riset Ekonomi Syariah*, 75-82.
- Syifa, D. S., Puspita, C., Maulana, D., Saraswati, H., Sudrajat, B., & Hidayat, W. (2023). Pengaruh Pengetahuan Produk Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Uin Sultan Maulana Hasanuddin Banten. *Maisyatuna*, 4(3), 78-88.
- Ulwiya, H. A. M. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan persepsi religiusitas terhadap minat masyarakat menabung di Bank Syariah Indonesia (Studi kasus di Bank Syariah Indonesia cabang Semarang). *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, 3(2), 142-156.
- Utami, S. P., Faradilah, T. N. M., Ariskiya, S., & Zahro, S. (2024). Efektivitas Tingkat Literasi Keuangan, Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(5), 3527-3535.
- Wahyuni, U. D. N., & Rohayati, S. (2022). Pengaruh Pembelajaran Perbankan Syariah, Kualitas Pelayanan dan Literasi Keuangan terhadap Minat Menabung Mahasiswa Pendidikan Akuntansi di Bank Syariah. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 4(3), 3458-3469.
- Zamakhsyari, L., Winarni, D., & Wage, W. (2022). Pengaruh Pengetahuan Mahasiswa tentang Riba terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *JSSH (Jurnal Sains Sosial dan Humaniora)*, 6(2), 113-121.
- Zulva, P., Sissah, S., & Habibah, G. A. (2024). Pengaruh Pengetahuan Tentang Riba Nasiah Dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Bank Syariah. *Jurnal Kajian dan Penalaran Ilmu Manajemen*, 2(1), 115-131.

*Lampiran 1. Kuesioner Penelitian***KUESIONER PENELITIAN**

**PENGARUH PENGETAHUAN TENTANG PRODUK PERBANKAN SYARIAH,
KEPERCAYAAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT MASYARAKAT
MENABUNG DI BANK SYARIAH INDONESIA
(Studi pada Masyarakat Kelurahan Trimulyo Genuk Semarang)**

Petunjuk Pengisian:

Isilah titik-titik dibawah ini dan berilah tanda cheklis (√) pada salah satu tanda kurung () sesuai dengan jawaban yang menurut anda benar.

A. Kriteria Responden

1. Responden memiliki usia 17 tahun keatas.
2. Reponden bertempat tinggal di Kelurahan Trimulyo, Kecamatan Genuk, Kota Semarang.
3. Responden yang belum memiliki rekeninh Bank Syariah Indonesia.

B. Karakteristik Responden

1. Nama (Inisial) :
2. Usia :Tahun
3. Pekerjaan :
4. Jenis Kelamin :
 1. () Laki-laki
 2. () Perempuan

C. PETUNJUK PENGISIAN ANGKET

Petunjuk pengisian: Berilah tanda check list (√) pada salah satu kolom jawaban yang tersedia dan sesuai dengan Anda.

Keterangan jawaban :

- | | |
|--------------------|--------------------|
| SS = Sangat Setuju | TS = Tidak Setuju |
| S = Setuju | STS = Sangat Tidak |
| N = Netral | |

1. Pengetahuan Produk Perbankan Syariah

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Saya mengetahui produk tabungan di bank syariah menggunakan sistem bagi hasil					
2	Saya mengetahui produk tabungan di bank syariah menggunakan prinsip wadiah yad dhamanah					
3	Saya mengetahui produk tabungan di bank syariah menggunakan prinsip mudharabah mutlaqah					
4	Selain pembiayaan mudharabah, bank syariah juga memberikan pembiayaan musyarakah untuk memenuhi kebutuhan nasabah					
5	Bank syariah juga menyediakan produk ijarah bagi nasabah yang ingin melakukan kegiatan sewa menyewa					
6	Bank syariah dalam menjalankan kegiatan operasionalnya juga menggunakan prinsip titipan atau simpanan (Al-Wadiah) untuk memberikan kemudahan bagi nasabah					
7	Saya mengetahui produk tabungan di bank syariah memberikan bagi hasil yang adil karena besar prosentase di peroleh dari kesepakatan bersama					
8	Saya mengetahui bank syariah memiliki produk-produk perbankan yang beragam, menarik, inovatif dan menjawab kebutuhan masyarakat					

2. Kepercayaan

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Karyawan memberikan jaminan kepastian biaya dalam pelayanan					

2	Saya merasa aman dan nyaman ketika dilayani oleh karyawan atau teller bank syariah					
3	Karyawan memberikan jaminan kepastian biaya dalam pelayanan					
4	Karyawan melakukan edukasi kepada nasabah untuk menjaga keamanan dan kenyamanan dalam transaksi perbankan.					
5	Karyawan mampu menggunakan pendekatan kekeluargaan dalam memberikan pelayanan yang maksimal terhadap nasabah, mendorong saya menabung					
6	Karyawan memiliki ketrampilan dalam bekerja yang handal dan profesional					
7	Bank Syariah Indonesia mampu memberikan jaminan kerahasiaan informasi data dan setiap transaksi nasabah					
8	Bank Syariah Indonesia bersedia untuk melayanni kepentingan konsumen dengan baik.					

3. Kulit Pelayan

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Kebersihan dan kerapian tempat pelayanan bank syariah selalu terjaga					
2	Karyawan bank syariah berpenampilan rapih dalam melayani					
3	Bank Syariah memiliki standar pelayanan yang jelas					
4	Bank Syariah menyediakan pelayanan sesuai jadwal yang dijanjikan					
5	Karyawan atau teller dapat menjawab semua pertanyaan nasabah dengan baik					
6	Bank Syariah dapat menjaga kerahasiaan nasabah seperti jumlah tabungan, No PIN, No rekening yang dimiliki nasabah					

7	Saya merasa aman dan nyaman ketika dilayani oleh karyawan atau teller bank syariah					
8	Karyawan melayani dengan tidak diskriminatif (membedabedakan)					

4. Minat Menabung di Bank Syariah

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Saya sering mengikuti perkembangan bank syariah dari tahun ke tahun					
2	Saya senang dengan produk dan layanan bank syariah					
3	Saya tertarik dengan fasilitas pembiayaan yang disediakan bank syariah					
4	Saya tertarik dengan pelayanan yang diberikan oleh bank syariah					
5	Saya akan menabung di Bank Syariah karena menggunakan fasilitas pembiayaan yang disediakan bank syariah tidak membebani nasabah					
6	Saya akan menabung di Bank Syariah karena ada keterikatan religi antara pengelola bank dan nasabahnya					
7	Pengharaman bunga bank membuat saya yakin bahwa bank syariah merupakan lembaga keuangan yang halal					
8	Saya yakin menabung di Bank Syariah karena bank syariah memiliki citra yang baik di masyarakat					

Lampiran 2. Data Responden-Pra Riset

DATA RESPONDEN KELURAHAN TRIMULYO-PRA RISET				
Responden	Jenis Kelamin	Usia	Agama	Nasabah BSI
1	Laki-Laki	29 Tahun	Budha	Bukan Nasabah
2	Laki-Laki	34 Tahun	Budha	Bukan Nasabah
3	Laki-Laki	54 Tahun	Budha	Bukan Nasabah
4	Laki-Laki	59 Tahun	Budha	Bukan Nasabah
5	Laki-Laki	51 Tahun	Budha	Bukan Nasabah
6	Laki-Laki	43 Tahun	Budha	Bukan Nasabah
7	Laki-Laki	60 Tahun	Budha	Bukan Nasabah
8	Laki-Laki	41 Tahun	Budha	Bukan Nasabah
9	Laki-Laki	47 Tahun	Budha	Bukan Nasabah
10	Laki-Laki	44 Tahun	Budha	Bukan Nasabah
11	Laki-Laki	59 Tahun	Budha	Bukan Nasabah
12	Laki-Laki	18 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
13	Laki-Laki	19 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
14	Laki-Laki	34 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
15	Laki-Laki	23 Tahun	Budha	Bukan Nasabah
16	Laki-Laki	47 Tahun	Budha	Bukan Nasabah
17	Laki-Laki	35 Tahun	Budha	Bukan Nasabah
18	Laki-Laki	36 Tahun	Budha	Bukan Nasabah
19	Laki-Laki	51 Tahun	Budha	Bukan Nasabah
20	Laki-Laki	56 Tahun	Budha	Bukan Nasabah
21	Laki-Laki	51 Tahun	Budha	Bukan Nasabah
22	Laki-Laki	46 Tahun	Budha	Bukan Nasabah
23	Laki-Laki	60 Tahun	Budha	Bukan Nasabah
24	Laki-Laki	21 Tahun	Budha	Bukan Nasabah
25	Laki-Laki	32 Tahun	Budha	Bukan Nasabah
26	Laki-Laki	23 Tahun	Hindu	Bukan Nasabah
27	Laki-Laki	34 Tahun	Hindu	Bukan Nasabah
28	Laki-Laki	19 Tahun	Hindu	Bukan Nasabah
29	Laki-Laki	47 Tahun	Hindu	Bukan Nasabah
30	Laki-Laki	35 Tahun	Hindu	Bukan Nasabah
31	Laki-Laki	20 Tahun	Hindu	Bukan Nasabah
32	Laki-Laki	34 Tahun	Hindu	Bukan Nasabah
33	Laki-Laki	23 Tahun	Hindu	Bukan Nasabah
34	Laki-Laki	19 Tahun	Hindu	Bukan Nasabah
35	Laki-Laki	35 Tahun	Hindu	Bukan Nasabah
36	Laki-Laki	37 Tahun	Hindu	Bukan Nasabah
37	Laki-Laki	54 Tahun	Hindu	Bukan Nasabah
38	Laki-Laki	59 Tahun	Hindu	Bukan Nasabah
39	Laki-Laki	46 Tahun	Hindu	Bukan Nasabah
40	Laki-Laki	51 Tahun	Hindu	Bukan Nasabah
41	Laki-Laki	35 Tahun	Hindu	Bukan Nasabah
42	Laki-Laki	36 Tahun	Hindu	Bukan Nasabah
43	Laki-Laki	37 Tahun	Hindu	Bukan Nasabah
44	Laki-Laki	38 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
45	Laki-Laki	42 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
46	Laki-Laki	56 Tahun	Islam	Bukan Nasabah

47	Laki-Laki	51 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
48	Laki-Laki	49 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
49	Laki-Laki	32 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
50	Laki-Laki	27 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
51	Laki-Laki	37 Tahun	Hindu	Bukan Nasabah
52	Laki-Laki	56 Tahun	Hindu	Bukan Nasabah
53	Laki-Laki	35 Tahun	Hindu	Bukan Nasabah
54	Laki-Laki	35 Tahun	Hindu	Bukan Nasabah
55	Laki-Laki	40 Tahun	Hindu	Bukan Nasabah
56	Laki-Laki	38 Tahun	Hindu	Bukan Nasabah
57	Laki-Laki	56 Tahun	Hindu	Bukan Nasabah
58	Laki-Laki	51 Tahun	Hindu	Bukan Nasabah
59	Laki-Laki	46 Tahun	Hindu	Bukan Nasabah
60	Laki-Laki	60 Tahun	Hindu	Bukan Nasabah
61	Laki-Laki	21 Tahun	Hindu	Bukan Nasabah
62	Laki-Laki	28 Tahun	Hindu	Bukan Nasabah
63	Laki-Laki	23 Tahun	Islam	Nasabah
64	Laki-Laki	34 Tahun	Islam	Nasabah
65	Laki-Laki	26 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
66	Laki-Laki	27 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
67	Laki-Laki	21 Tahun	Islam	Nasabah
68	Laki-Laki	21 Tahun	Islam	Nasabah
69	Laki-Laki	27 Tahun	Islam	Nasabah
70	Laki-Laki	30 Tahun	Islam	Nasabah
71	Laki-Laki	22 Tahun	Islam	Nasabah
72	Laki-Laki	28 Tahun	Islam	Nasabah
73	Laki-Laki	27 Tahun	Islam	Nasabah
74	Laki-Laki	25 Tahun	Islam	Nasabah
75	Laki-Laki	24 Tahun	Islam	Nasabah
76	Laki-Laki	20 Tahun	Islam	Nasabah
77	Laki-Laki	40 Tahun	Islam	Nasabah
78	Laki-Laki	24 Tahun	Islam	Nasabah
79	Laki-Laki	31 Tahun	Islam	Nasabah
80	Laki-Laki	27 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
81	Laki-Laki	32 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
82	Laki-Laki	25 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
83	Laki-Laki	29 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
84	Laki-Laki	28 Tahun	Islam	Nasabah
85	Laki-Laki	40 Tahun	Islam	Nasabah
86	Laki-Laki	30 Tahun	Islam	Nasabah
87	Laki-Laki	29 Tahun	Islam	Nasabah
88	Laki-Laki	31 Tahun	Islam	Nasabah
89	Laki-Laki	31 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
90	Laki-Laki	25 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
91	Laki-Laki	25 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
92	Laki-Laki	35 Tahun	Islam	Nasabah
93	Laki-Laki	35 Tahun	Islam	Nasabah
94	Laki-Laki	34 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
95	Laki-Laki	31 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
96	Laki-Laki	34 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
97	Laki-Laki	34 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
98	Laki-Laki	34 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
99	Laki-Laki	34 Tahun	Islam	Bukan Nasabah

100	Laki-Laki	31 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
101	Laki-Laki	31 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
102	Laki-Laki	34 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
103	Laki-Laki	34 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
104	Laki-Laki	33 Tahun	Islam	Nasabah
105	Laki-Laki	35 Tahun	Islam	Nasabah
106	Laki-Laki	35 Tahun	Islam	Nasabah
107	Laki-Laki	35 Tahun	Islam	Nasabah
108	Laki-Laki	33 Tahun	Islam	Nasabah
109	Laki-Laki	34 Tahun	Islam	Nasabah
110	Laki-Laki	49 Tahun	Islam	Nasabah
111	Laki-Laki	34 Tahun	Islam	Nasabah
112	Laki-Laki	35 Tahun	Islam	Nasabah
113	Laki-Laki	35 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
114	Laki-Laki	35 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
115	Laki-Laki	33 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
116	Laki-Laki	35 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
117	Laki-Laki	35 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
118	Laki-Laki	17 Tahun	Islam	Nasabah
119	Laki-Laki	34 Tahun	Islam	Nasabah
120	Laki-Laki	40 Tahun	Islam	Nasabah
121	Laki-Laki	38 Tahun	Islam	Nasabah
122	Laki-Laki	42 Tahun	Islam	Nasabah
123	Laki-Laki	47 Tahun	Islam	Nasabah
124	Laki-Laki	54 Tahun	Islam	Nasabah
125	Laki-Laki	60 Tahun	Islam	Nasabah
126	Laki-Laki	56 Tahun	Islam	Nasabah
127	Laki-Laki	21 Tahun	Islam	Nasabah
128	Laki-Laki	17 Tahun	Islam	Nasabah
129	Laki-Laki	20 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
130	Laki-Laki	19 Tahun	Islam	Nasabah
131	Laki-Laki	17 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
132	Laki-Laki	47 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
133	Laki-Laki	28 Tahun	Islam	Nasabah
134	Laki-Laki	37 Tahun	Islam	Nasabah
135	Laki-Laki	43 Tahun	Islam	Nasabah
136	Laki-Laki	36 Tahun	Islam	Nasabah
137	Laki-Laki	60 Tahun	Islam	Nasabah
138	Laki-Laki	38 Tahun	Islam	Nasabah
139	Laki-Laki	41 Tahun	Islam	Nasabah
140	Laki-Laki	44 Tahun	Islam	Nasabah
141	Laki-Laki	59 Tahun	Islam	Nasabah
142	Laki-Laki	17 Tahun	Islam	Nasabah
143	Laki-Laki	19 Tahun	Islam	Nasabah
144	Laki-Laki	17 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
145	Laki-Laki	19 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
146	Laki-Laki	55 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
147	Laki-Laki	37 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
148	Laki-Laki	38 Tahun	Islam	Nasabah
149	Laki-Laki	42 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
150	Laki-Laki	34 Tahun	Islam	Nasabah
151	Laki-Laki	20 Tahun	Islam	Nasabah
152	Laki-Laki	47 Tahun	Islam	Bukan Nasabah

153	Laki-Laki	19 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
154	Laki-Laki	55 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
155	Laki-Laki	32 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
156	Laki-Laki	21 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
157	Laki-Laki	60 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
158	Laki-Laki	39 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
159	Laki-Laki	34 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
160	Laki-Laki	34 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
161	Laki-Laki	34 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
162	Laki-Laki	37 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
163	Laki-Laki	60 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
164	Laki-Laki	38 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
165	Laki-Laki	42 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
166	Laki-Laki	44 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
167	Laki-Laki	54 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
168	Laki-Laki	56 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
169	Laki-Laki	38 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
170	Laki-Laki	17 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
171	Laki-Laki	20 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
172	Laki-Laki	34 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
173	Laki-Laki	40 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
174	Laki-Laki	38 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
175	Laki-Laki	42 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
176	Laki-Laki	47 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
177	Laki-Laki	35 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
178	Laki-Laki	36 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
179	Laki-Laki	59 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
180	Laki-Laki	46 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
181	Laki-Laki	60 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
182	Laki-Laki	21 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
183	Laki-Laki	28 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
184	Laki-Laki	37 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
185	Laki-Laki	43 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
186	Laki-Laki	35 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
187	Laki-Laki	36 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
188	Laki-Laki	40 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
189	Laki-Laki	60 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
190	Laki-Laki	42 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
191	Laki-Laki	44 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
192	Laki-Laki	56 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
193	Laki-Laki	38 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
194	Laki-Laki	23 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
195	Laki-Laki	20 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
196	Laki-Laki	34 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
197	Laki-Laki	23 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
198	Laki-Laki	35 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
199	Laki-Laki	35 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
200	Laki-Laki	40 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
201	Laki-Laki	60 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
202	Laki-Laki	38 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
203	Laki-Laki	47 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
204	Laki-Laki	54 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
205	Laki-Laki	39 Tahun	Islam	Bukan Nasabah

