

SKRIPSI

PENGARUH RELIGIUSITAS, SIKAP, DAN *PERCEIVED BEHAVIORAL CONTROL* TERHADAP MINAT MENABUNG PADA PT BANK ACEH SYARIAH CABANG BANDA ACEH



Disusun Oleh:

**IRSANUL FITRI
NIM. 160603214**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2021 M / 1442 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Irsanul Fitri
NIM : 160603214
Program studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

1. ***Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.***
2. ***Tidak melakukan Plagiasi Terhadap naskah karya orang lain.***
3. ***Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin milik karya.***
4. ***Tidak melakukan manipulasi dan Pemalsuan data***
5. ***Mengerjakan sendiri tugas ini dan mampu bertanggung jawab atas karya ini***

Bila dikemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggung jawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.

Demikian Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 18 Januari 2021
Yang Menyatakan,



Irsanul Fitri
NIM. 160603228

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

PENGARUH RELIGIUSITAS, SIKAP, DAN *PERCEIVED BEHAVIORAL CONTROL* TERHADAP MINAT MENABUNG PADA PT BANK ACEH SYARIAH CABANG BANDA ACEH

Disusun Oleh:

Irsanul Fitri

NIM. 160603143

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah memenuhi syarat penyelesaian studi pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I

Ayumiati, S.E., M.Si
NIP. 197806152009122002

Pembimbing II

Eliana, S.E., M.Si
NIDN. 1310047601

Mengetahui,
for Ketua Program Studi Perbankan Syariah

Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag.
NIP. 197711052006042003

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

PENGARUH RELIGIUSITAS, SIKAP, DAN *PERCEIVED BEHAVIORAL CONTROL* TERHADAP MINAT MENABUNG PADA PT.BANK ACEH SYARIAH CABANG BANDA ACEH

Irsanul Fitri
NIM. 160603214

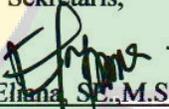
Telah Disidangkan Oleh Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh
dan Dinyatakan Lulus Serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Menyelesaikan Untuk Menyelesaikan Program Studi Strata 1 (S-1) dalam
Bidang Perbankan Syariah

Pada Hari/Tanggal: 21 Januari 2021 M
Kamis, 7 Jumadil Akhir 1442 H

Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua,

Ayuniati, SE., M.Si
NIP. 197806152009122002

Sekretaris,

Elhana, SE., M.Si
NIDN. 1310047601

Penguji I

Muhammad Arifin, Ph. D
NIP. 197410152006041002

Penguji II,

Akmal Riza, S.E, M.Si
NIDN. 2002028402

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh


Dr. Zaki Fuad, M. Ag
NIP. 196403141992031003





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN
Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922
Web: www.library.ar-raniry.ac.id Email: library@ar-raniry.ac.id

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Irsanul Fitri
NIM : 160603214
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
E-mail : irsanul.fitri@gmail.com

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah :

Tugas Akhir KKU Skripsi

yang berjudul:

PENGARUH RELIGIUSITAS, SIKAP, DAN PERCEIVED BEHAVIORAL CONTROL TERHADAP MINAT MENABUNG PADA PT.BANK ACEH SYARIAH CABANG BANDA ACEH

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain

secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

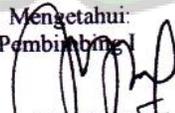
UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

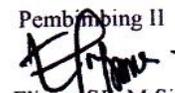
Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Banda Aceh

Pada Tanggal: 9 Juni 2021


Irsanul Fitri

Mengetahui:
Pembimbing I

Ayu M. Si, M.Si
NIP. 197806152009122002

Pembimbing II

Eliana, S.E., M.Si
NIDN: 1310047601

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ucapan syukur Alhamdulillah, karya sederhana ini penulis Persembahkan untuk:

“Ayahanda Abdullah Yusuf dan Ibunda Khamisah yang selalu menasehati, mengarahkan dan selalu memberikan kasih sayang yang tak terhingga”

“Kedua abang Kausar Abdullah dan kakak Ainul Ridha Atas segala peluh cinta dan doanya tanpa henti”

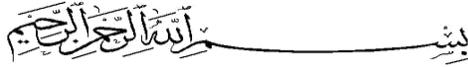
“Seluruh keluarga besar yang senantiasa memberikan motivasi, bimbingan dan selalu mendoakanku”

“Orang- orang yang tercinta yang kebersamai setiap episodnya, sebagai tanda hormat, sayang dan terima kasih”

“Kepada almamater UIN Ar-Raniry Banda Aceh”

جامعة الرانيري
AR - RANIRY

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, dimana dengan berkat rahmat Allah SWT yang telah memberikan kesehatan dan kesempatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat beserta salam kepada Nabi Muhammad SAW. Rasulullah terakhir yang diutus dengan membawa syari'ah yang mudah, penuh rahmat, dan yang telah membawa peradaban dari alam jahiliyah (kebodohan) ke alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan.