206	Laki-Laki	20 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
207	Laki-Laki	34 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
208	Laki-Laki	18 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
209	Laki-Laki	19 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
210	Laki-Laki	56 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
211	Laki-Laki	51 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
212	Laki-Laki	49 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
213	Laki-Laki	46 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
214	Laki-Laki	21 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
215	Laki-Laki	28 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
216	Laki-Laki	40 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
217	Laki-Laki	38 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
218	Laki-Laki	41 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
219	Laki-Laki	44 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
220	Laki-Laki	54 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
221	Laki-Laki	60 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
222	Laki-Laki	51 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
223	Laki-Laki	56 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
224	Laki-Laki	39 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
225	Laki-Laki	20 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
226	Laki-Laki	47 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
227	Laki-Laki	35 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
228	Laki-Laki	37 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
229	Laki-Laki	40 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
230	Laki-Laki	38 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
231	Laki-Laki	42 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
232	Laki-Laki	54 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
233	Laki-Laki	28 Tahun	Islam	Nasabah
234	Laki-Laki	37 Tahun	Islam	Nasabah
235	Laki-Laki	35 Tahun	Islam	Nasabah
236	Laki-Laki	36 Tahun	Islam	Nasabah
237	Laki-Laki	42 Tahun	Islam	Nasabah
238	Laki-Laki	44 Tahun	Islam	Nasabah
239	Laki-Laki	59 Tahun	Islam	Nasabah
240	Laki-Laki	60 Tahun	Islam	Nasabah
241	Laki-Laki	51 Tahun	Islam	Nasabah
242	Laki-Laki	20 Tahun	Islam	Nasabah
243	Laki-Laki	18 Tahun	Islam	Nasabah
244	Laki-Laki	23 Tahun	Islam	Nasabah
245	Laki-Laki	19 Tahun	Islam	Nasabah
246	Laki-Laki	35 Tahun	Islam	Nasabah
247	Laki-Laki	36 Tahun	Islam	Nasabah
248	Laki-Laki	44 Tahun	Islam	Nasabah
249	Laki-Laki	59 Tahun	Islam	Nasabah
250	Laki-Laki	46 Tahun	Islam	Nasabah
251	Laki-Laki	51 Tahun	Islam	Nasabah
252	Laki-Laki	21 Tahun	Islam	Nasabah
253	Laki-Laki	18 Tahun	Islam	Nasabah
254	Laki-Laki	23 Tahun	Islam	Nasabah
255	Laki-Laki	35 Tahun	Islam	Nasabah
256	Laki-Laki	36 Tahun	Islam	Nasabah
257	Laki-Laki	44 Tahun	Islam	Nasabah
258	Laki-Laki	59 Tahun	Islam	Nasabah

259	Laki-Laki	60 Tahun	Islam	Nasabah
260	Laki-Laki	56 Tahun	Islam	Nasabah
261	Laki-Laki	38 Tahun	Islam	Nasabah
262	Laki-Laki	19 Tahun	Islam	Nasabah
263	Laki-Laki	18 Tahun	Islam	Nasabah
264	Laki-Laki	38 Tahun	Islam	Nasabah
265	Laki-Laki	41 Tahun	Islam	Nasabah
266	Laki-Laki	44 Tahun	Islam	Nasabah
267	Laki-Laki	59 Tahun	Islam	Nasabah
268	Laki-Laki	38 Tahun	Islam	Nasabah
269	Laki-Laki	23 Tahun	Islam	Nasabah
270	Laki-Laki	19 Tahun	Islam	Nasabah
271	Laki-Laki	34 Tahun	Islam	Nasabah
272	Laki-Laki	23 Tahun	Islam	Nasabah
273	Laki-Laki	47 Tahun	Islam	Nasabah
274	Laki-Laki	36 Tahun	Islam	Nasabah
275	Laki-Laki	37 Tahun	Islam	Nasabah
276	Laki-Laki	38 Tahun	Islam	Nasabah
277	Laki-Laki	41 Tahun	Islam	Nasabah
278	Laki-Laki	42 Tahun	Islam	Nasabah
279	Laki-Laki	54 Tahun	Islam	Nasabah
280	Laki-Laki	60 Tahun	Islam	Nasabah
281	Laki-Laki	38 Tahun	Islam	Nasabah
282	Laki-Laki	41 Tahun	Islam	Nasabah
283	Laki-Laki	42 Tahun	Islam	Nasabah
284	Laki-Laki	54 Tahun	Islam	Nasabah
285	Laki-Laki	60 Tahun	Islam	Nasabah
286	Laki-Laki	20 Tahun	Islam	Nasabah
287	Laki-Laki	34 Tahun	Islam	Nasabah
288	Laki-Laki	18 Tahun	Islam	Nasabah
289	Laki-Laki	47 Tahun	Islam	Nasabah
290	Laki-Laki	37 Tahun	Islam	Nasabah
291	Laki-Laki	41 Tahun	Islam	Nasabah
292	Laki-Laki	47 Tahun	Islam	Nasabah
293	Laki-Laki	46 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
294	Laki-Laki	56 Tahun	Islam	Nasabah
295	Laki-Laki	39 Tahun	Islam	Nasabah
296	Laki-Laki	23 Tahun	Islam	Nasabah
297	Laki-Laki	19 Tahun	Islam	Nasabah
298	Laki-Laki	18 Tahun	Islam	Nasabah
299	Laki-Laki	47 Tahun	Islam	Nasabah
300	Laki-Laki	55 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
301	Laki-Laki	60 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
302	Laki-Laki	41 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
303	Laki-Laki	42 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
304	Laki-Laki	44 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
305	Laki-Laki	60 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
306	Laki-Laki	46 Tahun	Islam	Nasabah
307	Laki-Laki	38 Tahun	Islam	Nasabah
308	Laki-Laki	20 Tahun	Islam	Nasabah
309	Laki-Laki	34 Tahun	Islam	Nasabah
310	Laki-Laki	47 Tahun	Islam	Nasabah
311	Laki-Laki	56 Tahun	Islam	Nasabah

312	Laki-Laki	56 Tahun	Islam	Nasabah
313	Laki-Laki	37 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
314	Laki-Laki	35 Tahun	Islam	Nasabah
315	Laki-Laki	54 Tahun	Islam	Nasabah
316	Laki-Laki	30 Tahun	Islam	Nasabah
317	Laki-Laki	22 Tahun	Islam	Nasabah
318	Laki-Laki	45 Tahun	Islam	Nasabah
319	Laki-Laki	33 Tahun	Islam	Nasabah
320	Laki-Laki	21 Tahun	Islam	Nasabah
321	Laki-Laki	26 Tahun	Islam	Nasabah
322	Laki-Laki	25 Tahun	Islam	Nasabah
323	Laki-Laki	24 Tahun	Islam	Nasabah
324	Laki-Laki	34 Tahun	Islam	Nasabah
325	Laki-Laki	40 Tahun	Islam	Nasabah
326	Laki-Laki	29 Tahun	Islam	Nasabah
327	Laki-Laki	31 Tahun	Islam	Nasabah
328	Laki-Laki	22 Tahun	Islam	Nasabah
329	Laki-Laki	25 Tahun	Islam	Nasabah
330	Laki-Laki	34 Tahun	Islam	Nasabah
331	Laki-Laki	27 Tahun	Islam	Nasabah
332	Laki-Laki	25 Tahun	Islam	Nasabah
333	Laki-Laki	33 Tahun	Islam	Nasabah
334	Laki-Laki	32 Tahun	Islam	Nasabah
335	Laki-Laki	23 Tahun	Islam	Nasabah
336	Laki-Laki	22 Tahun	Islam	Nasabah
337	Laki-Laki	24 Tahun	Islam	Nasabah
338	Laki-Laki	26 Tahun	Islam	Nasabah
339	Laki-Laki	30 Tahun	Islam	Nasabah
340	Laki-Laki	35 Tahun	Islam	Nasabah
341	Laki-Laki	36 Tahun	Islam	Nasabah
342	Laki-Laki	37 Tahun	Islam	Nasabah
343	Laki-Laki	38 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
344	Laki-Laki	54 Tahun	Islam	Nasabah
345	Laki-Laki	51 Tahun	Islam	Nasabah
346	Laki-Laki	38 Tahun	Islam	Nasabah
347	Laki-Laki	23 Tahun	Islam	Nasabah
348	Laki-Laki	20 Tahun	Islam	Nasabah
349	Laki-Laki	34 Tahun	Islam	Nasabah
350	Laki-Laki	18 Tahun	Islam	Nasabah
351	Laki-Laki	19 Tahun	Islam	Nasabah
352	Laki-Laki	55 Tahun	Islam	Nasabah
353	Laki-Laki	56 Tahun	Islam	Nasabah
354	Laki-Laki	51 Tahun	Islam	Nasabah
355	Laki-Laki	46 Tahun	Islam	Nasabah
356	Laki-Laki	37 Tahun	Islam	Nasabah
357	Laki-Laki	43 Tahun	Islam	Nasabah
358	Laki-Laki	35 Tahun	Islam	Nasabah
359	Laki-Laki	59 Tahun	Islam	Nasabah
360	Laki-Laki	46 Tahun	Islam	Nasabah
361	Laki-Laki	56 Tahun	Islam	Nasabah
362	Laki-Laki	36 Tahun	Islam	Nasabah
363	Laki-Laki	37 Tahun	Islam	Nasabah
364	Laki-Laki	38 Tahun	Islam	Nasabah

365	Laki-Laki	41 Tahun	Islam	Nasabah
366	Laki-Laki	42 Tahun	Islam	Nasabah
367	Laki-Laki	19 Tahun	Islam	Nasabah
368	Laki-Laki	18 Tahun	Islam	Nasabah
369	Laki-Laki	19 Tahun	Islam	Nasabah
370	Laki-Laki	47 Tahun	Islam	Nasabah
371	Laki-Laki	56 Tahun	Islam	Nasabah
372	Laki-Laki	51 Tahun	Islam	Nasabah
373	Laki-Laki	60 Tahun	Islam	Nasabah
374	Laki-Laki	32 Tahun	Islam	Nasabah
375	Laki-Laki	21 Tahun	Islam	Nasabah
376	Laki-Laki	37 Tahun	Islam	Nasabah
377	Laki-Laki	43 Tahun	Islam	Nasabah
378	Laki-Laki	27 Tahun	Islam	Nasabah
379	Laki-Laki	27 Tahun	Islam	Nasabah
380	Laki-Laki	27 Tahun	Islam	Nasabah
381	Laki-Laki	46 Tahun	Islam	Nasabah
382	Laki-Laki	56 Tahun	Islam	Nasabah
383	Laki-Laki	35 Tahun	Islam	Nasabah
384	Laki-Laki	37 Tahun	Islam	Nasabah
385	Laki-Laki	40 Tahun	Islam	Nasabah
386	Laki-Laki	47 Tahun	Islam	Nasabah
387	Laki-Laki	54 Tahun	Islam	Nasabah
388	Laki-Laki	59 Tahun	Islam	Nasabah
389	Laki-Laki	51 Tahun	Islam	Nasabah
390	Laki-Laki	38 Tahun	Islam	Nasabah
391	Laki-Laki	19 Tahun	Islam	Nasabah
392	Laki-Laki	18 Tahun	Islam	Nasabah
393	Laki-Laki	19 Tahun	Islam	Nasabah
394	Laki-Laki	47 Tahun	Islam	Nasabah
395	Laki-Laki	56 Tahun	Islam	Nasabah
396	Laki-Laki	19 Tahun	Islam	Nasabah
397	Laki-Laki	51 Tahun	Islam	Nasabah
398	Laki-Laki	46 Tahun	Islam	Nasabah
399	Laki-Laki	60 Tahun	Islam	Nasabah
400	Laki-Laki	27 Tahun	Islam	Nasabah
401	Laki-Laki	37 Tahun	Islam	Nasabah
402	Laki-Laki	35 Tahun	Islam	Nasabah
403	Laki-Laki	36 Tahun	Islam	Nasabah
404	Laki-Laki	60 Tahun	Islam	Nasabah
405	Laki-Laki	59 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
406	Laki-Laki	20 Tahun	Islam	Nasabah
407	Laki-Laki	34 Tahun	Islam	Nasabah
408	Laki-Laki	55 Tahun	Islam	Nasabah
409	Laki-Laki	56 Tahun	Islam	Nasabah
410	Laki-Laki	46 Tahun	Islam	Nasabah
411	Laki-Laki	60 Tahun	Islam	Nasabah
412	Laki-Laki	32 Tahun	Islam	Nasabah
413	Laki-Laki	28 Tahun	Islam	Nasabah
414	Laki-Laki	40 Tahun	Islam	Nasabah
415	Laki-Laki	34 Tahun	Islam	Nasabah
416	Laki-Laki	17 Tahun	Islam	Nasabah
417	Laki-Laki	19 Tahun	Islam	Nasabah

418	Laki-Laki	47 Tahun	Islam	Nasabah
419	Laki-Laki	19 Tahun	Islam	Nasabah
420	Laki-Laki	51 Tahun	Islam	Nasabah
421	Laki-Laki	44 Tahun	Islam	Nasabah
422	Laki-Laki	59 Tahun	Islam	Nasabah
423	Laki-Laki	46 Tahun	Islam	Nasabah
424	Laki-Laki	51 Tahun	Islam	Nasabah
425	Laki-Laki	20 Tahun	Islam	Nasabah
426	Laki-Laki	38 Tahun	Islam	Nasabah
427	Laki-Laki	17 Tahun	Islam	Nasabah
428	Laki-Laki	19 Tahun	Islam	Nasabah
429	Laki-Laki	34 Tahun	Islam	Nasabah
430	Laki-Laki	19 Tahun	Islam	Nasabah
431	Laki-Laki	59 Tahun	Islam	Nasabah
432	Laki-Laki	38 Tahun	Islam	Nasabah
433	Laki-Laki	39 Tahun	Islam	Nasabah
434	Laki-Laki	17 Tahun	Islam	Nasabah
435	Laki-Laki	34 Tahun	Islam	Nasabah
436	Laki-Laki	49 Tahun	Islam	Nasabah
437	Laki-Laki	60 Tahun	Islam	Nasabah
438	Laki-Laki	21 Tahun	Islam	Nasabah
439	Laki-Laki	27 Tahun	Islam	Nasabah
440	Laki-Laki	37 Tahun	Islam	Nasabah
441	Laki-Laki	35 Tahun	Islam	Nasabah
442	Laki-Laki	51 Tahun	Islam	Nasabah
443	Laki-Laki	40 Tahun	Islam	Nasabah
444	Laki-Laki	41 Tahun	Islam	Nasabah
445	Laki-Laki	44 Tahun	Islam	Nasabah
446	Laki-Laki	35 Tahun	Islam	Nasabah
447	Laki-Laki	59 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
448	Laki-Laki	51 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
449	Laki-Laki	38 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
450	Laki-Laki	46 Tahun	Islam	Nasabah
451	Laki-Laki	17 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
452	Laki-Laki	19 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
453	Laki-Laki	34 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
454	Laki-Laki	17 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
455	Laki-Laki	35 Tahun	Islam	Nasabah
456	Laki-Laki	60 Tahun	Islam	Nasabah
457	Laki-Laki	44 Tahun	Islam	Nasabah
458	Laki-Laki	35 Tahun	Islam	Nasabah
459	Laki-Laki	35 Tahun	Islam	Nasabah
460	Laki-Laki	59 Tahun	Islam	Nasabah
461	Laki-Laki	60 Tahun	Islam	Nasabah
462	Laki-Laki	56 Tahun	Islam	Nasabah
463	Laki-Laki	38 Tahun	Islam	Nasabah
464	Laki-Laki	39 Tahun	Islam	Nasabah
465	Laki-Laki	19 Tahun	Islam	Nasabah
466	Laki-Laki	59 Tahun	Islam	Nasabah
467	Laki-Laki	40 Tahun	Islam	Nasabah
468	Laki-Laki	41 Tahun	Islam	Nasabah
469	Laki-Laki	47 Tahun	Islam	Nasabah
470	Laki-Laki	54 Tahun	Islam	Nasabah

471	Laki-Laki	59 Tahun	Islam	Nasabah
472	Laki-Laki	51 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
473	Laki-Laki	56 Tahun	Islam	Nasabah
474	Laki-Laki	46 Tahun	Islam	Nasabah
475	Laki-Laki	17 Tahun	Islam	Nasabah
476	Laki-Laki	34 Tahun	Islam	Nasabah
477	Laki-Laki	60 Tahun	Islam	Nasabah
478	Laki-Laki	44 Tahun	Islam	Nasabah
479	Laki-Laki	47 Tahun	Islam	Nasabah
480	Laki-Laki	35 Tahun	Islam	Nasabah
481	Laki-Laki	54 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
482	Laki-Laki	46 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
483	Laki-Laki	46 Tahun	Islam	Nasabah
484	Laki-Laki	56 Tahun	Islam	Nasabah
485	Laki-Laki	18 Tahun	Islam	Nasabah
486	Laki-Laki	19 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
487	Laki-Laki	47 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
488	Laki-Laki	41 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
489	Laki-Laki	44 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
490	Laki-Laki	35 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
491	Laki-Laki	35 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
492	Laki-Laki	21 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
493	Laki-Laki	21 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
494	Laki-Laki	21 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
495	Laki-Laki	38 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
496	Laki-Laki	42 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
497	Laki-Laki	44 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
498	Laki-Laki	54 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
499	Laki-Laki	60 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
500	Laki-Laki	51 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
501	Laki-Laki	38 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
502	Laki-Laki	39 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
503	Laki-Laki	19 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
504	Laki-Laki	34 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
505	Laki-Laki	18 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
506	Laki-Laki	47 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
507	Laki-Laki	36 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
508	Laki-Laki	35 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
509	Laki-Laki	59 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
510	Laki-Laki	46 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
511	Laki-Laki	51 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
512	Laki-Laki	56 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
513	Laki-Laki	17 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
514	Laki-Laki	19 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
515	Laki-Laki	60 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
516	Laki-Laki	44 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
517	Laki-Laki	47 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
518	Laki-Laki	54 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
519	Laki-Laki	60 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
520	Laki-Laki	38 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
521	Laki-Laki	17 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
522	Laki-Laki	19 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
523	Laki-Laki	40 Tahun	Islam	Bukan Nasabah