Dengan izin Allah SWT serta bantuan semua pihak penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul “**Pengaruh Religiusitas, Sikap, dan *Perceived Behavioral Control* Terhadap Minat Menabung Pada PT.Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh.** Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Penulis telah berusaha semaksimal mungkin sesuai dengan kemampuan yang ada agar skripsi ini dapat tersusun sesuai harapan. Sesuai dengan fitrahnya, manusia diciptakan Allah sebagai makhluk yang tak luput dari kesalahan dan kekhilafan, maka dalam skripsi yang penulis susun ini belum mencapai tahap kesempurnaan. Alhamdulillah dengan izin Allah SWT skripsi ini dapat terselesaikan, dalam proses penyelesaian

skripsi ini tentunya tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak terkait yang Allah titipkan dengan hati yang tulus dan ikhlas membantu. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Zaki Fuad, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag. selaku ketua Program Studi Perbankan Syariah dan Ayumiati, S.E., M.Si. selaku sekretaris Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh dan selaku pembimbing I (satu) .
3. Muhammad Arifin, Ph.D selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh dan selaku Penguji I (satu).
4. Eliana, S.E., M.Si selaku pembimbing II (dua) yang telah berkenan meluangkan waktu dan mencurahkan ilmu pengetahuannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Akmal Riza, S.E, M.Si. selaku penguji II (dua) yang senantiasa dalam menguji dan mengarahkan penulisan skripsi ini menjadi bermutu dan berkualitas.
6. Dr. Analiansyah, MA selaku Penasehat Akademik, dan kepada seluruh dosen, Pegawai dan staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam serta pegawai perpustakaan utama dengan

adanya fasilitas ruang baca yang memudahkan penulis untuk mengadakan studi kepustakaan.

7. Kedua orang tua tercinta Ayahanda Abdullah Yusuf, dan Ibunda Khamisah yang senantiasa mendoakan dan menasehati dengan setulus hati serta memberikan dukungan baik moril maupun materil. Terima kasih juga kepada Kausar Abdullah dan Riska Diana selaku abang kandung dan istrinya, selanjutnya kepada Ainul Ridha dan Fakhrul Akhyari Irawan selaku kakak kandung dan suaminya, dan juga kepada ketiga keponakan tersayang Zaidan Ar-Rayyan , Zian Malik dan M.Khabib Erdogan, dimana mereka selalu memberikan semangat kepada peneliti agar dapat menyelesaikan tugas akhir ini tepat pada waktunya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan jenjang pendidikan perguruan tinggi ini dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi.
8. Muhammad Kurniawan Ramadhan dan Yolanda Feronicha yang sangat berjasa dalam segala hal terutama telah menemani dan membantu penulis dalam suka maupun duka, serta memberikan motivasi dan semangat yang luar biasa agar dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Serta seluruh teman-teman seperjuangan khususnya Perbankan Syariah letting 2016 yang telah memberi semangat dan sama-sama berjuang dalam menyelesaikan tugas akhir demi mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi.

Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan karunia-nya dengan balasan yang tiada tara kepada seluruh pihak yang telah membantu hingga dapat terselesaikannya skripsi ini. Penulis hanya bisa mendo'akan semoga Allah membalas kebaikan seluruh pihak yang telah ikut serta, semoga kebaikan tersebut menjadi amal yang mulia. Penulis menyadari penulisan ini masih jauh dari kata sempurna karna sempurna hanya milik Allah SWT. Oleh karna itu penulis sangat mengharapkan kritikan dan saran yang membangun sehingga penelitian ini bisa lebih baik dan bermanfaat Aamiin. Akhirul kalam, wabillahi taufiq walhidayah. Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatu.