524	Laki-Laki	60 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
525	Laki-Laki	54 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
526	Laki-Laki	60 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
527	Laki-Laki	51 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
528	Laki-Laki	56 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
529	Laki-Laki	38 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
530	Laki-Laki	17 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
531	Laki-Laki	18 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
532	Laki-Laki	17 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
533	Laki-Laki	35 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
534	Laki-Laki	44 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
535	Laki-Laki	54 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
536	Laki-Laki	60 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
537	Laki-Laki	51 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
538	Laki-Laki	38 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
539	Laki-Laki	39 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
540	Laki-Laki	19 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
541	Laki-Laki	34 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
542	Laki-Laki	18 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
543	Laki-Laki	47 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
544	Laki-Laki	36 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
545	Laki-Laki	35 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
546	Laki-Laki	59 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
547	Laki-Laki	46 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
548	Laki-Laki	60 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
549	Laki-Laki	46 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
550	Laki-Laki	51 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
551	Laki-Laki	56 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
552	Laki-Laki	17 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
553	Laki-Laki	19 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
554	Laki-Laki	60 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
555	Laki-Laki	44 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
556	Laki-Laki	47 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
557	Laki-Laki	36 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
558	Laki-Laki	60 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
559	Laki-Laki	35 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
560	Laki-Laki	36 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
561	Laki-Laki	40 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
562	Laki-Laki	60 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
563	Laki-Laki	41 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
564	Laki-Laki	42 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
565	Laki-Laki	44 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
566	Laki-Laki	59 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
567	Laki-Laki	60 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
568	Laki-Laki	17 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
569	Laki-Laki	30 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
570	Laki-Laki	26 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
571	Laki-Laki	26 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
572	Laki-Laki	46 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
573	Laki-Laki	18 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
574	Laki-Laki	19 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
575	Laki-Laki	47 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
576	Laki-Laki	40 Tahun	Islam	Bukan Nasabah

577	Laki-Laki	51 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
578	Laki-Laki	46 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
579	Laki-Laki	38 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
580	Laki-Laki	20 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
581	Laki-Laki	34 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
582	Laki-Laki	47 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
583	Laki-Laki	36 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
584	Laki-Laki	60 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
585	Laki-Laki	41 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
586	Laki-Laki	19 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
587	Laki-Laki	47 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
588	Laki-Laki	35 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
589	Laki-Laki	25 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
590	Laki-Laki	38 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
591	Laki-Laki	35 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
592	Laki-Laki	47 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
593	Laki-Laki	54 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
594	Laki-Laki	60 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
595	Laki-Laki	46 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
596	Laki-Laki	56 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
597	Laki-Laki	38 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
598	Laki-Laki	20 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
599	Laki-Laki	19 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
600	Laki-Laki	17 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
601	Laki-Laki	19 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
602	Laki-Laki	47 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
603	Laki-Laki	19 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
604	Laki-Laki	51 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
605	Laki-Laki	21 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
606	Laki-Laki	27 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
607	Laki-Laki	28 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
608	Laki-Laki	37 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
609	Laki-Laki	40 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
610	Laki-Laki	43 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
611	Laki-Laki	35 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
612	Laki-Laki	35 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
613	Laki-Laki	36 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
614	Laki-Laki	37 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
615	Laki-Laki	40 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
616	Laki-Laki	60 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
617	Laki-Laki	38 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
618	Laki-Laki	41 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
619	Laki-Laki	44 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
620	Laki-Laki	54 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
621	Laki-Laki	59 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
622	Laki-Laki	51 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
623	Laki-Laki	46 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
624	Laki-Laki	17 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
625	Laki-Laki	47 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
626	Laki-Laki	27 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
627	Laki-Laki	36 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
628	Laki-Laki	40 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
629	Laki-Laki	60 Tahun	Islam	Bukan Nasabah

630	Laki-Laki	38 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
631	Laki-Laki	47 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
632	Laki-Laki	54 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
633	Laki-Laki	39 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
634	Laki-Laki	20 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
635	Laki-Laki	19 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
636	Laki-Laki	17 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
637	Laki-Laki	55 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
638	Laki-Laki	51 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
639	Laki-Laki	46 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
640	Laki-Laki	32 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
641	Laki-Laki	21 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
642	Laki-Laki	27 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
643	Laki-Laki	28 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
644	Laki-Laki	37 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
645	Laki-Laki	43 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
646	Laki-Laki	35 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
647	Laki-Laki	36 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
648	Laki-Laki	41 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
649	Laki-Laki	38 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
650	Laki-Laki	17 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
651	Laki-Laki	19 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
652	Laki-Laki	17 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
653	Laki-Laki	19 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
654	Laki-Laki	47 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
655	Laki-Laki	23 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
656	Laki-Laki	22 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
657	Laki-Laki	35 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
658	Laki-Laki	37 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
659	Laki-Laki	56 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
660	Laki-Laki	38 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
661	Laki-Laki	46 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
662	Laki-Laki	21 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
663	Laki-Laki	38 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
664	Laki-Laki	20 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
665	Laki-Laki	19 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
666	Laki-Laki	34 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
667	Laki-Laki	19 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
668	Laki-Laki	24 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
669	Laki-Laki	41 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
670	Laki-Laki	47 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
671	Laki-Laki	44 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
672	Laki-Laki	59 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
673	Laki-Laki	51 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
674	Laki-Laki	38 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
675	Laki-Laki	49 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
676	Laki-Laki	60 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
677	Laki-Laki	32 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
678	Laki-Laki	28 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
679	Laki-Laki	40 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
680	Laki-Laki	35 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
681	Laki-Laki	36 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
682	Laki-Laki	46 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah

683	Laki-Laki	56 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
684	Laki-Laki	39 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
685	Laki-Laki	19 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
686	Laki-Laki	18 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
687	Laki-Laki	23 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
688	Laki-Laki	55 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
689	Laki-Laki	56 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
690	Laki-Laki	60 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
691	Laki-Laki	51 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
692	Laki-Laki	56 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
693	Laki-Laki	38 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
694	Laki-Laki	39 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
695	Laki-Laki	20 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
696	Laki-Laki	34 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
697	Laki-Laki	18 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
698	Laki-Laki	47 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
699	Laki-Laki	56 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
700	Laki-Laki	60 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
701	Laki-Laki	21 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
702	Laki-Laki	28 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
703	Laki-Laki	37 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
704	Laki-Laki	43 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
705	Laki-Laki	35 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
706	Laki-Laki	40 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
707	Laki-Laki	60 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
708	Laki-Laki	42 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
709	Laki-Laki	47 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
710	Laki-Laki	44 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
711	Laki-Laki	60 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
712	Laki-Laki	51 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
713	Laki-Laki	60 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
714	Laki-Laki	42 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
715	Laki-Laki	47 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
716	Laki-Laki	44 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
717	Laki-Laki	60 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
718	Laki-Laki	60 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
719	Laki-Laki	60 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
720	Laki-Laki	46 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
721	Laki-Laki	51 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
722	Laki-Laki	46 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
723	Laki-Laki	60 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
724	Laki-Laki	21 Tahun	Konghucu	Bukan Nasabah
725	Laki-Laki	23 Tahun	Konghucu	Bukan Nasabah
726	Laki-Laki	36 Tahun	Konghucu	Bukan Nasabah
727	Laki-Laki	40 Tahun	Konghucu	Bukan Nasabah
728	Laki-Laki	54 Tahun	Konghucu	Bukan Nasabah
729	Laki-Laki	60 Tahun	Konghucu	Bukan Nasabah
730	Laki-Laki	38 Tahun	Konghucu	Bukan Nasabah
731	Laki-Laki	41 Tahun	Konghucu	Bukan Nasabah
732	Laki-Laki	17 Tahun	Konghucu	Bukan Nasabah
733	Laki-Laki	19 Tahun	Konghucu	Bukan Nasabah
734	Laki-Laki	37 Tahun	Konghucu	Bukan Nasabah
735	Laki-Laki	17 Tahun	Konghucu	Bukan Nasabah

736	Laki-Laki	35 Tahun	Konghucu	Bukan Nasabah
737	Laki-Laki	40 Tahun	Konghucu	Bukan Nasabah
738	Laki-Laki	51 Tahun	Konghucu	Bukan Nasabah
739	Laki-Laki	38 Tahun	Konghucu	Bukan Nasabah
740	Laki-Laki	23 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
741	Laki-Laki	24 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
742	Laki-Laki	23 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
743	Laki-Laki	33 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
744	Laki-Laki	32 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
745	Laki-Laki	28 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
746	Laki-Laki	23 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
747	Laki-Laki	24 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
748	Laki-Laki	21 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
749	Laki-Laki	17 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
750	Laki-Laki	18 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
751	Laki-Laki	45 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
752	Laki-Laki	36 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
753	Laki-Laki	24 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
754	Laki-Laki	25 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
755	Laki-Laki	34 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
756	Laki-Laki	34 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
757	Laki-Laki	21 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
758	Laki-Laki	27 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
759	Laki-Laki	34 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
760	Laki-Laki	34 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
761	Laki-Laki	34 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
762	Laki-Laki	35 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
763	Laki-Laki	35 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
764	Laki-Laki	35 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
765	Laki-Laki	33 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
766	Laki-Laki	33 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
767	Laki-Laki	35 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
768	Laki-Laki	35 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
769	Laki-Laki	31 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
770	Laki-Laki	35 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
771	Laki-Laki	31 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
772	Laki-Laki	33 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
773	Laki-Laki	34 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
774	Laki-Laki	31 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
775	Laki-Laki	34 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
776	Laki-Laki	34 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
777	Laki-Laki	34 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
778	Laki-Laki	31 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
779	Laki-Laki	34 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
780	Laki-Laki	33 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
781	Laki-Laki	33 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
782	Laki-Laki	35 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
783	Laki-Laki	35 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
784	Laki-Laki	34 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
785	Laki-Laki	46 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
786	Laki-Laki	56 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
787	Laki-Laki	21 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
788	Laki-Laki	60 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah

789	Laki-Laki	21 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
790	Laki-Laki	34 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
791	Laki-Laki	19 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
792	Laki-Laki	35 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
793	Laki-Laki	40 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
794	Laki-Laki	38 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
795	Laki-Laki	42 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
796	Laki-Laki	47 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
797	Laki-Laki	54 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
798	Laki-Laki	59 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
799	Laki-Laki	46 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
800	Laki-Laki	56 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
801	Laki-Laki	21 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
802	Laki-Laki	19 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
803	Laki-Laki	51 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
804	Laki-Laki	49 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
805	Laki-Laki	60 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
806	Laki-Laki	21 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
807	Laki-Laki	37 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
808	Laki-Laki	40 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
809	Laki-Laki	35 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
810	Laki-Laki	36 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
811	Laki-Laki	19 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
812	Laki-Laki	31 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
813	Laki-Laki	34 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
814	Laki-Laki	34 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
815	Laki-Laki	31 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
816	Laki-Laki	35 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
817	Laki-Laki	34 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
818	Laki-Laki	18 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
819	Laki-Laki	56 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
820	Laki-Laki	56 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
821	Laki-Laki	51 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
822	Laki-Laki	46 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
823	Laki-Laki	37 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
824	Laki-Laki	34 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
825	Laki-Laki	19 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
826	Laki-Laki	18 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
827	Laki-Laki	17 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
828	Laki-Laki	47 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
829	Laki-Laki	35 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
830	Laki-Laki	36 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
831	Laki-Laki	40 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
832	Laki-Laki	60 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
833	Laki-Laki	42 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
834	Laki-Laki	44 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
835	Laki-Laki	17 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
836	Laki-Laki	55 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
837	Laki-Laki	56 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
838	Laki-Laki	51 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
839	Laki-Laki	49 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
840	Laki-Laki	46 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
841	Laki-Laki	21 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah

842	Laki-Laki	28 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
843	Laki-Laki	54 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
844	Laki-Laki	46 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
845	Laki-Laki	21 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
846	Laki-Laki	38 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
847	Laki-Laki	32 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
848	Laki-Laki	60 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
849	Laki-Laki	41 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
850	Laki-Laki	42 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
851	Laki-Laki	47 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
852	Laki-Laki	34 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
853	Laki-Laki	23 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
854	Laki-Laki	19 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
855	Laki-Laki	56 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
856	Laki-Laki	44 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
857	Laki-Laki	47 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
858	Laki-Laki	35 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
859	Laki-Laki	54 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
860	Laki-Laki	60 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
861	Laki-Laki	51 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
862	Laki-Laki	38 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
863	Laki-Laki	41 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
864	Laki-Laki	44 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
865	Laki-Laki	54 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
866	Laki-Laki	39 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
867	Laki-Laki	17 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
868	Laki-Laki	43 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
869	Laki-Laki	35 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
870	Laki-Laki	37 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
871	Laki-Laki	38 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
872	Laki-Laki	35 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
873	Laki-Laki	37 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
874	Laki-Laki	60 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
875	Laki-Laki	42 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
876	Laki-Laki	44 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
877	Laki-Laki	60 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
878	Laki-Laki	46 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
879	Laki-Laki	38 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
880	Laki-Laki	56 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
881	Laki-Laki	46 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
882	Laki-Laki	17 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
883	Laki-Laki	19 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
884	Laki-Laki	51 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
885	Laki-Laki	60 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
886	Laki-Laki	59 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
887	Laki-Laki	47 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
888	Laki-Laki	36 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
889	Laki-Laki	46 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
890	Laki-Laki	38 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
891	Laki-Laki	39 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
892	Laki-Laki	21 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
893	Laki-Laki	35 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
894	Laki-Laki	51 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah

895	Laki-Laki	38 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
896	Laki-Laki	46 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
897	Laki-Laki	60 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
898	Laki-Laki	60 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
899	Laki-Laki	46 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
900	Laki-Laki	19 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
901	Laki-Laki	59 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
902	Laki-Laki	19 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
903	Laki-Laki	36 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
904	Laki-Laki	36 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
905	Laki-Laki	40 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
906	Laki-Laki	44 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
907	Laki-Laki	47 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
908	Laki-Laki	56 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
909	Laki-Laki	38 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
910	Laki-Laki	59 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
911	Laki-Laki	60 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
912	Laki-Laki	51 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
913	Laki-Laki	38 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
914	Laki-Laki	20 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
915	Laki-Laki	19 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
916	Laki-Laki	34 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
917	Laki-Laki	19 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
918	Laki-Laki	35 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
919	Laki-Laki	35 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
920	Laki-Laki	33 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
921	Laki-Laki	33 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
922	Laki-Laki	35 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
923	Laki-Laki	32 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
924	Laki-Laki	35 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
925	Laki-Laki	35 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
926	Laki-Laki	33 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
927	Laki-Laki	35 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
928	Laki-Laki	33 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
929	Laki-Laki	35 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
930	Laki-Laki	21 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
931	Laki-Laki	21 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
932	Laki-Laki	21 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
933	Laki-Laki	21 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
934	Laki-Laki	35 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
935	Laki-Laki	38 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
936	Laki-Laki	42 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
937	Laki-Laki	54 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
938	Laki-Laki	60 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
939	Laki-Laki	38 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
940	Laki-Laki	17 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
941	Laki-Laki	19 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
942	Laki-Laki	40 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
943	Laki-Laki	60 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
944	Laki-Laki	46 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
945	Laki-Laki	19 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
946	Laki-Laki	59 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
947	Laki-Laki	19 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah

948	Laki-Laki	54 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
949	Laki-Laki	60 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
950	Laki-Laki	51 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
951	Laki-Laki	56 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
952	Laki-Laki	38 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
953	Laki-Laki	17 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
954	Laki-Laki	18 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
955	Laki-Laki	17 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
956	Laki-Laki	35 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
957	Laki-Laki	36 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
958	Laki-Laki	40 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
959	Laki-Laki	44 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
960	Laki-Laki	47 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
961	Laki-Laki	56 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
962	Laki-Laki	38 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
963	Laki-Laki	59 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
964	Laki-Laki	60 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
965	Laki-Laki	51 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
966	Laki-Laki	38 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
967	Laki-Laki	20 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
968	Laki-Laki	19 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
969	Laki-Laki	34 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
970	Laki-Laki	19 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
971	Laki-Laki	35 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
972	Laki-Laki	35 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
973	Laki-Laki	19 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
974	Laki-Laki	56 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
975	Laki-Laki	46 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
976	Laki-Laki	28 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
977	Laki-Laki	38 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
978	Laki-Laki	18 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
979	Laki-Laki	19 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
980	Laki-Laki	47 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
981	Laki-Laki	55 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
982	Laki-Laki	19 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
983	Laki-Laki	51 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
984	Laki-Laki	60 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
985	Laki-Laki	32 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
986	Laki-Laki	28 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
987	Laki-Laki	59 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
988	Laki-Laki	60 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
989	Laki-Laki	56 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
990	Laki-Laki	38 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
991	Laki-Laki	19 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
992	Laki-Laki	35 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
993	Laki-Laki	40 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
994	Laki-Laki	60 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
995	Laki-Laki	44 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
996	Laki-Laki	35 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
997	Laki-Laki	56 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
998	Laki-Laki	41 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
999	Laki-Laki	19 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
1000	Laki-Laki	35 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah

1001	Laki-Laki	35 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
1002	Laki-Laki	59 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
1003	Laki-Laki	60 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
1004	Laki-Laki	37 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
1005	Perempuan	34 Tahun	Budha	Bukan Nasabah
1006	Perempuan	24 Tahun	Budha	Bukan Nasabah
1007	Perempuan	19 Tahun	Budha	Bukan Nasabah
1008	Perempuan	18 Tahun	Budha	Bukan Nasabah
1009	Perempuan	34 Tahun	Budha	Bukan Nasabah
1010	Perempuan	44 Tahun	Budha	Bukan Nasabah
1011	Perempuan	60 Tahun	Budha	Bukan Nasabah
1012	Perempuan	46 Tahun	Budha	Bukan Nasabah
1013	Perempuan	56 Tahun	Budha	Bukan Nasabah
1014	Perempuan	38 Tahun	Budha	Bukan Nasabah
1015	Perempuan	39 Tahun	Budha	Bukan Nasabah
1016	Perempuan	35 Tahun	Budha	Bukan Nasabah
1017	Perempuan	35 Tahun	Budha	Bukan Nasabah
1018	Perempuan	36 Tahun	Budha	Bukan Nasabah
1019	Perempuan	37 Tahun	Budha	Bukan Nasabah
1020	Perempuan	40 Tahun	Budha	Bukan Nasabah
1021	Perempuan	38 Tahun	Budha	Bukan Nasabah
1022	Perempuan	42 Tahun	Budha	Bukan Nasabah
1023	Perempuan	54 Tahun	Budha	Bukan Nasabah
1024	Perempuan	43 Tahun	Budha	Bukan Nasabah
1025	Perempuan	35 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1026	Perempuan	35 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1027	Perempuan	17 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1028	Perempuan	19 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1029	Perempuan	47 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1030	Perempuan	33 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1031	Perempuan	56 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1032	Perempuan	21 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1033	Perempuan	38 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1034	Perempuan	39 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1035	Perempuan	17 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1036	Perempuan	20 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1037	Perempuan	20 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1038	Perempuan	19 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1039	Perempuan	18 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1040	Perempuan	19 Tahun	Budha	Bukan Nasabah
1041	Perempuan	35 Tahun	Budha	Bukan Nasabah
1042	Perempuan	37 Tahun	Budha	Bukan Nasabah
1043	Perempuan	56 Tahun	Budha	Bukan Nasabah
1044	Perempuan	21 Tahun	Budha	Bukan Nasabah
1045	Perempuan	38 Tahun	Budha	Bukan Nasabah
1046	Perempuan	39 Tahun	Budha	Bukan Nasabah
1047	Perempuan	23 Tahun	Budha	Bukan Nasabah
1048	Perempuan	20 Tahun	Budha	Bukan Nasabah
1049	Perempuan	19 Tahun	Budha	Bukan Nasabah
1050	Perempuan	49 Tahun	Budha	Bukan Nasabah
1051	Perempuan	32 Tahun	Budha	Bukan Nasabah
1052	Perempuan	27 Tahun	Budha	Bukan Nasabah
1053	Perempuan	49 Tahun	Budha	Bukan Nasabah

1054	Perempuan	46 Tahun	Budha	Bukan Nasabah
1055	Perempuan	60 Tahun	Budha	Bukan Nasabah
1056	Perempuan	45 Tahun	Hindu	Bukan Nasabah
1057	Perempuan	19 Tahun	Hindu	Bukan Nasabah
1058	Perempuan	34 Tahun	Hindu	Bukan Nasabah
1059	Perempuan	20 Tahun	Hindu	Bukan Nasabah
1060	Perempuan	19 Tahun	Hindu	Bukan Nasabah
1061	Perempuan	23 Tahun	Hindu	Bukan Nasabah
1062	Perempuan	35 Tahun	Hindu	Bukan Nasabah
1063	Perempuan	51 Tahun	Hindu	Bukan Nasabah
1064	Perempuan	56 Tahun	Hindu	Bukan Nasabah
1065	Perempuan	21 Tahun	Hindu	Bukan Nasabah
1066	Perempuan	38 Tahun	Hindu	Bukan Nasabah
1067	Perempuan	39 Tahun	Hindu	Bukan Nasabah
1068	Perempuan	23 Tahun	Hindu	Bukan Nasabah
1069	Perempuan	19 Tahun	Hindu	Bukan Nasabah
1070	Perempuan	18 Tahun	Hindu	Bukan Nasabah
1071	Perempuan	47 Tahun	Hindu	Bukan Nasabah
1072	Perempuan	35 Tahun	Hindu	Bukan Nasabah
1073	Perempuan	36 Tahun	Hindu	Bukan Nasabah
1074	Perempuan	40 Tahun	Hindu	Bukan Nasabah
1075	Perempuan	44 Tahun	Hindu	Bukan Nasabah
1076	Perempuan	60 Tahun	Hindu	Bukan Nasabah
1077	Perempuan	56 Tahun	Hindu	Bukan Nasabah
1078	Perempuan	35 Tahun	Hindu	Bukan Nasabah
1079	Perempuan	40 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1080	Perempuan	60 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1081	Perempuan	41 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1082	Perempuan	47 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1083	Perempuan	46 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1084	Perempuan	60 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1085	Perempuan	21 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1086	Perempuan	28 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1087	Perempuan	37 Tahun	Hindu	Bukan Nasabah
1088	Perempuan	40 Tahun	Hindu	Bukan Nasabah
1089	Perempuan	43 Tahun	Hindu	Bukan Nasabah
1090	Perempuan	35 Tahun	Hindu	Bukan Nasabah
1091	Perempuan	35 Tahun	Hindu	Bukan Nasabah
1092	Perempuan	36 Tahun	Hindu	Bukan Nasabah
1093	Perempuan	36 Tahun	Hindu	Bukan Nasabah
1094	Perempuan	37 Tahun	Hindu	Bukan Nasabah
1095	Perempuan	60 Tahun	Hindu	Bukan Nasabah
1096	Perempuan	49 Tahun	Hindu	Bukan Nasabah
1097	Perempuan	32 Tahun	Hindu	Bukan Nasabah
1098	Perempuan	27 Tahun	Hindu	Bukan Nasabah
1099	Perempuan	22 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1100	Perempuan	29 Tahun	Islam	Nasabah
1101	Perempuan	20 Tahun	Islam	Nasabah
1102	Perempuan	21 Tahun	Islam	Nasabah
1103	Perempuan	22 Tahun	Islam	Nasabah
1104	Perempuan	28 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1105	Perempuan	30 Tahun	Islam	Nasabah
1106	Perempuan	34 Tahun	Islam	Nasabah

1107	Perempuan	29 Tahun	Islam	Nasabah
1108	Perempuan	24 Tahun	Islam	Nasabah
1109	Perempuan	27 Tahun	Islam	Nasabah
1110	Perempuan	33 Tahun	Islam	Nasabah
1111	Perempuan	26 Tahun	Islam	Nasabah
1112	Perempuan	24 Tahun	Islam	Nasabah
1113	Perempuan	28 Tahun	Islam	Nasabah
1114	Perempuan	34 Tahun	Islam	Nasabah
1115	Perempuan	29 Tahun	Islam	Nasabah
1116	Perempuan	48 Tahun	Islam	Nasabah
1117	Perempuan	35 Tahun	Islam	Nasabah
1118	Perempuan	28 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1119	Perempuan	24 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1120	Perempuan	30 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1121	Perempuan	31 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1122	Perempuan	34 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1123	Perempuan	24 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1124	Perempuan	27 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1125	Perempuan	25 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1126	Perempuan	22 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1127	Perempuan	33 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1128	Perempuan	23 Tahun	Islam	Nasabah
1129	Perempuan	22 Tahun	Islam	Nasabah
1130	Perempuan	43 Tahun	Islam	Nasabah
1131	Perempuan	34 Tahun	Islam	Nasabah
1132	Perempuan	29 Tahun	Islam	Nasabah
1133	Perempuan	17 Tahun	Islam	Nasabah
1134	Perempuan	24 Tahun	Islam	Nasabah
1135	Perempuan	34 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1136	Perempuan	31 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1137	Perempuan	24 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1138	Perempuan	24 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1139	Perempuan	33 Tahun	Islam	Nasabah
1140	Perempuan	40 Tahun	Islam	Nasabah
1141	Perempuan	35 Tahun	Islam	Nasabah
1142	Perempuan	35 Tahun	Islam	Nasabah
1143	Perempuan	33 Tahun	Islam	Nasabah
1144	Perempuan	35 Tahun	Islam	Nasabah
1145	Perempuan	32 Tahun	Islam	Nasabah
1146	Perempuan	33 Tahun	Islam	Nasabah
1147	Perempuan	35 Tahun	Islam	Nasabah
1148	Perempuan	33 Tahun	Islam	Nasabah
1149	Perempuan	35 Tahun	Islam	Nasabah
1150	Perempuan	21 Tahun	Islam	Nasabah
1151	Perempuan	31 Tahun	Islam	Nasabah
1152	Perempuan	34 Tahun	Islam	Nasabah
1153	Perempuan	33 Tahun	Islam	Nasabah
1154	Perempuan	34 Tahun	Islam	Nasabah
1155	Perempuan	31 Tahun	Islam	Nasabah
1156	Perempuan	34 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1157	Perempuan	35 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1158	Perempuan	33 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1159	Perempuan	38 Tahun	Islam	Nasabah

1160	Perempuan	39 Tahun	Islam	Nasabah
1161	Perempuan	34 Tahun	Islam	Nasabah
1162	Perempuan	35 Tahun	Islam	Nasabah
1163	Perempuan	35 Tahun	Islam	Nasabah
1164	Perempuan	36 Tahun	Islam	Nasabah
1165	Perempuan	37 Tahun	Islam	Nasabah
1166	Perempuan	41 Tahun	Islam	Nasabah
1167	Perempuan	44 Tahun	Islam	Nasabah
1168	Perempuan	59 Tahun	Islam	Nasabah
1169	Perempuan	46 Tahun	Islam	Nasabah
1170	Perempuan	51 Tahun	Islam	Nasabah
1171	Perempuan	38 Tahun	Islam	Nasabah
1172	Perempuan	39 Tahun	Islam	Nasabah
1173	Perempuan	34 Tahun	Islam	Nasabah
1174	Perempuan	18 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1175	Perempuan	19 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1176	Perempuan	55 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1177	Perempuan	56 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1178	Perempuan	19 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1179	Perempuan	40 Tahun	Islam	Nasabah
1180	Perempuan	35 Tahun	Islam	Nasabah
1181	Perempuan	35 Tahun	Islam	Nasabah
1182	Perempuan	37 Tahun	Islam	Nasabah
1183	Perempuan	40 Tahun	Islam	Nasabah
1184	Perempuan	42 Tahun	Islam	Nasabah
1185	Perempuan	47 Tahun	Islam	Nasabah
1186	Perempuan	54 Tahun	Islam	Nasabah
1187	Perempuan	38 Tahun	Islam	Nasabah
1188	Perempuan	39 Tahun	Islam	Nasabah
1189	Perempuan	20 Tahun	Islam	Nasabah
1190	Perempuan	38 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1191	Perempuan	39 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1192	Perempuan	20 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1193	Perempuan	34 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1194	Perempuan	18 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1195	Perempuan	17 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1196	Perempuan	19 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1197	Perempuan	47 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1198	Perempuan	40 Tahun	Islam	Nasabah
1199	Perempuan	60 Tahun	Islam	Nasabah
1200	Perempuan	41 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1201	Perempuan	47 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1202	Perempuan	46 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1203	Perempuan	51 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1204	Perempuan	39 Tahun	Islam	Nasabah
1205	Perempuan	60 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1206	Perempuan	38 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1207	Perempuan	41 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1208	Perempuan	42 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1209	Perempuan	34 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1210	Perempuan	47 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1211	Perempuan	60 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1212	Perempuan	27 Tahun	Islam	Bukan Nasabah

1213	Perempuan	28 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1214	Perempuan	22 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1215	Perempuan	35 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1216	Perempuan	35 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1217	Perempuan	36 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1218	Perempuan	37 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1219	Perempuan	40 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1220	Perempuan	38 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1221	Perempuan	20 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1222	Perempuan	19 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1223	Perempuan	18 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1224	Perempuan	19 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1225	Perempuan	47 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1226	Perempuan	55 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1227	Perempuan	56 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1228	Perempuan	19 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1229	Perempuan	56 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1230	Perempuan	40 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1231	Perempuan	41 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1232	Perempuan	47 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1233	Perempuan	59 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1234	Perempuan	60 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1235	Perempuan	46 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1236	Perempuan	51 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1237	Perempuan	21 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1238	Perempuan	39 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1239	Perempuan	19 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1240	Perempuan	36 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1241	Perempuan	37 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1242	Perempuan	60 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1243	Perempuan	41 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1244	Perempuan	35 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1245	Perempuan	44 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1246	Perempuan	54 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1247	Perempuan	60 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1248	Perempuan	51 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1249	Perempuan	49 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1250	Perempuan	46 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1251	Perempuan	32 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1252	Perempuan	27 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1253	Perempuan	40 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1254	Perempuan	35 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1255	Perempuan	37 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1256	Perempuan	38 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1257	Perempuan	41 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1258	Perempuan	47 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1259	Perempuan	54 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1260	Perempuan	59 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1261	Perempuan	60 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1262	Perempuan	46 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1263	Perempuan	51 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1264	Perempuan	21 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1265	Perempuan	39 Tahun	Islam	Bukan Nasabah

1266	Perempuan	19 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1267	Perempuan	18 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1268	Perempuan	19 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1269	Perempuan	47 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1270	Perempuan	36 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1271	Perempuan	37 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1272	Perempuan	41 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1273	Perempuan	42 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1274	Perempuan	44 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1275	Perempuan	59 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1276	Perempuan	60 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1277	Perempuan	46 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1278	Perempuan	51 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1279	Perempuan	56 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1280	Perempuan	21 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1281	Perempuan	38 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1282	Perempuan	23 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1283	Perempuan	19 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1284	Perempuan	23 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1285	Perempuan	47 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1286	Perempuan	55 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1287	Perempuan	19 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1288	Perempuan	56 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1289	Perempuan	60 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1290	Perempuan	32 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1291	Perempuan	27 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1292	Perempuan	37 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1293	Perempuan	40 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1294	Perempuan	43 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1295	Perempuan	35 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1296	Perempuan	35 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1297	Perempuan	36 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1298	Perempuan	37 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1299	Perempuan	60 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1300	Perempuan	42 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1301	Perempuan	47 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1302	Perempuan	59 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1303	Perempuan	46 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1304	Perempuan	21 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1305	Perempuan	38 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1306	Perempuan	23 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1307	Perempuan	19 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1308	Perempuan	34 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1309	Perempuan	18 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1310	Perempuan	23 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1311	Perempuan	19 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1312	Perempuan	35 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1313	Perempuan	36 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1314	Perempuan	60 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1315	Perempuan	41 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1316	Perempuan	47 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1317	Perempuan	44 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1318	Perempuan	59 Tahun	Islam	Bukan Nasabah

1319	Perempuan	40 Tahun	Islam	Nasabah
1320	Perempuan	43 Tahun	Islam	Nasabah
1321	Perempuan	35 Tahun	Islam	Nasabah
1322	Perempuan	37 Tahun	Islam	Nasabah
1323	Perempuan	40 Tahun	Islam	Nasabah
1324	Perempuan	60 Tahun	Islam	Nasabah
1325	Perempuan	38 Tahun	Islam	Nasabah
1326	Perempuan	41 Tahun	Islam	Nasabah
1327	Perempuan	47 Tahun	Islam	Nasabah
1328	Perempuan	54 Tahun	Islam	Nasabah
1329	Perempuan	46 Tahun	Islam	Nasabah
1330	Perempuan	47 Tahun	Islam	Nasabah
1331	Perempuan	25 Tahun	Islam	Nasabah
1332	Perempuan	35 Tahun	Islam	Nasabah
1333	Perempuan	37 Tahun	Islam	Nasabah
1334	Perempuan	40 Tahun	Islam	Nasabah
1335	Perempuan	60 Tahun	Islam	Nasabah
1336	Perempuan	38 Tahun	Islam	Nasabah
1337	Perempuan	41 Tahun	Islam	Nasabah
1338	Perempuan	42 Tahun	Islam	Nasabah
1339	Perempuan	47 Tahun	Islam	Nasabah
1340	Perempuan	54 Tahun	Islam	Nasabah
1341	Perempuan	60 Tahun	Islam	Nasabah
1342	Perempuan	56 Tahun	Islam	Nasabah
1343	Perempuan	38 Tahun	Islam	Nasabah
1344	Perempuan	39 Tahun	Islam	Nasabah
1345	Perempuan	19 Tahun	Islam	Nasabah
1346	Perempuan	47 Tahun	Islam	Nasabah
1347	Perempuan	35 Tahun	Islam	Nasabah
1348	Perempuan	37 Tahun	Islam	Nasabah
1349	Perempuan	40 Tahun	Islam	Nasabah
1350	Perempuan	60 Tahun	Islam	Nasabah
1351	Perempuan	38 Tahun	Islam	Nasabah
1352	Perempuan	41 Tahun	Islam	Nasabah
1353	Perempuan	42 Tahun	Islam	Nasabah
1354	Perempuan	47 Tahun	Islam	Nasabah
1355	Perempuan	54 Tahun	Islam	Nasabah
1356	Perempuan	46 Tahun	Islam	Nasabah
1357	Perempuan	51 Tahun	Islam	Nasabah
1358	Perempuan	21 Tahun	Islam	Nasabah
1359	Perempuan	39 Tahun	Islam	Nasabah
1360	Perempuan	23 Tahun	Islam	Nasabah
1361	Perempuan	20 Tahun	Islam	Nasabah
1362	Perempuan	34 Tahun	Islam	Nasabah
1363	Perempuan	60 Tahun	Islam	Nasabah
1364	Perempuan	42 Tahun	Islam	Nasabah
1365	Perempuan	47 Tahun	Islam	Nasabah
1366	Perempuan	54 Tahun	Islam	Nasabah
1367	Perempuan	60 Tahun	Islam	Nasabah
1368	Perempuan	46 Tahun	Islam	Nasabah
1369	Perempuan	51 Tahun	Islam	Nasabah
1370	Perempuan	56 Tahun	Islam	Nasabah
1371	Perempuan	21 Tahun	Islam	Nasabah