Banda Aceh, 18 Januari 2021

Penulis,

Irsanul Fitri

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K
Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543b/u/1987

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Z
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	Ḥ	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ẓ	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	Ḥ
13	ش	Sy	28	ء	’
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fatḥah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
◌ِ ي	<i>Fatḥah</i> dan ya	Ai
◌ِ و	<i>Fatḥah</i> dan wau	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *hau-la*

3. *Maddah*

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
ي	<i>Fatḥah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
ي	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
ي	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

قَالَ : *qāla*

رَمَى : *ramā*

قِيلَ : *qīla*

يَقُولُ : *yaqūlu*

4. Ta *Marbutah* (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

a. Ta *marbutah* (ة) hidup

Ta *marbutah* (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fatḥah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

b. Ta *marbutah* (ة) mati

Ta *marbutah* (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَانِ : *raudāh al-aṭfāl/ raudatul aṭfāl*

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : *al-Madīnah al-Munawwarah/ al-Madīnatul Munawwarah*

طَلْحَةَ : *Talḥah*

Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.

Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.

ABSTRAK

Nama : Irsanul Fitri
NIM : 160603214
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Religiusitas, Sikap Dan Perceived Behavioral Control Terhadap Minat Menabung Pada Pt.Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh
Tebal Skripsi : 147 Halaman
Pembimbing 1 : Ayumiati, S.E., M.Si
Pembimbing II : Eliana, S.E., M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh Religiusitas, Sikap dan *Perceived behavioral control* terhadap minat menabung pada PT.Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh. Metode pendekatan penelitian kuantitatif dengan analisis data menggunakan model regresi linier berganda teknik pengumpulan data yaitu random sampling dengan penyebaran kuesioner kepada 100 reponden. Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji statistik yaitu uji parsial (uji-t) dan uji simultan (uji-F) dengan tingkat signifikansi 5%. Hasil penelitian baik secara simultan maupun parsial menunjukkan bahwa Religiusitas, Sikap dan *Perceived behavioral control* berpengaruh dan signifikan terhadap Minat Menabung pada PT.Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh.

Kata kunci: Sikap, Religiusitas dan *Perceived Behavioral Control* terhadap Minat Menabung.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPEL KEASLIAN	i
HALAMAN JUDUL KEASLIAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN	iii
PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
PENGESAHAN SKRIPSI	v
PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	vii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN	xii
ABSTRAK	xvi
DAFTAR ISI	xvii
DAFTAR TABEL	xxi
DAFTAR GAMBAR	xxii
DAFTAR LAMPIRAN	xxiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.5 Sistematika Penulisan	14
BAB II LANDASAN TEORI	16
2.1 Bank Syariah	16
2.1.1 Pengertian Bank Syariah	16
2.1.2 Tujuan dan Fungsi Bank Syariah	17
2.1.3 Struktur Perbankan Syariah	19
2.2 Minat Menabung	25
2.2.1 Pengertian Minat	25
2.2.1.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat ..	26
2.2.1.2 Karakteristik Minat	27
2.2.2 Pengertian Menabung	28
2.2.2.1 Manfaat Tabungan	29
2.2.2.2 Tujuan Tabungan	30
2.2.3 Pengertian Minat menabung	30

2.2.4 Indikator Minat Menabung.....	31
2.3 Religiusitas	32
2.3.1 Pengertian Religiusitas	32
2.3.2 Dimensi Religiusitas.....	33
2.3.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Religiusitas.....	35
2.3.4 Indikator Religiusitas.....	36
2.4 Sikap	36
2.4.1 Pengertian Sikap.....	36
2.4.2 Komponen Sikap	37
2.4.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sikap.....	38
2.4.4 Karakteristik Sikap	39
2.4.5 Indikator Sikap	40
2.5 <i>Perceived Behavioral Control</i> (kontrol perilaku yang dirasakan)	41
2.5.1 Pengertian <i>Perceived Behavioral Control</i>	41
2.5.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Perceived Behavioral Control</i>	43
2.5.3 Fungsi <i>Perceived Behavioral Control</i>	44
2.5.4 Indikator <i>Perceived Behavioral Control</i>	44
2.6 Penelitian Terdahulu.....	45
2.7 Hubungan Antar Variabel.....	51
2.7.1 Pengaruh Religiusitas terhadap Minat Menabung ...	51
2.7.2 Pengaruh Sikap terhadap Minat Menabung	52
2.7.3 Pengaruh <i>Perceived Behavioral Control</i> terhadap Minat Menabung	53
2.8 Kerangka Pemikiran	54
2.9 Pengembangan Hipotesis	55
BAB III METODE PENELITIAN	57
3.1 Jenis penelitian	57
3.2 Populasi, Sampel, dan Penarikan Sampel	58
3.2.1 Populasi	58
3.2.2 Sampel	58
3.3 Teknik pengumpulan Data	59
3.3.1 Data Primer	60
3.4 Skala Pengukuran	60
3.5 Operasionalisasi Variabel	61
3.6 Pengujian Kualitas Data Penelitian.....	64

3.6.1 Uji Validitas.....	64
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	64
3.7 Uji Asumsi Klasik.....	65
3.7.1 Uji Normalitas.....	65
3.7.2 Uji Multikolinieritas.....	66
3.7.3 Uji Heteroskedastisitas.....	66
3.8 Metode Analisis Data.....	67
3.9 Pengujian Hipotesis.....	68
3.9.1 Uji Simultan (Uji F).....	68
3.9.2 Uji Parsial (Uji t).....	69
3.9.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	70
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	71
4.1 Gambaran Umum Bank Aceh.....	71
4.1.1 Sejarah Bank Aceh.....	71
4.1.2 Visi dan Misi Bank Aceh.....	72
4.2 Karakteristik Responden Penelitian.....	75
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	75
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	76
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	77
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menabung.....	78
4.3 Uji Instrumen Penelitian.....	78
4.3.1 Uji Validitas.....	78
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	80
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	82
4.4.1 Uji Normalitas.....	82
4.4.2 Uji Multikolinieritas.....	84
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	85
4.4.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	87
4.5 Uji Hipotesis.....	88
4.5.1 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....	88
4.5.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji-t).....	89
4.5.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	91
4.6 Pembahasan.....	92
4.6.1 Faktor Religiusitas Terhadap Minat Menabung.....	93
4.6.2 Pengaruh Sikap Terhadap Minat Menabung.....	93

4.6.3 Pengaruh <i>Perceived Behavioral Control</i> Terhadap Minat Menabung	94
BAB V PENUTUP	95
5.1 Kesimpulan	95
5.2 Saran	95
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN	105



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Nasabah Menabung Tahun 2016-2020 (Oktober).....	5
Tabel 2.1 Tinjauan Penelitian Sebelumnya	48
Tabel 3.1 Instrumen Skala Likert	59
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian	60
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	73
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	74
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan..	75
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menabung	76
Tabel 4.5 Uji Validitas.....	77
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas	79
Tabel 4.7 Uji Normalitas	80
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinieritas	82
Tabel 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas	83
Tabel 4.10 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	85
Tabel 4.11 Hasil Statistik Uji F	86
Tabel 4.12 Hasil Statistik Uji-t	88
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji R ²)	89

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Kerangka Pemikiran	53
Gambar 4.1 P-P Plot Uji Normalitas	81
Gambar 4.2 Sacatterplot Uji Heteroskedastisitas	84



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	102
Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Responden	107
Lampiran 3 Karakteristik Responden	110
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas	111
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas	115
Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik	117
Lampiran 7 Uji Regresi Linier Berganda	119



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Bank merupakan badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan, dan menyalurkan kepada masyarakat untuk meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Apabila dilihat dari sejarahnya, kegiatan perbankan pada awalnya dimulai dari jasa penukaran uang (Kasmir, 2013:27). Kemudian seiring berkembangnya Perbankan di Indonesia maka hadir lah Perbankan Syariah.

Menurut Prihanto (2017) bank syariah salah satu bank yang sistem operasional menganut prinsip-prinsip dalam ajaran Islam. Bank syariah merupakan suatu konsep tentang perbankan yang ideal bagi umat Islam, karena dalam pelaksanaannya sesuai dengan petunjuk dalam Al-Qur'an dan Hadist yang pelaksanaannya dijabarkan dan dicontohkan oleh filsuf-filsuf Islam dimasa lampau. Konsep Syariah, pertama kali didirikan pada tahun 1963 di Mesir, dengan nama MytGhamr Bank, Pemimpinnya bernama Ahmad El Najjar yang dibantu oleh Raja Faisal yang berasal dari Arab Saudi. Konsep yang dibuat penggabungan Perbankan Jerman dengan prinsip syariat Islam dalam produk Bank yang efektif sesuai untuk daerah pedesaan. Tetapi pada tahun 1971 Bank Myt-Ghamr tutup di karena kan kemelut politik yang tidak mendukung,

setelah itu dibuat kembali bank dengan konsep yang berbeda dengan nama Nasser Social Bank.