1372	Perempuan	39 Tahun	Islam	Nasabah
1373	Perempuan	20 Tahun	Islam	Nasabah
1374	Perempuan	18 Tahun	Islam	Nasabah
1375	Perempuan	19 Tahun	Islam	Nasabah
1376	Perempuan	35 Tahun	Islam	Nasabah
1377	Perempuan	35 Tahun	Islam	Nasabah
1378	Perempuan	40 Tahun	Islam	Nasabah
1379	Perempuan	60 Tahun	Islam	Nasabah
1380	Perempuan	47 Tahun	Islam	Nasabah
1381	Perempuan	44 Tahun	Islam	Nasabah
1382	Perempuan	59 Tahun	Islam	Nasabah
1383	Perempuan	46 Tahun	Islam	Nasabah
1384	Perempuan	60 Tahun	Islam	Nasabah
1385	Perempuan	47 Tahun	Islam	Nasabah
1386	Perempuan	44 Tahun	Islam	Nasabah
1387	Perempuan	59 Tahun	Islam	Nasabah
1388	Perempuan	46 Tahun	Islam	Nasabah
1389	Perempuan	51 Tahun	Islam	Nasabah
1390	Perempuan	56 Tahun	Islam	Nasabah
1391	Perempuan	21 Tahun	Islam	Nasabah
1392	Perempuan	38 Tahun	Islam	Nasabah
1393	Perempuan	39 Tahun	Islam	Nasabah
1394	Perempuan	23 Tahun	Islam	Nasabah
1395	Perempuan	19 Tahun	Islam	Nasabah
1396	Perempuan	23 Tahun	Islam	Nasabah
1397	Perempuan	19 Tahun	Islam	Nasabah
1398	Perempuan	35 Tahun	Islam	Nasabah
1399	Perempuan	35 Tahun	Islam	Nasabah
1400	Perempuan	36 Tahun	Islam	Nasabah
1401	Perempuan	40 Tahun	Islam	Nasabah
1402	Perempuan	60 Tahun	Islam	Nasabah
1403	Perempuan	38 Tahun	Islam	Nasabah
1404	Perempuan	42 Tahun	Islam	Nasabah
1405	Perempuan	44 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1406	Perempuan	54 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1407	Perempuan	59 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1408	Perempuan	60 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1409	Perempuan	51 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1410	Perempuan	38 Tahun	Islam	Nasabah
1411	Perempuan	20 Tahun	Islam	Nasabah
1412	Perempuan	34 Tahun	Islam	Nasabah
1413	Perempuan	23 Tahun	Islam	Nasabah
1414	Perempuan	19 Tahun	Islam	Nasabah
1415	Perempuan	56 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1416	Perempuan	19 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1417	Perempuan	40 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1418	Perempuan	38 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1419	Perempuan	47 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1420	Perempuan	54 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1421	Perempuan	59 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1422	Perempuan	46 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1423	Perempuan	51 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1424	Perempuan	41 Tahun	Islam	Nasabah

1425	Perempuan	42 Tahun	Islam	Nasabah
1426	Perempuan	47 Tahun	Islam	Nasabah
1427	Perempuan	44 Tahun	Islam	Nasabah
1428	Perempuan	54 Tahun	Islam	Nasabah
1429	Perempuan	59 Tahun	Islam	Nasabah
1430	Perempuan	60 Tahun	Islam	Nasabah
1431	Perempuan	51 Tahun	Islam	Nasabah
1432	Perempuan	39 Tahun	Islam	Nasabah
1433	Perempuan	23 Tahun	Islam	Nasabah
1434	Perempuan	19 Tahun	Islam	Nasabah
1435	Perempuan	18 Tahun	Islam	Nasabah
1436	Perempuan	23 Tahun	Islam	Nasabah
1437	Perempuan	19 Tahun	Islam	Nasabah
1438	Perempuan	55 Tahun	Islam	Nasabah
1439	Perempuan	19 Tahun	Islam	Nasabah
1440	Perempuan	40 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1441	Perempuan	43 Tahun	Islam	Nasabah
1442	Perempuan	35 Tahun	Islam	Nasabah
1443	Perempuan	34 Tahun	Islam	Nasabah
1444	Perempuan	21 Tahun	Islam	Nasabah
1445	Perempuan	27 Tahun	Islam	Nasabah
1446	Perempuan	29 Tahun	Islam	Nasabah
1447	Perempuan	24 Tahun	Islam	Nasabah
1448	Perempuan	27 Tahun	Islam	Nasabah
1449	Perempuan	34 Tahun	Islam	Nasabah
1450	Perempuan	24 Tahun	Islam	Nasabah
1451	Perempuan	28 Tahun	Islam	Nasabah
1452	Perempuan	27 Tahun	Islam	Nasabah
1453	Perempuan	24 Tahun	Islam	Nasabah
1454	Perempuan	28 Tahun	Islam	Nasabah
1455	Perempuan	20 Tahun	Islam	Nasabah
1456	Perempuan	48 Tahun	Islam	Nasabah
1457	Perempuan	24 Tahun	Islam	Nasabah
1458	Perempuan	35 Tahun	Islam	Nasabah
1459	Perempuan	23 Tahun	Islam	Nasabah
1460	Perempuan	33 Tahun	Islam	Nasabah
1461	Perempuan	27 Tahun	Islam	Nasabah
1462	Perempuan	28 Tahun	Islam	Nasabah
1463	Perempuan	24 Tahun	Islam	Nasabah
1464	Perempuan	32 Tahun	Islam	Nasabah
1465	Perempuan	30 Tahun	Islam	Nasabah
1466	Perempuan	31 Tahun	Islam	Nasabah
1467	Perempuan	24 Tahun	Islam	Nasabah
1468	Perempuan	22 Tahun	Islam	Nasabah
1469	Perempuan	29 Tahun	Islam	Nasabah
1470	Perempuan	30 Tahun	Islam	Nasabah
1471	Perempuan	48 Tahun	Islam	Nasabah
1472	Perempuan	28 Tahun	Islam	Nasabah
1473	Perempuan	34 Tahun	Islam	Nasabah
1474	Perempuan	26 Tahun	Islam	Nasabah
1475	Perempuan	26 Tahun	Islam	Nasabah
1476	Perempuan	27 Tahun	Islam	Nasabah
1477	Perempuan	27 Tahun	Islam	Nasabah

1478	Perempuan	59 Tahun	Islam	Nasabah
1479	Perempuan	60 Tahun	Islam	Nasabah
1480	Perempuan	46 Tahun	Islam	Nasabah
1481	Perempuan	51 Tahun	Islam	Nasabah
1482	Perempuan	56 Tahun	Islam	Nasabah
1483	Perempuan	35 Tahun	Islam	Nasabah
1484	Perempuan	40 Tahun	Islam	Nasabah
1485	Perempuan	60 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1486	Perempuan	41 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1487	Perempuan	42 Tahun	Islam	Nasabah
1488	Perempuan	47 Tahun	Islam	Nasabah
1489	Perempuan	44 Tahun	Islam	Nasabah
1490	Perempuan	59 Tahun	Islam	Nasabah
1491	Perempuan	60 Tahun	Islam	Nasabah
1492	Perempuan	46 Tahun	Islam	Nasabah
1493	Perempuan	56 Tahun	Islam	Nasabah
1494	Perempuan	39 Tahun	Islam	Nasabah
1495	Perempuan	19 Tahun	Islam	Nasabah
1496	Perempuan	23 Tahun	Islam	Nasabah
1497	Perempuan	47 Tahun	Islam	Nasabah
1498	Perempuan	19 Tahun	Islam	Nasabah
1499	Perempuan	56 Tahun	Islam	Nasabah
1500	Perempuan	49 Tahun	Islam	Nasabah
1501	Perempuan	60 Tahun	Islam	Nasabah
1502	Perempuan	32 Tahun	Islam	Nasabah
1503	Perempuan	21 Tahun	Islam	Nasabah
1504	Perempuan	27 Tahun	Islam	Nasabah
1505	Perempuan	28 Tahun	Islam	Nasabah
1506	Perempuan	40 Tahun	Islam	Nasabah
1507	Perempuan	35 Tahun	Islam	Nasabah
1508	Perempuan	60 Tahun	Islam	Nasabah
1509	Perempuan	51 Tahun	Islam	Nasabah
1510	Perempuan	35 Tahun	Islam	Nasabah
1511	Perempuan	35 Tahun	Islam	Nasabah
1512	Perempuan	40 Tahun	Islam	Nasabah
1513	Perempuan	60 Tahun	Islam	Nasabah
1514	Perempuan	47 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1515	Perempuan	51 Tahun	Islam	Nasabah
1516	Perempuan	56 Tahun	Islam	Nasabah
1517	Perempuan	38 Tahun	Islam	Nasabah
1518	Perempuan	39 Tahun	Islam	Nasabah
1519	Perempuan	23 Tahun	Islam	Nasabah
1520	Perempuan	20 Tahun	Islam	Nasabah
1521	Perempuan	34 Tahun	Islam	Nasabah
1522	Perempuan	23 Tahun	Islam	Nasabah
1523	Perempuan	55 Tahun	Islam	Nasabah
1524	Perempuan	19 Tahun	Islam	Nasabah
1525	Perempuan	56 Tahun	Islam	Nasabah
1526	Perempuan	49 Tahun	Islam	Nasabah
1527	Perempuan	46 Tahun	Islam	Nasabah
1528	Perempuan	27 Tahun	Islam	Nasabah
1529	Perempuan	28 Tahun	Islam	Nasabah
1530	Perempuan	40 Tahun	Islam	Nasabah

1531	Perempuan	35 Tahun	Islam	Nasabah
1532	Perempuan	35 Tahun	Islam	Nasabah
1533	Perempuan	19 Tahun	Islam	Nasabah
1534	Perempuan	47 Tahun	Islam	Nasabah
1535	Perempuan	35 Tahun	Islam	Nasabah
1536	Perempuan	35 Tahun	Islam	Nasabah
1537	Perempuan	54 Tahun	Islam	Nasabah
1538	Perempuan	28 Tahun	Islam	Nasabah
1539	Perempuan	59 Tahun	Islam	Nasabah
1540	Perempuan	60 Tahun	Islam	Nasabah
1541	Perempuan	51 Tahun	Islam	Nasabah
1542	Perempuan	35 Tahun	Islam	Nasabah
1543	Perempuan	36 Tahun	Islam	Nasabah
1544	Perempuan	60 Tahun	Islam	Nasabah
1545	Perempuan	44 Tahun	Islam	Nasabah
1546	Perempuan	60 Tahun	Islam	Nasabah
1547	Perempuan	46 Tahun	Islam	Nasabah
1548	Perempuan	56 Tahun	Islam	Nasabah
1549	Perempuan	39 Tahun	Islam	Nasabah
1550	Perempuan	23 Tahun	Islam	Nasabah
1551	Perempuan	20 Tahun	Islam	Nasabah
1552	Perempuan	34 Tahun	Islam	Nasabah
1553	Perempuan	23 Tahun	Islam	Nasabah
1554	Perempuan	55 Tahun	Islam	Nasabah
1555	Perempuan	56 Tahun	Islam	Nasabah
1556	Perempuan	49 Tahun	Islam	Nasabah
1557	Perempuan	32 Tahun	Islam	Nasabah
1558	Perempuan	21 Tahun	Islam	Nasabah
1559	Perempuan	28 Tahun	Islam	Nasabah
1560	Perempuan	40 Tahun	Islam	Nasabah
1561	Perempuan	43 Tahun	Islam	Nasabah
1562	Perempuan	35 Tahun	Islam	Nasabah
1563	Perempuan	35 Tahun	Islam	Nasabah
1564	Perempuan	41 Tahun	Islam	Nasabah
1565	Perempuan	56 Tahun	Islam	Nasabah
1566	Perempuan	35 Tahun	Islam	Nasabah
1567	Perempuan	37 Tahun	Islam	Nasabah
1568	Perempuan	40 Tahun	Islam	Nasabah
1569	Perempuan	54 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1570	Perempuan	60 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1571	Perempuan	46 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1572	Perempuan	51 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1573	Perempuan	56 Tahun	Islam	Nasabah
1574	Perempuan	38 Tahun	Islam	Nasabah
1575	Perempuan	39 Tahun	Islam	Nasabah
1576	Perempuan	17 Tahun	Islam	Nasabah
1577	Perempuan	19 Tahun	Islam	Nasabah
1578	Perempuan	18 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1579	Perempuan	47 Tahun	Islam	Nasabah
1580	Perempuan	56 Tahun	Islam	Nasabah
1581	Perempuan	19 Tahun	Islam	Nasabah
1582	Perempuan	51 Tahun	Islam	Nasabah
1583	Perempuan	49 Tahun	Islam	Nasabah

1584	Perempuan	21 Tahun	Islam	Nasabah
1585	Perempuan	27 Tahun	Islam	Nasabah
1586	Perempuan	37 Tahun	Islam	Nasabah
1587	Perempuan	43 Tahun	Islam	Nasabah
1588	Perempuan	20 Tahun	Islam	Nasabah
1589	Perempuan	19 Tahun	Islam	Nasabah
1590	Perempuan	18 Tahun	Islam	Nasabah
1591	Perempuan	55 Tahun	Islam	Nasabah
1592	Perempuan	56 Tahun	Islam	Nasabah
1593	Perempuan	56 Tahun	Islam	Nasabah
1594	Perempuan	49 Tahun	Islam	Nasabah
1595	Perempuan	46 Tahun	Islam	Nasabah
1596	Perempuan	60 Tahun	Islam	Nasabah
1597	Perempuan	32 Tahun	Islam	Nasabah
1598	Perempuan	21 Tahun	Islam	Nasabah
1599	Perempuan	27 Tahun	Islam	Nasabah
1600	Perempuan	42 Tahun	Islam	Nasabah
1601	Perempuan	47 Tahun	Islam	Nasabah
1602	Perempuan	54 Tahun	Islam	Nasabah
1603	Perempuan	60 Tahun	Islam	Nasabah
1604	Perempuan	56 Tahun	Islam	Nasabah
1605	Perempuan	39 Tahun	Islam	Nasabah
1606	Perempuan	20 Tahun	Islam	Nasabah
1607	Perempuan	18 Tahun	Islam	Nasabah
1608	Perempuan	17 Tahun	Islam	Nasabah
1609	Perempuan	47 Tahun	Islam	Nasabah
1610	Perempuan	41 Tahun	Islam	Nasabah
1611	Perempuan	20 Tahun	Islam	Nasabah
1612	Perempuan	19 Tahun	Islam	Nasabah
1613	Perempuan	18 Tahun	Islam	Nasabah
1614	Perempuan	55 Tahun	Islam	Nasabah
1615	Perempuan	56 Tahun	Islam	Nasabah
1616	Perempuan	19 Tahun	Islam	Nasabah
1617	Perempuan	56 Tahun	Islam	Nasabah
1618	Perempuan	51 Tahun	Islam	Nasabah
1619	Perempuan	46 Tahun	Islam	Nasabah
1620	Perempuan	32 Tahun	Islam	Nasabah
1621	Perempuan	28 Tahun	Islam	Nasabah
1622	Perempuan	40 Tahun	Islam	Nasabah
1623	Perempuan	43 Tahun	Islam	Nasabah
1624	Perempuan	35 Tahun	Islam	Nasabah
1625	Perempuan	46 Tahun	Islam	Nasabah
1626	Perempuan	19 Tahun	Islam	Nasabah
1627	Perempuan	47 Tahun	Islam	Nasabah
1628	Perempuan	35 Tahun	Islam	Nasabah
1629	Perempuan	36 Tahun	Islam	Nasabah
1630	Perempuan	60 Tahun	Islam	Nasabah
1631	Perempuan	19 Tahun	Islam	Nasabah
1632	Perempuan	47 Tahun	Islam	Nasabah
1633	Perempuan	60 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1634	Perempuan	51 Tahun	Islam	Nasabah
1635	Perempuan	56 Tahun	Islam	Nasabah
1636	Perempuan	39 Tahun	Islam	Nasabah

1637	Perempuan	20 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1638	Perempuan	18 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1639	Perempuan	19 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1640	Perempuan	36 Tahun	Islam	Nasabah
1641	Perempuan	40 Tahun	Islam	Nasabah
1642	Perempuan	41 Tahun	Islam	Nasabah
1643	Perempuan	47 Tahun	Islam	Nasabah
1644	Perempuan	54 Tahun	Islam	Nasabah
1645	Perempuan	51 Tahun	Islam	Nasabah
1646	Perempuan	46 Tahun	Islam	Nasabah
1647	Perempuan	17 Tahun	Islam	Nasabah
1648	Perempuan	20 Tahun	Islam	Nasabah
1649	Perempuan	40 Tahun	Islam	Nasabah
1650	Perempuan	60 Tahun	Islam	Nasabah
1651	Perempuan	19 Tahun	Islam	Nasabah
1652	Perempuan	35 Tahun	Islam	Nasabah
1653	Perempuan	35 Tahun	Islam	Nasabah
1654	Perempuan	38 Tahun	Islam	Nasabah
1655	Perempuan	39 Tahun	Islam	Nasabah
1656	Perempuan	20 Tahun	Islam	Nasabah
1657	Perempuan	18 Tahun	Islam	Nasabah
1658	Perempuan	17 Tahun	Islam	Nasabah
1659	Perempuan	19 Tahun	Islam	Nasabah
1660	Perempuan	47 Tahun	Islam	Nasabah
1661	Perempuan	35 Tahun	Islam	Nasabah
1662	Perempuan	36 Tahun	Islam	Nasabah
1663	Perempuan	40 Tahun	Islam	Nasabah
1664	Perempuan	41 Tahun	Islam	Nasabah
1665	Perempuan	19 Tahun	Islam	Nasabah
1666	Perempuan	35 Tahun	Islam	Nasabah
1667	Perempuan	59 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1668	Perempuan	60 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1669	Perempuan	60 Tahun	Islam	Nasabah
1670	Perempuan	51 Tahun	Islam	Nasabah
1671	Perempuan	46 Tahun	Islam	Nasabah
1672	Perempuan	38 Tahun	Islam	Nasabah
1673	Perempuan	39 Tahun	Islam	Nasabah
1674	Perempuan	17 Tahun	Islam	Nasabah
1675	Perempuan	20 Tahun	Islam	Nasabah
1676	Perempuan	19 Tahun	Islam	Nasabah
1677	Perempuan	34 Tahun	Islam	Nasabah
1678	Perempuan	17 Tahun	Islam	Nasabah
1679	Perempuan	35 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1680	Perempuan	47 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1681	Perempuan	54 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1682	Perempuan	21 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1683	Perempuan	40 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1684	Perempuan	60 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1685	Perempuan	41 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1686	Perempuan	47 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1687	Perempuan	59 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1688	Perempuan	46 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1689	Perempuan	56 Tahun	Islam	Bukan Nasabah