Kultur yang dibangun Perbankan Syariah adalah membangun sistem bagi hasil (*profit and loss sharing system*) yang menjadi prinsip dasar operasional perbankan syariah (Yupitri & Sari, 2012). Jadi dapat disimpulkan bahwa prinsip bagi hasil menggantikan prinsip bunga yang terdapat pada perbankan konvensional.

Dalam perkembangannya, khususnya masyarakat menyambut hangat lahirnya Bank Syariah. Hal tersebut ditunjukkan oleh keterbukaan Bank Indonesia dengan mengeluarkan kebijakan “*dual banking system*”, dimana Bank Konvensional diizinkan membuka unit usaha syariah dalam beroperasi (UU No. 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan).

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008, Bank Syariah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya dengan berlandaskan prinsip syariah. Salah satu prinsip syariah yang telah diterapkan yaitu mengenai bertransaksi yang menyangkut riba. Tindakan yang dilakukan untuk mewujudkan adanya larangan riba yaitu dengan mengubah segala kegiatan yang mengandung unsur bunga dengan cara bagi hasil. Bank Syariah sudah beroperasi di Indonesia sejak tahun 1992, yang dimulai dengan beroperasinya Bank Muamalat Indonesia. Bank Syariah diatur secara formal sejak diamandemennya UU No.7/1992 dengan UU No.10/1998 dan UU No.23/1999 (Silvanita & Mangani, 2010).

Indonesia merupakan negara dengan penduduk muslim terbesar dunia. Berdasarkan data *Globalreligiustfuture*, penduduk Indonesia yang beragama Islam pada 2010 mencapai 209,12 juta jiwa atau sekitar 87% dari total populasi. Kemudian pada 2020, penduduk muslim Indonesia diperkirakan akan mencapai 229,62 juta jiwa. Dengan demikian maka peluang untuk mengembangkan bank syariah di Indonesia sangat baik, hal ini terlihat dari luasnya segmen pasar yang ada. Indonesia dengan jumlah populasi Muslim terbesar di dunia merupakan target pengembangan industri keuangan syariah di dunia setelah Timur Tengah dan beberapa negara di Eropa seperti Inggris, Prancis dan Jerman (Yulianti, 2016).

Seperti yang kita ketahui Indonesia memiliki beberapa provinsi, salah satunya provinsi Aceh yang memiliki ibu kota provinsi yaitu kota Banda Aceh, yang mana kota Banda Aceh merupakan satu-satunya kota yang telah menerapkan Syariat Islam sejak awal tahun 2000. Artinya, potensi Kota Banda Aceh untuk mengembangkan Perbankan Syariah sangat besar. Menurut Qanun Nomor 11 tahun 2018 tentang Lembaga Keuangan Syariah dimana di dalam bab 1 pasal 2 ayat 1 disebutkan bahwa “Lembaga keuangan yang beroperasi di Aceh berdasarkan prinsip syariah”. Dengan dikeluarkannya Qanun ini, maka pertumbuhan Perbankan Syariah di Kota Banda Aceh dipastikan akan berkembang secara drastis. Pada Pasal 65 disebutkan ketentuan peralihan terjadi “Pada saat Qanun ini mulai berlaku, Lembaga Keuangan yang beroperasi

di Aceh wajib menyesuaikan dengan Qanun ini paling lama 3 (tiga) tahun sejak Qanun ini diundangkan”.

Fenomena yang terjadi saat ini pertumbuhan perbankan syariah di Aceh menggembirakan tapi lambat, karena masyarakat selama ini masih memandang perbankan syariah relatif hampir sama dengan konvensional sehingga pertumbuhan Perbankan Syariah masih belum optimal, ini menjadi tantangan kepada kita semua untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat, pasalnya pandangan masyarakat terhadap Bank Syariah belum sebagus dengan bank konvensional, maka ini harus diluruskan, karena kalau bicara potensi harusnya pertumbuhan di Aceh lebih cepat, karena Aceh menjalankan syariat Islam (anterokini,2018).

Realita berikutnya yang tidak kalah penting berkaitan dengan jumlah nasabah bank Syariah yang terserap institusi keuangan. Jika nasabah Bank Konvensional berjumlah 3,92 juta rekening, jumlah rekening Bank Syariah hanya 2 juta. Dengan kata lain sebagian masyarakat di Aceh masih belum memaksimalkan penggunaan sistem Syariah atau secara teknis masih memiliki akses ke beberapa rekening dan belum menutup sebagian rekeningnya di Bank Konvensional dengan tetap memiliki akses ke Bank Syariah (tribunnews, 2019).

Berdasarkan pengamatan dan wawancara yang saya lakukan kepada beberapa nasabah Bank Konvensional di Banda Aceh, rata-rata mereka mengatakan bahwa kurang minatnya dalam

menabung di Bank Syariah dikarenakan informasi yang mereka ketahui tentang Perbankan Syariah masih sangat minim. Masyarakat masih menganggap “bunga” dan “bagi hasil” hanya merupakan sebuah “istilah” yang berubah tetapi konsepnya masih sama. Masyarakat juga menganggap konsep Perbankan Syariah sangat ribet dan membingungkan karena banyak istilah-istilah yang belum mereka pahami. Padahal sebagai seorang muslim, sudah seharusnya kita untuk ikut serta mengembangkan perekonomian syariah di Indonesia salah satunya dengan menabung di Bank Syariah agar dapat terhindar dari unsur riba karna sudah dijelaskan didalam Al-Qur’an diantaranya pada Q.S. Al-Baqarah: 275-276, yang merupakan kewajiban bagi umat islam untuk menghindari haramnya riba/bunga bank. Selain itu, beberapa akad yang tersedia di produk Perbankan Syariah membebaskan mereka dari biaya Administrasi bulanan sehingga sangat menguntungkan mereka.

Pada awal berdirinya Bank Aceh adalah Bank Konvensional dan mulai melakukan perubahan kegiatan usahanya dari konvensional menjadi sistem syariah seluruhnya, proses konversi Bank Aceh menjadi Bank Syariah di harapkan dapat membawa dampak positif pada seluruh aspek kehidupan ekonomi dan sosial masyarakat. Dengan menjadi Bank Syariah, Bank Aceh bisa menjadi salah satu episentrum pertumbuhan ekonomi dan pembangunan daerah yang lebih optimal. Bank Aceh Syariah menetapkan target pasarnya pada prinsip ke hati-hatian dengan tetap mempertahankan retail banking dan menetapkan sasaran nya

(corporate plan dimasa yang akan datang menjadi “Bank Syariah Terdepan dan Terpercaya dalam Pelayanan di Indonesia”. (Sumber: www.bankaceh.co.id)

Tabel 1.1
Jumlah Nasabah Menabung Tahun 2016-2020 (Oktober)

Tahun	Jumlah Nasabah Menabung
2016	106.235
2017	110.330
2018	114.117
2019	124.570
2020 (Oktober)	128.206

Sumber : Data diolah (2020)

Bank Aceh Syariah merupakan lembaga keuangan milik pemerintah Aceh yang tentunya berkewajiban untuk sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, hal tersebut tentunya menjadi tugas dan tanggung jawab yang besar pemerintah demi tegaknya pelaksanaan ekonomi yang berbasis syariat Islam di daerah Aceh. Sudah semestinya pemerintah berkerjasama dengan masyarakat untuk mendukung agar mampu mewujudkan Bank Aceh berbasis syariah sehingga sesuai dengan perkembangan ekonomi Islam di daerah Aceh.

Pemilihan Bank Aceh Syariah sebagai objek penelitian juga dikarenakan Bank Aceh Syariah merupakan satu-satunya Bank daerah terbaik yang ada di Aceh yang berguna untuk meningkatkan perekonomian masyarakat khususnya di aceh. Bank Aceh Syariah juga memiliki beberapa produk tabungan unggulan yang tidak dimiliki di Bank Syariah lainnya. Hal ini tentunya bisa

menjadi daya tarik tersendiri bagi calon nasabah. Salah satu contohnya yaitu “Tabungan Seulanga”. Fasilitas unggulan yang dimiliki Tabungan Seulanga tentunya menjadi perhatian dan menarik banyak peminat calon nasabah terutama pasca konversi. Setelah adanya konversi, masyarakat semakin meminati tabungan seulanga. Salah satu penyebabnya adalah keunggulannya yaitu lebih menguntungkan karena nisbah bagi hasil yang besar antara tabungan seulanga dengan tabungan lainnya bahkan melebihi nisbah tabungan deposito. Selain itu, nasabah juga diberikan poin dari jumlah nominal tabungan, kemudian poin tersebut dapat ditukarkan dengan *reward* yang diberikan oleh perusahaan. Bank Aceh Syariah juga satu-satunya Bank diantara beberapa Bank Syariah di Banda Aceh yang bersedia memberikan data terkait Penelitian. Beberapa Bank syariah yang lain menolak memberikan data-data terkait penelitian ini dikarenakan beberapa alasan, seperti sedang disibukan dengan konversi ke Syariah.