1690	Perempuan	46 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1691	Perempuan	17 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1692	Perempuan	20 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1693	Perempuan	17 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1694	Perempuan	19 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1695	Perempuan	35 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1696	Perempuan	40 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1697	Perempuan	60 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1698	Perempuan	41 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1699	Perempuan	44 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1700	Perempuan	19 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1701	Perempuan	47 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1702	Perempuan	35 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1703	Perempuan	54 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1704	Perempuan	60 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1705	Perempuan	46 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1706	Perempuan	39 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1707	Perempuan	20 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1708	Perempuan	34 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1709	Perempuan	18 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1710	Perempuan	17 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1711	Perempuan	19 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1712	Perempuan	35 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1713	Perempuan	36 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1714	Perempuan	40 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1715	Perempuan	41 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1716	Perempuan	35 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1717	Perempuan	35 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1718	Perempuan	59 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1719	Perempuan	51 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1720	Perempuan	56 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1721	Perempuan	46 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1722	Perempuan	39 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1723	Perempuan	20 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1724	Perempuan	40 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1725	Perempuan	41 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1726	Perempuan	19 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1727	Perempuan	47 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1728	Perempuan	35 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1729	Perempuan	35 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1730	Perempuan	59 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1731	Perempuan	46 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1732	Perempuan	46 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1733	Perempuan	39 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1734	Perempuan	20 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1735	Perempuan	34 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1736	Perempuan	19 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1737	Perempuan	47 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1738	Perempuan	59 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1739	Perempuan	46 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1740	Perempuan	56 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1741	Perempuan	46 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1742	Perempuan	17 Tahun	Islam	Bukan Nasabah

1743	Perempuan	20 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1744	Perempuan	17 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1745	Perempuan	19 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1746	Perempuan	35 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1747	Perempuan	40 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1748	Perempuan	60 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1749	Perempuan	41 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1750	Perempuan	44 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1751	Perempuan	19 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1752	Perempuan	47 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1753	Perempuan	35 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1754	Perempuan	54 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1755	Perempuan	60 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1756	Perempuan	51 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1757	Perempuan	56 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1758	Perempuan	59 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1759	Perempuan	60 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1760	Perempuan	46 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1761	Perempuan	39 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1762	Perempuan	20 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1763	Perempuan	34 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1764	Perempuan	18 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1765	Perempuan	17 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1766	Perempuan	19 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1767	Perempuan	35 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1768	Perempuan	36 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1769	Perempuan	40 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1770	Perempuan	41 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1771	Perempuan	35 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1772	Perempuan	35 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1773	Perempuan	40 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1774	Perempuan	40 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1775	Perempuan	43 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1776	Perempuan	35 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1777	Perempuan	37 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1778	Perempuan	38 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1779	Perempuan	47 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1780	Perempuan	54 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1781	Perempuan	46 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1782	Perempuan	51 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1783	Perempuan	46 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1784	Perempuan	59 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1785	Perempuan	60 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1786	Perempuan	20 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1787	Perempuan	19 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1788	Perempuan	34 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1789	Perempuan	17 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1790	Perempuan	35 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1791	Perempuan	36 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1792	Perempuan	46 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1793	Perempuan	56 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1794	Perempuan	39 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1795	Perempuan	17 Tahun	Islam	Bukan Nasabah

1796	Perempuan	19 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1797	Perempuan	18 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1798	Perempuan	17 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1799	Perempuan	19 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1800	Perempuan	35 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1801	Perempuan	40 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1802	Perempuan	44 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1803	Perempuan	35 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1804	Perempuan	54 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1805	Perempuan	39 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1806	Perempuan	35 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1807	Perempuan	40 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1808	Perempuan	60 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1809	Perempuan	38 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1810	Perempuan	41 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1811	Perempuan	42 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1812	Perempuan	44 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1813	Perempuan	59 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1814	Perempuan	51 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1815	Perempuan	46 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1816	Perempuan	39 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1817	Perempuan	17 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1818	Perempuan	34 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1819	Perempuan	18 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1820	Perempuan	55 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1821	Perempuan	56 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1822	Perempuan	56 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1823	Perempuan	42 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1824	Perempuan	47 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1825	Perempuan	60 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1826	Perempuan	46 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1827	Perempuan	56 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1828	Perempuan	38 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1829	Perempuan	39 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1830	Perempuan	17 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1831	Perempuan	20 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1832	Perempuan	19 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1833	Perempuan	34 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1834	Perempuan	18 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1835	Perempuan	19 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1836	Perempuan	35 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1837	Perempuan	35 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1838	Perempuan	37 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1839	Perempuan	41 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1840	Perempuan	42 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1841	Perempuan	44 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1842	Perempuan	59 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1843	Perempuan	60 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1844	Perempuan	46 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1845	Perempuan	51 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1846	Perempuan	56 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1847	Perempuan	46 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1848	Perempuan	38 Tahun	Islam	Bukan Nasabah

1849	Perempuan	17 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1850	Perempuan	34 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1851	Perempuan	18 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1852	Perempuan	19 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1853	Perempuan	47 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1854	Perempuan	56 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1855	Perempuan	19 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1856	Perempuan	56 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1857	Perempuan	49 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1858	Perempuan	60 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1859	Perempuan	40 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1860	Perempuan	35 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1861	Perempuan	56 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1862	Perempuan	39 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1863	Perempuan	20 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1864	Perempuan	34 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1865	Perempuan	18 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1866	Perempuan	24 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1867	Perempuan	35 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1868	Perempuan	36 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1869	Perempuan	40 Tahun	Islam	Bukan Nasabah
1870	Perempuan	20 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1871	Perempuan	21 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1872	Perempuan	26 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1873	Perempuan	60 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1874	Perempuan	46 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1875	Perempuan	51 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1876	Perempuan	21 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1877	Perempuan	44 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1878	Perempuan	54 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1879	Perempuan	59 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1880	Perempuan	60 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1881	Perempuan	21 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1882	Perempuan	21 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1883	Perempuan	60 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1884	Perempuan	51 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1885	Perempuan	56 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1886	Perempuan	39 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1887	Perempuan	34 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1888	Perempuan	18 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1889	Perempuan	34 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1890	Perempuan	47 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1891	Perempuan	23 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1892	Perempuan	42 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1893	Perempuan	54 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1894	Perempuan	60 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1895	Perempuan	46 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1896	Perempuan	56 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1897	Perempuan	21 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1898	Perempuan	51 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1899	Perempuan	46 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1900	Perempuan	21 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1901	Perempuan	27 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah

1902	Perempuan	37 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1903	Perempuan	43 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1904	Perempuan	35 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1905	Perempuan	60 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1906	Perempuan	51 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1907	Perempuan	21 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1908	Perempuan	20 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1909	Perempuan	34 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1910	Perempuan	34 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1911	Perempuan	19 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1912	Perempuan	47 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1913	Perempuan	56 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1914	Perempuan	19 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1915	Perempuan	51 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1916	Perempuan	46 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1917	Perempuan	21 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1918	Perempuan	23 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1919	Perempuan	19 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1920	Perempuan	23 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1921	Perempuan	19 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1922	Perempuan	55 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1923	Perempuan	19 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1924	Perempuan	56 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1925	Perempuan	51 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1926	Perempuan	49 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1927	Perempuan	46 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1928	Perempuan	32 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1929	Perempuan	27 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1930	Perempuan	40 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1931	Perempuan	35 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1932	Perempuan	36 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1933	Perempuan	37 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1934	Perempuan	38 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1935	Perempuan	41 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1936	Perempuan	54 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1937	Perempuan	59 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1938	Perempuan	46 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1939	Perempuan	56 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1940	Perempuan	21 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1941	Perempuan	38 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1942	Perempuan	39 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1943	Perempuan	23 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1944	Perempuan	40 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1945	Perempuan	38 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1946	Perempuan	41 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1947	Perempuan	54 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1948	Perempuan	59 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1949	Perempuan	46 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1950	Perempuan	37 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1951	Perempuan	40 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1952	Perempuan	38 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1953	Perempuan	42 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1954	Perempuan	47 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah

1955	Perempuan	44 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1956	Perempuan	54 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1957	Perempuan	59 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1958	Perempuan	38 Tahun	Katholik	Bukan Nasabah
1959	Perempuan	56 Tahun	Konghucu	Bukan Nasabah
1960	Perempuan	38 Tahun	Konghucu	Bukan Nasabah
1961	Perempuan	39 Tahun	Konghucu	Bukan Nasabah
1962	Perempuan	37 Tahun	Konghucu	Bukan Nasabah
1963	Perempuan	44 Tahun	Konghucu	Bukan Nasabah
1964	Perempuan	59 Tahun	Konghucu	Bukan Nasabah
1965	Perempuan	46 Tahun	Konghucu	Bukan Nasabah
1966	Perempuan	42 Tahun	Konghucu	Bukan Nasabah
1967	Perempuan	28 Tahun	Konghucu	Bukan Nasabah
1968	Perempuan	40 Tahun	Konghucu	Bukan Nasabah
1969	Perempuan	19 Tahun	Konghucu	Bukan Nasabah
1970	Perempuan	47 Tahun	Konghucu	Bukan Nasabah
1971	Perempuan	54 Tahun	Konghucu	Bukan Nasabah
1972	Perempuan	60 Tahun	Konghucu	Bukan Nasabah
1973	Perempuan	46 Tahun	Konghucu	Bukan Nasabah
1974	Perempuan	36 Tahun	Konghucu	Bukan Nasabah
1975	Perempuan	60 Tahun	Konghucu	Bukan Nasabah
1976	Perempuan	59 Tahun	Konghucu	Bukan Nasabah
1977	Perempuan	31 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
1978	Perempuan	30 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
1979	Perempuan	22 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
1980	Perempuan	30 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
1981	Perempuan	48 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
1982	Perempuan	22 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
1983	Perempuan	34 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
1984	Perempuan	30 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
1985	Perempuan	20 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
1986	Perempuan	21 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
1987	Perempuan	55 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
1988	Perempuan	19 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
1989	Perempuan	40 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
1990	Perempuan	44 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
1991	Perempuan	29 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
1992	Perempuan	24 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
1993	Perempuan	33 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
1994	Perempuan	24 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
1995	Perempuan	24 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
1996	Perempuan	21 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
1997	Perempuan	35 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
1998	Perempuan	24 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
1999	Perempuan	21 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2000	Perempuan	38 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2001	Perempuan	33 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2002	Perempuan	34 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2003	Perempuan	35 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2004	Perempuan	31 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2005	Perempuan	33 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2006	Perempuan	34 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2007	Perempuan	31 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah

2008	Perempuan	31 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2009	Perempuan	40 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2010	Perempuan	34 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2011	Perempuan	34 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2012	Perempuan	33 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2013	Perempuan	35 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2014	Perempuan	32 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2015	Perempuan	32 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2016	Perempuan	34 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2017	Perempuan	33 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2018	Perempuan	60 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2019	Perempuan	51 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2020	Perempuan	34 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2021	Perempuan	60 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2022	Perempuan	56 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2023	Perempuan	51 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2024	Perempuan	49 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2025	Perempuan	46 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2026	Perempuan	32 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2027	Perempuan	27 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2028	Perempuan	56 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2029	Perempuan	18 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2030	Perempuan	17 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2031	Perempuan	47 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2032	Perempuan	35 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2033	Perempuan	36 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2034	Perempuan	37 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2035	Perempuan	60 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2036	Perempuan	41 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2037	Perempuan	44 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2038	Perempuan	60 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2039	Perempuan	51 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2040	Perempuan	56 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2041	Perempuan	56 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2042	Perempuan	46 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2043	Perempuan	32 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2044	Perempuan	27 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2045	Perempuan	28 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2046	Perempuan	43 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2047	Perempuan	35 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2048	Perempuan	47 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2049	Perempuan	31 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2050	Perempuan	34 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2051	Perempuan	32 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2052	Perempuan	35 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2053	Perempuan	36 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2054	Perempuan	37 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2055	Perempuan	40 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2056	Perempuan	20 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2057	Perempuan	19 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2058	Perempuan	34 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2059	Perempuan	19 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2060	Perempuan	49 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah

2061	Perempuan	40 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2062	Perempuan	38 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2063	Perempuan	39 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2064	Perempuan	20 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2065	Perempuan	34 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2066	Perempuan	19 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2067	Perempuan	35 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2068	Perempuan	37 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2069	Perempuan	38 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2070	Perempuan	41 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2071	Perempuan	47 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2072	Perempuan	54 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2073	Perempuan	59 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2074	Perempuan	18 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2075	Perempuan	19 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2076	Perempuan	47 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2077	Perempuan	19 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2078	Perempuan	56 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2079	Perempuan	60 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2080	Perempuan	32 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2081	Perempuan	27 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2082	Perempuan	37 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2083	Perempuan	40 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2084	Perempuan	44 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2085	Perempuan	59 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2086	Perempuan	60 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2087	Perempuan	51 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2088	Perempuan	56 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2089	Perempuan	17 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2090	Perempuan	31 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2091	Perempuan	31 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2092	Perempuan	34 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2093	Perempuan	37 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2094	Perempuan	40 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2095	Perempuan	38 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2096	Perempuan	19 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2097	Perempuan	18 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2098	Perempuan	47 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2099	Perempuan	55 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2100	Perempuan	19 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2101	Perempuan	35 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2102	Perempuan	59 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2103	Perempuan	46 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2104	Perempuan	42 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2105	Perempuan	47 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2106	Perempuan	35 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2107	Perempuan	35 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2108	Perempuan	19 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2109	Perempuan	47 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2110	Perempuan	35 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2111	Perempuan	35 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2112	Perempuan	38 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2113	Perempuan	35 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah

2114	Perempuan	36 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2115	Perempuan	40 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2116	Perempuan	60 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2117	Perempuan	41 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2118	Perempuan	60 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2119	Perempuan	46 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2120	Perempuan	51 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2121	Perempuan	56 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2122	Perempuan	46 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2123	Perempuan	36 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2124	Perempuan	40 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2125	Perempuan	47 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2126	Perempuan	54 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2127	Perempuan	59 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2128	Perempuan	51 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2129	Perempuan	56 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2130	Perempuan	38 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2131	Perempuan	39 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2132	Perempuan	20 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2133	Perempuan	34 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2134	Perempuan	18 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2135	Perempuan	17 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2136	Perempuan	59 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2137	Perempuan	46 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2138	Perempuan	56 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2139	Perempuan	59 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2140	Perempuan	60 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2141	Perempuan	46 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2142	Perempuan	60 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2143	Perempuan	46 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2144	Perempuan	39 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2145	Perempuan	19 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2146	Perempuan	17 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2147	Perempuan	19 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2148	Perempuan	35 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2149	Perempuan	51 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2150	Perempuan	56 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2151	Perempuan	59 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2152	Perempuan	21 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2153	Perempuan	21 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2154	Perempuan	21 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2155	Perempuan	35 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2156	Perempuan	36 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2157	Perempuan	37 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2158	Perempuan	59 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2159	Perempuan	51 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2160	Perempuan	56 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2161	Perempuan	59 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2162	Perempuan	60 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2163	Perempuan	59 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2164	Perempuan	39 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2165	Perempuan	17 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2166	Perempuan	47 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah

2167	Perempuan	35 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2168	Perempuan	60 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2169	Perempuan	41 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2170	Perempuan	19 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2171	Perempuan	35 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2172	Perempuan	35 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2173	Perempuan	54 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2174	Perempuan	59 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2175	Perempuan	60 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2176	Perempuan	46 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2177	Perempuan	51 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2178	Perempuan	46 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2179	Perempuan	39 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2180	Perempuan	46 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2181	Perempuan	56 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2182	Perempuan	46 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2183	Perempuan	39 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2184	Perempuan	17 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2185	Perempuan	18 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2186	Perempuan	17 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2187	Perempuan	47 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2188	Perempuan	36 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2189	Perempuan	40 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2190	Perempuan	60 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2191	Perempuan	41 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2192	Perempuan	44 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2193	Perempuan	47 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2194	Perempuan	35 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2195	Perempuan	54 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2196	Perempuan	46 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2197	Perempuan	35 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2198	Perempuan	35 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2199	Perempuan	35 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2200	Perempuan	35 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2201	Perempuan	35 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2202	Perempuan	32 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2203	Perempuan	35 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2204	Perempuan	46 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2205	Perempuan	32 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2206	Perempuan	33 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2207	Perempuan	34 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2208	Perempuan	21 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2209	Perempuan	21 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2210	Perempuan	21 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2211	Perempuan	21 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2212	Perempuan	35 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2213	Perempuan	36 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2214	Perempuan	37 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2215	Perempuan	40 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2216	Perempuan	60 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2217	Perempuan	41 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2218	Perempuan	47 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2219	Perempuan	35 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah