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa perkembangan minat nasabah menabung di PT Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh dari tahun 2016-2020 (oktober) terjadi meningkat pertahunnya. Hal ini berarti masyarakat sudah mulai mempertimbangkan keberadaan perbankan syariah untuk menabung di bank Aceh syariah. Minat menabung diasumsikan sebagai minat beli atau perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian (Iranati, 2017).

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung yaitu Religiusitas, Sikap dan *Perceived behavioral control*. Penelitian yang dilakukan oleh Pusat Penelitian Kajian Pembangunan Lembaga Penelitian (PPKP LEMLIT) Undip tahun 2000 tentang persepsi dan sikap masyarakat Jawa Tengah terhadap Bank Syariah menghasilkan salah satu kesimpulan bahwa faktor agama adalah motivator terpenting untuk mendorong menabung pada bank syariah. Mencermati pernyataan temuan yang berbeda antara kesimpulan agama bukan menjadi faktor penentu dan agama menjadi faktor penentu persepsi dan motivasi pemanfaatan bank Islam, kiranya layak kalau dilakukan penelitian lanjutan dengan fokus bagaimana sesungguhnya pengaruh religiusitas terhadap minat menabung di perbankan syariah (Muchlis, 2011:32).

Menurut Priaji (2011:11), masyarakat dapat memiliki minat menabung atau tidak sama sekali di Bank Syariah dapat dipengaruhi oleh sikap masyarakat terhadap karakteristik perbankan itu sendiri. Sikap diperoleh melalui pengalaman dan proses belajar. Dengan adanya pengalaman dan proses belajar tersebut, maka seseorang bertindak berdasarkan perasaannya. Sebuah pengalaman dan proses seseorang sangatlah beragam dan dalam kaitannya dengan bank syariah, masyarakat pun mempunyai sikap yang berbeda-beda. Misalnya saja dalam konteks keharaman bunga bank yang secara jelas dihindari oleh bank syariah, masyarakat cenderung mengabaikan keharaman dari bunga bank

itu sendiri dapat dikarenakan proses pembelajarannya selama ini mengenai bunga bank dan riba.

Sedangkan *perceived behavioral control*, menurut Maulana (2017), menjelaskan bahwa perilaku seseorang tidak hanya dikendalikan oleh dirinya sendiri, tetapi juga membutuhkan kontrol, misalnya berupa ketersediaan sumber daya dan kesempatan bahkan keterampilan tertentu. *Perceived Behavioral Control* merepresentasikan kepercayaan seseorang tentang seberapa mudah individu menunjukkan suatu perilaku. Ketika individu percaya bahwa dirinya kekurangan sumber atau tidak memiliki kesempatan untuk menunjukkan suatu perilaku, (kontrol perilaku yang rendah) individu tidak akan memiliki intensi yang kuat untuk menunjukkan perilaku tersebut. Salah satu faktor pendorong nasabah untuk menabung menurut konsep intensi dapat dijelaskan menggunakan *theory of planned behavior* (TPB), teori ini menjelaskan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat seseorang untuk menggunakan suatu produk atau jasa tertentu adalah *attitude* (sikap), *subjective norm* (norma subjektif) dan *perceived of behavior control* (PBC) (Hidayat, 2010).

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Arsyidian (2019), menunjukkan bahwa religiusitas memiliki pengaruh terhadap minat menabung di Bank Syariah pada masyarakat kecamatan Tulis, hal ini disebabkan adanya hubungan yang positif antara religiusitas terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah yang ada di

kecamatan Tulis dikarenakan semakin tinggi keimanan masyarakat maka minat memilih produk bank syariah semakin tinggi,.

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh (Sanjaya, 2017) sikap berpengaruh terhadap minat menabung, hal ini dikarenakan dalam memilih menabung di Bank BRI Syariah kantor cabang pembantu Lawang dilihat dari perspektif latar belakang responden dipengaruhi dua faktor yaitu, model kepemimpinan dan sumber pengaruh (keluarga, orang terdekat yang berpengaruh).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Rahmadanty & Kurniawati (2015) dari hasil analisis menunjukkan bahwa variabel *perceived behavioral control* memiliki hubungan yang tidak signifikan terhadap intensi untuk menggunakan tabungan syariah, akan tetapi menurut penelitian yang dilakukan oleh Cahyadi (2013) *perceived behavioral control* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat pedagang pasar untuk memanfaatkan jasa keuangan syariah atau menabung di bank syariah.