2220	Perempuan	59 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2221	Perempuan	51 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2222	Perempuan	56 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2223	Perempuan	46 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2224	Perempuan	39 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2225	Perempuan	20 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2226	Perempuan	59 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2227	Perempuan	39 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2228	Perempuan	17 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2229	Perempuan	47 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2230	Perempuan	41 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2231	Perempuan	19 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2232	Perempuan	47 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2233	Perempuan	35 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2234	Perempuan	35 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2235	Perempuan	59 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2236	Perempuan	46 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2237	Perempuan	46 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2238	Perempuan	39 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2239	Perempuan	20 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2240	Perempuan	34 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2241	Perempuan	19 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2242	Perempuan	47 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2243	Perempuan	60 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2244	Perempuan	41 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2245	Perempuan	19 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2246	Perempuan	35 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2247	Perempuan	35 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2248	Perempuan	54 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2249	Perempuan	59 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2250	Perempuan	60 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2251	Perempuan	46 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2252	Perempuan	51 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2253	Perempuan	46 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2254	Perempuan	39 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2255	Perempuan	46 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2256	Perempuan	56 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2257	Perempuan	46 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2258	Perempuan	39 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2259	Perempuan	17 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2260	Perempuan	18 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2261	Perempuan	17 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2262	Perempuan	47 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2263	Perempuan	36 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2264	Perempuan	40 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2265	Perempuan	60 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2266	Perempuan	41 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2267	Perempuan	44 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2268	Perempuan	47 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2269	Perempuan	35 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2270	Perempuan	54 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2271	Perempuan	51 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2272	Perempuan	49 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah

2273	Perempuan	60 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2274	Perempuan	32 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2275	Perempuan	21 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2276	Perempuan	27 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2277	Perempuan	37 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2278	Perempuan	39 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2279	Perempuan	17 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2280	Perempuan	20 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2281	Perempuan	19 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2282	Perempuan	34 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2283	Perempuan	17 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2284	Perempuan	47 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2285	Perempuan	56 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2286	Perempuan	56 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2287	Perempuan	49 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2288	Perempuan	46 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2289	Perempuan	21 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2290	Perempuan	27 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2291	Perempuan	46 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2292	Perempuan	51 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2293	Perempuan	46 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2294	Perempuan	39 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2295	Perempuan	17 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2296	Perempuan	20 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2297	Perempuan	19 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2298	Perempuan	34 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2299	Perempuan	18 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2300	Perempuan	17 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2301	Perempuan	47 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2302	Perempuan	36 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2303	Perempuan	41 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2304	Perempuan	19 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2305	Perempuan	47 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2306	Perempuan	35 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2307	Perempuan	54 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2308	Perempuan	51 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2309	Perempuan	46 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2310	Perempuan	38 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2311	Perempuan	39 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2312	Perempuan	17 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2313	Perempuan	60 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2314	Perempuan	44 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2315	Perempuan	47 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2316	Perempuan	54 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah
2317	Perempuan	36 Tahun	Kristen	Bukan Nasabah

Lampiran 3. Data Responden

Responden	Nama Responden	Jenis Kelamin	Pekerjaan	Usia
1	Sumaerni	Perempuan	Petani	31 Tahun
2	Reyana melody	Perempuan	Mahasiswa	22 Tahun
3	Vania aprilliani	Perempuan	Pedagang	29 Tahun
4	Wahyu Suliman	Laki-Laki	Karyawan Swasta	23 Tahun
5	Masya cempaka	Perempuan	Karyawan Swasta	20 Tahun
6	Salwa Salsabyla	Perempuan	IRT	30 Tahun
7	Anggita Nazla Meilani	Perempuan	Mahasiswa	20 Tahun
8	Davin Ega	Laki-Laki	PNS	29 Tahun
9	Nadia kinandya	Perempuan	Mahasiswa	21 Tahun
10	Sumardi	Laki-Laki	Petani	34 Tahun
11	Fifi ravenya	Perempuan	Karyawan Swasta	22 Tahun
12	Putra Mahardika	Laki-Laki	PNS	26 Tahun
13	Karel Fahreza	Laki-Laki	PNS	27 Tahun
14	Raysha Adiasha	Perempuan	IRT	28 Tahun
15	Zidan dhayaksa	Laki-Laki	Mahasiswa	23 Tahun
16	Noval Pratama	Laki-Laki	PNS	24 Tahun
17	Alvira Angelina	Perempuan	Pengusaha	30 Tahun
18	Shaka Pratama	Laki-Laki	Mahasiswa	21 Tahun
19	Tutik A	Perempuan	IRT	34 Tahun
20	Bambang Wijaya	Laki-Laki	Mahasiswa	21 Tahun
21	Galang ganeswara	Laki-Laki	Pengusaha	27 Tahun
22	Anna Humaira	Perempuan	Karyawan Swasta	29 Tahun
23	Gea nurfadilah	Perempuan	Karyawan Swasta	24 Tahun
24	Mona prasetya	Laki-Laki	Karyawan Swasta	30 Tahun
25	Amalia Salsa Nabila	Perempuan	IRT	27 Tahun
26	Dimas fahrezi	Laki-Laki	Pengusaha	22 Tahun
27	Romlahisna	Perempuan	Pedagang	34 Tahun
28	Siti Aisyah	Perempuan	PNS	45 Tahun
29	Merlin	Perempuan	Pedagang	33 Tahun
30	Elva Novita Dewi	Perempuan	IRT	24 Tahun
31	Jessica Clara	Perempuan	Pengusaha	21 Tahun
32	Arkana Aldi	Laki-Laki	Pengusaha	28 Tahun
33	Ninda Firawati	Perempuan	Karyawan Swasta	26 Tahun
34	Ganang Mahendra	Laki-Laki	Pengusaha	27 Tahun
35	Salma Aninda	Perempuan	IRT	24 Tahun
36	Frengky fahlim	Laki-Laki	PNS	25 Tahun
37	Bisma tanubrata	Laki-Laki	PNS	24 Tahun
38	Naning Kristiyana	Perempuan	PNS	28 Tahun
39	Alfarezi Kavindra	Laki-Laki	Pengusaha	20 Tahun
40	Sabrina Alan	Perempuan	Pedagang	34 Tahun
41	Sukiman	Laki-Laki	Petani	40 Tahun
42	Nikmah Riyanti	Perempuan	Pengusaha	29 Tahun
43	Yulianti	Perempuan	Petani	48 Tahun
44	Alfareza Cakrawala	Laki-Laki	Karyawan Swasta	24 Tahun
45	Raefan Sangkara	Laki-Laki	Pengusaha	31 Tahun
46	Siti Masitoh	Perempuan	PNS	35 Tahun
47	Puspita Dewi	Perempuan	Mahasiswa	22 Tahun
48	Keandra Arkatama	Laki-Laki	Pengusaha	23 Tahun
49	Samsuri	Laki-Laki	Pengusaha	33 Tahun
50	Safarudin anwar	Laki-Laki	PNS	27 Tahun

51	Khoirotun	Perempuan	IRT	28 Tahun
52	Alinda Kiranti	Perempuan	Pengusaha	23 Tahun
53	Agung	Laki-Laki	Karyawan Swasta	32 Tahun
54	Malinda Arsiya	Perempuan	IRT	30 Tahun
55	Muhammad fahrul	Laki-Laki	Karyawan Swasta	25 Tahun
56	Amaliyaaa	Perempuan	Karyawan Swasta	31 Tahun
57	Siti Rohayah	Perempuan	Petani	34 Tahun
58	Annisa Handayani Ayu	Perempuan	Pengusaha	24 Tahun
59	Maharani Sinta	Perempuan	PNS	27 Tahun
60	Yenima Sulaiman	Perempuan	IRT	25 Tahun
61	Dita Larasati	Perempuan	IRT	22 Tahun
62	Aslamiyah	Perempuan	PNS	33 Tahun
63	Apdan Muhammad	Laki-Laki	Pengusaha	29 Tahun
64	Rini Kartika	Perempuan	IRT	30 Tahun
65	Reza Maulana	Laki-Laki	PNS	32 Tahun
66	Fitrah	Perempuan	Pengusaha	48 Tahun
67	Yasid ilmi	Laki-Laki	Karyawan Swasta	28 Tahun
68	Tyo akbar	Laki-Laki	Pengusaha	23 Tahun
69	Vivi Vitria Novi	Perempuan	Mahasiswa	22 Tahun
70	Wahyudi	Laki-Laki	Pengusaha	24 Tahun
71	Helmiyah	Perempuan	Petani	34 Tahun
72	Danis Putri K.	Perempuan	IRT	30 Tahun
73	Raka nugraha	Laki-Laki	Karyawan Swasta	21 Tahun
74	Menik Rahayu	Perempuan	Pengusaha	20 Tahun
75	Saputri Maharani	Perempuan	Mahasiswa	21 Tahun
76	Rahman Aditya	Laki-Laki	Pelajar	17 Tahun
77	Rudi Irawan	Laki-Laki	Mahasiswa	18 Tahun
78	Muh Tasrip	Laki-Laki	PNS	45 Tahun
79	Paisah	Perempuan	Petani	55 Tahun
80	Khisnia	Perempuan	Mahasiswa	19 Tahun
81	Muhiddin	Laki-Laki	PNS	36 Tahun
82	Sarina	Perempuan	PNS	40 Tahun
83	Galih	Laki-Laki	Pengusaha	24 Tahun
84	Hasrinatun	Perempuan	PNS	44 Tahun
85	Marsha Arian	Perempuan	Pengusaha	29 Tahun
86	Arviana A	Perempuan	IRT	24 Tahun
87	Halmahera Rizka A	Perempuan	Pedagang	26 Tahun
88	Hamizah S	Perempuan	Pengusaha	23 Tahun
89	Karina Putri	Perempuan	IRT	22 Tahun
90	Murdiah	Perempuan	Petani	43 Tahun
91	Vicgieh Al-Jabbar	Laki-Laki	Karyawan Swasta	28 Tahun
92	Rohmahnia	Perempuan	Petani	34 Tahun
93	Ignatius Hendra	Laki-Laki	Petani	40 Tahun
94	Jontas	Laki-Laki	Pengusaha	30 Tahun
95	Kasih Anggarini	Perempuan	IRT	29 Tahun
96	Natalia Mukarana	Perempuan	Pelajar	17 Tahun
97	Bayu BT	Laki-Laki	Karyawan Swasta	29 Tahun

Lampiran 4. Hasil Data Variabel Pengetahuan Produk Bank Syariah (X1)

Responden	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	Total X1
1	5	5	5	4	5	5	4	4	37
2	4	4	5	5	4	4	5	5	36
3	3	4	4	4	5	3	3	3	29
4	4	4	3	5	4	4	4	3	31
5	5	5	4	5	5	3	5	3	35
6	4	4	3	4	4	4	3	4	30
7	4	3	4	3	4	4	3	3	28
8	5	3	3	4	3	4	5	4	31
9	4	4	4	4	4	4	3	4	31
10	5	3	3	5	5	3	5	3	32
11	4	5	3	3	5	3	3	4	30
12	3	5	5	5	3	5	4	3	33
13	5	5	4	5	4	5	3	5	36
14	4	5	3	5	5	3	4	3	32
15	3	4	4	5	3	4	5	4	32
16	4	3	3	3	5	4	4	5	31
17	3	3	5	5	3	4	5	3	31
18	5	5	3	3	5	5	4	5	35
19	4	4	3	5	4	4	3	3	30
20	3	5	5	3	3	3	4	4	30
21	4	3	4	5	5	4	5	3	33
22	4	4	4	4	4	4	5	5	34
23	4	5	5	5	3	3	4	5	34
24	4	3	5	4	5	5	5	3	34
25	5	4	5	5	3	3	4	3	32
26	4	5	4	4	4	4	4	5	34
27	5	5	5	4	5	5	5	5	39
28	5	4	5	4	4	4	4	4	34
29	5	5	4	5	4	4	4	5	36
30	4	5	4	4	5	4	4	4	34
31	5	4	5	4	5	5	5	4	37
32	4	4	4	5	5	5	4	4	35
33	4	5	5	5	5	5	4	3	36
34	5	5	4	5	5	5	5	5	39
35	4	5	5	5	4	5	5	5	38
36	5	5	4	5	5	4	5	4	37
37	5	5	4	5	5	4	5	5	38
38	5	4	5	4	5	4	5	5	37
39	5	5	5	4	5	5	4	5	38
40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
41	5	3	4	4	4	2	4	4	30
42	5	4	5	4	4	4	4	4	34
43	5	5	4	5	5	5	5	5	39
44	4	5	4	4	5	4	4	4	34
45	5	4	5	4	5	5	5	4	37
46	4	4	4	5	5	5	4	4	35
47	4	5	5	5	5	5	4	3	36
48	5	5	4	5	5	5	5	5	39
49	4	5	5	5	4	5	5	5	38
50	5	5	4	5	5	4	5	4	37

51	5	5	4	5	5	4	5	5	38
52	5	4	5	4	5	4	5	5	37
53	5	5	5	4	5	5	4	5	38
54	3	5	3	5	5	3	5	5	34
55	5	3	4	4	4	2	4	4	30
56	5	5	5	5	5	5	5	5	40
57	5	5	4	4	4	4	4	5	35
58	4	5	5	4	4	4	4	4	34
59	5	4	3	5	5	3	5	5	35
60	5	5	5	5	4	4	4	4	36
61	5	5	3	5	5	5	5	5	38
62	4	4	4	4	3	4	4	5	32
63	5	5	3	4	4	4	5	4	34
64	3	5	5	3	3	5	3	5	32
65	5	4	3	4	4	3	4	5	32
66	3	3	3	3	3	5	5	5	30
67	3	5	5	3	5	3	3	3	30
68	5	3	3	4	4	4	4	4	31
69	4	3	5	5	5	3	3	4	32
70	3	4	4	3	3	5	5	3	30
71	5	5	3	5	4	3	4	3	32
72	3	3	5	3	3	5	3	5	30
73	5	5	3	4	3	3	4	3	30
74	3	3	5	3	5	5	3	5	32
75	3	4	4	4	4	4	4	3	30
76	4	3	5	5	3	5	5	5	35
77	3	4	3	3	4	3	3	3	26
78	4	5	5	5	3	5	4	4	35
79	3	3	4	3	4	5	3	5	30
80	5	5	3	3	3	3	3	5	30
81	3	5	5	5	5	4	5	3	35
82	5	4	5	4	4	4	4	4	34
83	5	5	4	5	4	4	5	3	35
84	4	5	4	4	5	4	4	4	34
85	5	4	5	4	5	5	5	4	37
86	4	4	4	3	5	5	4	4	33
87	4	5	5	3	3	3	3	3	29
88	5	5	4	5	5	5	5	5	39
89	4	5	5	5	4	3	3	5	34
90	5	5	4	5	5	4	5	4	37
91	5	5	4	5	5	4	5	5	38
92	5	4	5	4	5	4	5	3	35
93	5	5	5	4	5	5	4	5	38
94	4	5	4	5	5	4	5	5	37
95	5	3	4	4	4	2	4	4	30
96	5	3	3	4	4	4	4	4	31
97	4	3	5	5	5	3	3	3	31
	420	420	407	417	420	396	410	403	3293

Lampiran 5. Hasil Data Variabel Kepercayaan (X2)

1	4	5	3	5	5	3	4	3	32
2	3	5	5	5	4	5	5	4	36
3	4	4	4	5	5	4	4	5	35
4	3	3	4	4	4	5	3	3	29
5	5	4	4	3	5	4	4	5	34
6	4	5	5	4	5	5	3	3	34
7	4	5	5	4	5	5	3	4	35
8	4	4	4	3	3	4	3	5	30
9	3	4	3	4	3	4	4	3	28
10	3	4	4	4	4	4	4	3	30
11	3	5	3	3	5	5	3	4	31
12	5	4	5	3	3	5	3	3	31
13	3	3	5	5	5	3	5	4	33
14	5	5	3	3	3	3	3	3	28
15	5	4	5	3	5	5	3	5	35
16	3	3	4	4	5	3	4	4	30
17	3	4	3	3	3	5	4	2	27
18	4	3	3	5	5	3	3	4	30
19	4	5	5	3	3	5	5	4	34
20	5	4	4	3	5	4	4	5	34
21	4	5	5	5	3	3	4	5	34
22	4	3	5	4	5	5	5	3	34
23	5	4	5	5	3	3	4	3	32
24	4	5	4	4	4	4	4	5	34
25	5	5	5	4	5	5	5	5	39
26	5	4	5	4	4	4	4	4	34
27	5	5	4	5	5	5	5	5	39
28	4	5	4	4	5	4	4	4	34
29	5	4	5	4	5	5	5	4	37
30	4	4	4	5	5	5	4	4	35
31	4	5	5	5	5	5	4	3	36
32	5	5	4	5	5	5	5	5	39
33	4	5	5	5	4	5	5	5	38
34	5	5	4	5	5	4	5	4	37
35	3	5	5	4	5	5	5	4	36
36	4	4	5	5	5	4	5	5	37
37	3	5	5	4	5	5	4	3	34
38	5	5	5	4	5	5	4	5	38
39	4	5	3	3	5	5	3	3	31
40	3	4	5	3	3	5	3	4	30
41	4	3	5	5	5	3	5	3	33
42	3	5	3	3	3	3	3	4	27
43	4	4	5	3	5	5	3	5	34
44	4	3	4	4	5	3	4	3	30
45	5	4	3	3	3	5	4	3	30
46	4	3	3	5	5	4	4	5	33
47	5	5	5	3	3	5	5	5	36
48	5	4	4	3	5	4	4	4	33
49	5	3	5	5	3	3	3	5	32
50	4	4	3	4	5	5	4	4	33
51	5	5	4	5	5	4	5	4	37

52	4	4	5	5	5	3	3	4	33
53	4	4	3	5	4	5	5	4	34
54	3	5	4	5	5	3	3	5	33
55	5	4	5	4	4	4	4	4	34
56	4	5	5	5	4	5	5	5	38
57	5	5	4	5	4	4	4	3	34
58	4	5	5	4	5	5	5	3	36
59	5	4	5	4	4	5	4	3	34
60	5	5	4	5	4	5	5	4	37
61	4	5	5	5	5	5	3	5	37
62	5	5	5	5	5	5	5	5	40
63	5	5	4	5	5	4	5	5	38
64	5	5	5	5	5	5	3	3	36
65	5	5	5	5	5	5	3	4	37
66	5	5	5	3	5	5	5	3	36
67	4	5	5	4	5	5	5	3	36
68	4	5	4	4	4	4	4	3	32
69	5	4	5	5	5	5	5	4	38
70	5	4	4	5	4	4	4	5	35
71	4	5	4	5	5	5	4	3	35
72	4	4	5	5	5	4	4	5	36
73	5	5	5	5	5	4	3	3	35
74	5	4	5	5	5	5	5	4	38
75	5	5	4	5	5	4	4	3	35
76	4	5	5	4	4	5	5	4	36
77	4	4	4	5	3	3	5	5	33
78	4	3	5	5	4	5	5	4	35
79	5	4	4	5	5	4	5	5	37
80	4	5	5	5	5	5	5	5	39
81	3	4	5	4	5	5	4	5	35
82	3	4	4	3	5	5	5	5	34
83	4	4	5	5	5	5	5	5	38
84	3	3	5	3	4	5	5	4	32
85	5	3	5	5	5	5	5	5	38
86	4	4	5	3	5	5	5	5	36
87	4	5	5	5	5	3	5	5	37
88	5	5	4	3	5	4	5	5	36
89	4	5	5	5	4	5	5	5	38
90	5	5	4	5	5	4	5	4	37
91	5	5	4	5	5	4	5	5	38
92	3	3	5	3	3	5	3	5	30
93	5	5	3	4	3	3	4	3	30
94	3	3	5	3	5	5	3	5	32
95	3	4	4	4	4	4	4	3	30
96	4	3	5	5	3	5	5	5	35
97	3	5	5	3	5	3	5	4	33
	406	421	428	411	432	424	408	398	3328

Lampiran 6. Hasil Data Variabel Kualitas Pelanggan (X3)

Responden	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	Total_X3
1	4	5	5	5	3	5	4	4	35
2	3	3	3	3	4	4	3	3	26
3	5	5	3	3	3	3	3	5	30
4	3	4	3	4	3	4	3	3	27
5	3	4	5	5	3	3	5	3	31
6	5	4	5	4	5	3	3	4	33
7	4	5	5	5	3	4	3	3	32
8	5	4	4	4	5	5	4	5	36
9	4	4	4	5	4	5	3	3	32
10	4	3	5	4	5	4	5	4	34
11	4	4	5	5	5	5	4	4	36
12	5	5	5	5	4	4	4	4	36
13	5	5	5	4	5	5	4	4	37
14	4	4	5	5	4	4	5	5	36
15	3	4	4	4	5	3	3	4	30
16	4	4	3	5	4	4	4	4	32
17	5	5	4	5	5	3	5	4	36
18	5	5	4	5	5	3	5	4	36
19	4	4	3	3	4	3	3	4	28
20	4	3	4	3	4	4	3	3	28
21	4	4	4	4	4	4	3	4	31
22	5	3	3	5	5	3	5	3	32
23	4	5	3	3	5	3	3	4	30
24	3	5	5	5	3	5	4	3	33
25	5	3	3	3	3	3	3	3	26
26	4	5	3	5	5	3	4	3	32
27	3	4	4	5	3	4	5	4	32
28	4	3	3	3	5	4	4	5	31
29	3	3	5	5	3	3	3	3	28
30	5	5	3	3	5	5	4	5	35
31	4	4	3	5	4	4	3	3	30
32	3	5	5	3	5	3	4	4	32
33	4	3	4	5	5	4	5	3	33
34	3	4	3	3	4	3	3	4	27
35	4	5	5	5	3	3	4	5	34
36	4	3	5	4	5	5	5	3	34
37	5	4	5	5	3	3	4	3	32
38	4	5	4	4	4	4	4	5	34
39	5	5	5	4	5	5	5	5	39
40	5	4	5	4	4	4	4	4	34
41	5	5	4	5	5	5	5	5	39
42	4	5	4	4	5	4	4	4	34
43	5	4	5	4	5	5	5	4	37
44	4	4	4	5	5	5	4	4	35
45	4	5	5	5	5	5	4	3	36
46	5	5	4	5	5	5	5	5	39
47	4	5	5	5	4	5	5	5	38
48	5	5	4	5	5	4	5	4	37
49	5	5	4	5	5	4	5	5	38
50	5	3	3	5	5	3	5	3	32

51	4	5	3	3	5	3	3	4	30
52	3	5	5	5	3	5	4	3	33
53	5	4	3	5	3	5	3	3	31
54	4	5	3	5	5	3	4	3	32
55	3	4	4	5	3	4	5	4	32
56	4	3	3	3	5	4	4	5	31
57	3	3	5	5	4	4	4	5	33
58	5	5	3	3	5	5	4	5	35
59	4	4	3	5	4	4	3	3	30
60	3	5	5	3	3	3	4	4	30
61	4	3	4	5	5	4	5	3	33
62	5	4	5	5	4	5	3	5	36
63	4	5	5	5	3	3	4	5	34
64	4	3	5	4	5	5	5	3	34
65	5	4	5	5	3	3	4	3	32
66	4	5	4	4	4	4	4	5	34
67	5	5	3	4	5	5	4	5	36
68	5	4	5	4	4	4	4	4	34
69	5	5	4	5	5	5	5	5	39
70	4	5	4	4	5	4	4	4	34
71	5	4	5	4	5	3	5	3	34
72	4	4	4	5	5	5	4	4	35
73	4	5	5	5	5	5	4	3	36
74	5	5	4	5	4	4	4	2	33
75	5	5	5	4	5	5	4	4	37
76	4	4	5	5	4	4	5	5	36
77	3	4	4	4	5	3	3	5	31
78	4	4	3	5	4	4	4	5	33
79	5	5	4	5	5	3	5	3	35
80	4	4	5	5	4	3	3	4	32
81	4	5	4	5	4	4	3	3	32
82	5	3	4	3	4	5	5	3	32
83	4	4	4	4	4	4	3	4	31
84	5	3	3	5	5	3	5	3	32
85	4	5	5	3	5	5	5	4	36
86	3	5	5	5	5	5	4	3	35
87	5	4	3	4	4	3	4	4	31
88	4	5	3	5	5	3	4	4	33
89	3	4	4	5	3	4	5	4	32
90	4	3	3	3	5	4	4	5	31
91	3	3	5	5	3	3	3	3	28
92	5	5	3	3	5	5	4	5	35
93	4	4	3	5	4	4	3	3	30
94	3	5	5	3	3	3	4	4	30
95	4	3	4	5	5	4	5	3	33
96	3	4	3	4	4	3	3	5	29
97	5	5	4	4	4	4	4	5	35
	404	412	396	422	416	385	391	379	3205

Lampiran 7. Hasil Data Variabel Minat Menabung (Y)

Responden	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Total_Y
1	4	5	5	4	4	4	4	4	34
2	5	4	5	5	5	5	5	5	39
3	5	5	5	5	4	4	4	4	36
4	5	5	3	5	5	5	5	5	38
5	4	4	4	4	3	4	4	5	32
6	5	5	3	4	4	4	5	4	34
7	3	5	5	3	3	5	3	5	32
8	5	4	3	4	4	3	4	5	32
9	3	3	3	3	3	5	5	5	30
10	3	5	5	3	5	3	3	3	30
11	5	3	3	4	4	4	4	4	31
12	4	3	5	5	5	3	3	4	32
13	3	4	4	3	3	5	5	3	30
14	5	5	3	5	4	3	4	3	32
15	3	3	5	3	3	5	3	5	30
16	5	5	3	4	3	3	4	3	30
17	3	3	5	3	5	5	3	5	32
18	3	4	4	4	4	4	4	3	30
19	4	3	5	5	3	5	5	5	35
20	3	4	3	3	4	3	3	3	26
21	4	5	5	5	3	5	4	4	35
22	3	3	3	3	4	4	3	3	26
23	5	5	3	3	3	3	3	5	30
24	3	4	3	4	3	4	3	3	27
25	3	4	5	5	3	3	5	3	31
26	5	4	5	4	5	3	3	4	33
27	4	5	5	5	3	4	3	3	32
28	5	4	4	4	5	5	4	5	36
29	4	4	4	5	4	5	3	3	32
30	5	5	5	3	4	3	4	4	33
31	5	4	4	4	4	4	4	4	33
32	2	5	5	5	4	5	5	5	36
33	2	5	5	4	5	5	4	4	34
34	2	4	5	5	4	4	5	5	34
35	2	4	4	4	5	3	3	3	28
36	3	4	3	5	4	4	4	3	30
37	3	5	4	5	5	3	5	3	33
38	4	4	3	3	4	3	3	4	28
39	2	3	4	3	4	4	3	3	26
40	1	3	3	3	3	3	5	3	24
41	4	4	4	4	4	4	3	4	31
42	4	3	3	5	5	3	5	3	31
43	2	5	3	3	5	3	3	4	28
44	4	5	5	5	3	5	4	3	34
45	4	3	3	3	3	3	3	3	25
46	3	5	3	5	5	3	4	3	31
47	4	4	4	5	3	4	5	4	33
48	4	3	3	3	5	4	4	5	31
49	3	3	5	5	3	3	3	3	28
50	3	5	3	3	5	5	4	5	33

51	3	4	3	5	4	4	3	3	29
52	5	5	5	3	3	3	4	4	32
53	3	3	3	3	5	4	5	4	30
54	5	5	5	5	5	3	5	3	36
55	5	3	5	4	3	5	3	5	33
56	3	5	5	3	5	5	5	4	35
57	3	2	2	3	2	3	4	2	21
58	4	3	5	4	5	4	5	4	34
59	4	4	5	5	5	5	4	4	36
60	5	5	5	5	4	5	5	5	39
61	5	5	5	4	5	5	4	4	37
62	4	4	5	5	4	4	5	5	36
63	3	4	4	4	5	3	3	3	29
64	4	4	3	5	4	4	4	3	31
65	5	5	4	5	5	3	5	3	35
66	4	4	3	5	4	3	3	4	30
67	4	3	4	3	4	4	3	3	28
68	5	3	3	5	3	3	5	3	30
69	4	4	4	4	4	5	3	5	33
70	5	3	3	5	5	3	5	3	32
71	4	5	3	3	5	3	3	4	30
72	3	5	5	5	3	5	4	3	33
73	5	4	4	5	5	5	3	4	35
74	4	5	3	5	5	3	4	3	32
75	3	4	4	5	3	4	5	4	32
76	4	3	3	3	5	4	4	5	31
77	3	3	5	5	3	3	3	3	28
78	5	5	3	3	5	5	4	5	35
79	4	4	3	5	4	4	3	3	30
80	3	5	5	3	3	3	4	4	30
81	4	3	4	5	5	4	5	3	33
82	3	4	5	3	4	5	3	4	31
83	4	5	5	5	3	3	4	5	34
84	4	3	5	4	5	5	5	3	34
85	5	4	5	5	3	3	4	3	32
86	4	5	4	4	4	4	4	5	34
87	5	5	5	4	5	5	5	5	39
88	5	4	5	4	4	4	4	4	34
89	5	5	4	5	5	5	5	5	39
90	4	5	4	4	5	4	4	4	34
91	3	4	4	3	3	5	5	3	30
92	5	5	3	5	4	3	4	3	32
93	3	3	5	3	3	5	3	5	30
94	5	5	3	4	3	3	4	3	30
95	3	3	5	3	5	5	3	5	32
96	3	4	4	4	4	4	4	3	30
97	4	3	5	5	3	5	5	5	35
	372	397	393	399	391	385	385	374	3096

Lampiran 8. Hasil Olah SPSS

Deskriptif Variabel Penelitian

Produk Perbankan Syariah (X1)

Pernyataan	Jawaban											
	STS		TS		N		S		SS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	N	%
1	-	-	-	-	16	16,50	33	34,00	48	49,50	97	100
2	-	-	-	-	19	19,60	27	27,80	51	52,60	97	100
3	-	-	-	-	21	21,60	36	37,1	40	41,20	97	100
4	-	-	-	-	16	16,50	36	37,10	45	46,40	97	100
5	-	-	-	-	17	17,50	31	32,00	49	50,50	97	100
6	-	-	-	-	20	20,60	40	41,20	34	35,10	97	100
7	-	-	-	-	18	18,6	39	40,2	40	41,20	97	100
8	-	-	-	-	25	25,80	32	33,00	40	41,20	97	100

Minat Menabung (Y)

Pernyataan	Jawaban											
	STS		TS		N		S		SS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	N	%
1	1	1,00	6	6,20	30	30,90	31	32,00	29	29,90	97	100
2	-	-	1	1,00	26	26,80	33	34,00	37	38,10	97	100
3	-	-	1	1,00	33	34,00	23	23,70	40	41,20	97	100
4	-	-	-	-	30	30,90	26	26,80	41	42,30	97	100
5	-	-	1	1,00	30	30,90	31	32,00	35	36,10	97	100
6	-	-	-	-	35	36,10	30	30,90	32	33,00	97	100
7	-	-	-	-	32	33,00	36	37,10	29	29,90	97	100
8	-	-	1	1,00	40	41,20	28	28,90	28	28,90	97	100

Hasil Uji Instrumen Penelitian

Uji Validitas

No.	Variabel	Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Pengetahuan Produk (X1)	X1.1	0,521	0,1996	Valid
		X1.2	0,531	0,1996	Valid
		X1.3	0,360	0,1996	Valid
		X1.4	0,535	0,1996	Valid
		X1.5	0,520	0,1996	Valid
		X1.6	0,546	0,1996	Valid
		X1.7	0,618	0,1996	Valid
		X1.8	0,490	0,1996	Valid
2	Kepercayaan (X2)	X2.1	0,466	0,1996	Valid
		X2.2	0,380	0,1996	Valid
		X2.3	0,505	0,1996	Valid
		X2.4	0,503	0,1996	Valid
		X2.5	0,515	0,1996	Valid
		X2.6	0,391	0,1996	Valid
		X2.7	0,584	0,1996	Valid
		X2.8	0,479	0,1996	Valid
3	Kualitas Pelayanan (X3)	X3.1	0,499	0,1996	Valid
		X3.2	0,472	0,1996	Valid
		X3.3	0,410	0,1996	Valid
		X3.4	0,338	0,1996	Valid
		X3.5	0,460	0,1996	Valid
		X3.6	0,569	0,1996	Valid
		X3.7	0,626	0,1996	Valid
		X3.8	0,399	0,1996	Valid
3	Minat Menabung (Y)	Y.1	0,510	0,1996	Valid
		Y.2	0,462	0,1996	Valid
		Y.3	0,496	0,1996	Valid
		Y.4	0,451	0,1996	Valid
		Y.5	0,384	0,1996	Valid
		Y.6	0,494	0,1996	Valid
		Y.7	0,474	0,1996	Valid
		Y.8	0,539	0,1996	Valid

Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	r kritis	Keterangan
Pengetahuan Produk (X1)	0,653	0,600	Reliabel
Kepercayaan (X2)	0,718	0,600	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X3)	0,695	0,600	Reliabel
Minat Menabung (Y)	0,713	0,600	Reliabel

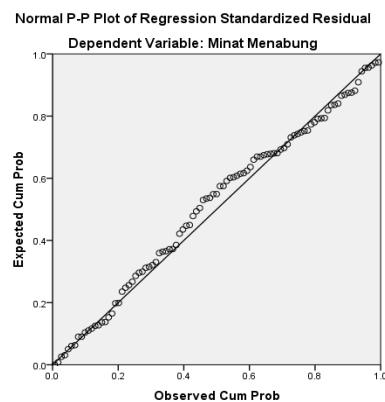
Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.07524542
Most Extreme Differences	Absolute	.077
	Positive	.043
	Negative	-.077
Test Statistic		.077
Asymp. Sig. (2-tailed)		.185 ^c

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.



Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Pengetahuan Produk	.987	1.014
	Kepercayaan	.943	1.060
	Kualitas Pelayanan	.956	1.046

a. Dependent Variable: Minat Menabung

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
				Beta		
1	(Constant)	7.006	3.791		1.848	.068
	Pengetahuan Produk	-.003	.059	-.005	-.054	.957
	Kepercayaan	.030	.064	.047	.459	.647
	Kualitas Pelayanan	.166	.065	.262	2.570	.612

a. Dependent Variable: ABRESID

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
				Beta		
1	(Constant)	35.713	6.505		5.490	.000
	Pengetahuan Produk	-.135	.101	-.131	-1.333	.186
	Kepercayaan	.243	.110	.221	2.206	.030
	Kualitas Pelayanan	.229	.111	.206	2.072	.041

a. Dependent Variable: Minat Menabung

Uji Hipotesis

Hasil Koefisiensi Determinasi (Adjusted R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.446 ^a	.420	.391	3.124

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Pengetahuan Produk, Kepercayaan

b. Dependent Variable: Minat Menabung

Hasil Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	35.713	6.505		5.490	.000
	Pengetahuan Produk	-.135	.101	-.131	-1.333	.186
	Kepercayaan	.243	.110	.221	2.206	.030
	Kualitas Pelayanan	.229	.111	.206	2.072	.041

a. Dependent Variable: Minat Menabung

Uji Simultan (Uj F)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	123.455	3	41.152	4.215	.008 ^b
	Residual	907.885	93	9.762		
	Total	1031.340	96			

a. Dependent Variable: Minat Menabung

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Pengetahuan Produk, Kepercayaan