Berbagai teori diatas alasan yang memicu masyarakat belum dan sudah membuka rekening bank syariah, sebagian merupakan alasan dari dalam diri dan sebagian lagi merupakan alasan dari luar. Alasan dari dalam misalnya sikap masyarakat terhadap perbankan syariah, religiusitas dan *perceived behavioral control* masyarakat. Masyarakat merasa malas membuka rekening baru karena dinilai tidak praktis, meskipun mereka berminat, ada juga masyarakat yang ingin menabung dikarenakan mengetahui bahwa bunga bank itu haram, hal ini merupakan contoh sikap

masyarakat terhadap perbankan syariah. Kemudian yang berkaitan dengan religiusitas masyarakat yaitu adanya keraguan mengenai praktik bank syariah apakah sudah sesuai dengan syariat Islam atau belum, ada juga masyarakat yang memiliki ketaatan agama yang tinggi maka mereka akan memilih produk yang terhindar dari riba. serta *perceived behavioral control* atau kontrol perilaku yang dirasakan yang dimiliki masyarakat atau individu akan membawa dampak yang baik bagi masyarakat atau individu itu sendiri, khususnya dalam hal memandang sebuah perilaku menabung adalah hal yang penting. Sedangkan alasan dari luar berasal dari perbankan syariah sendiri, kesulitan akses menjangkau misalnya jika dibandingkan dengan perbankan konvensional, informasi mengenai perbankan syariah memang cenderung lebih terbatas.

Dari uraian penelitian terdahulu terdapat ketidak konsistenan antara hasil penelitian yang satu dengan yang lainnya. Hal ini menyebabkan adanya perbedaan dalam penelitian yang mempengaruhi minat menabung masyarakat atau nasabah muslim pada PT.Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh. Hal ini yang membuat peneliti tertarik untuk mengetahui apa sebenarnya yang menjadi bahan pertimbangan masyarakat atau nasabah belum minat dalam menabung pada PT.Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh.

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka peneliti tertarik untuk mengambil judul penelitian, Pengaruh Religiusitas, Sikap dan *Perceived behavioral control* terhadap Minat menabung pada PT.Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Religiusitas, Sikap dan *Perceived behavioral control* secara simultan berpengaruh terhadap minat menabung pada PT.Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh?
2. Apakah Religiusitas berpengaruh terhadap minat menabung pada PT.Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh?
3. Apakah sikap berpengaruh terhadap minat menabung pada PT.Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh?
4. Apakah *Perceived behavioral control* berpengaruh terhadap minat menabung pada PT.Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian yang dikemukakan di atas maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Religiusitas, Sikap dan *Perceived behavioral control* secara simultan berpengaruh terhadap minat menabung pada PT.Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh.
2. Untuk mengetahui Religiusitas berpengaruh terhadap minat menabung pada PT.Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh.

3. Untuk mengetahui Sikap berpengaruh terhadap minat menabung pada PT.Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh.
4. Untuk mengetahui *Perceived Behavioral Control* berpengaruh terhadap minat menabung pada PT.Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh.

1.4 Manfaat Hasil Penelitian

Penelitian ini ditujukan untuk dapat memberikan manfaat edukasi baik itu bagi peneliti, bank dan akademisi. Adapun manfaat tersebut adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat memberikan pengetahuan dan pengalaman bagi peneliti, khususnya tentang Pengaruh Religiusitas, Sikap dan *Perceived behavioral control* terhadap minat menabung pada PT.Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh. Selain dari pada itu penelitian ini juga dapat memberikan manfaat yang penting bagi penulis yaitu untuk dapat menyelesaikan pendidikan S1 dan dapat melanjutkan pendidikan ke tahap selanjutnya.

2. Bagi Bank

Manfaat bagi bank dari penelitian ini adalah dapat dijadikan acuan untuk koreksi agar dapat mempertahankan dan meningkatkan kinerjanya, sekaligus memperbaiki apabila ada kekurangan dan kelemahannya.

3. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan dan dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk penelitian dibidang perbankan mengenai besarnya pengaruh religiusitas, sikap dan *perceived behavioral control* terhadap minat menabung pada PT.Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini berisi penjelasan tentang isi yang terkandung dari masing-masing bab secara singkat dari keseluruhan skripsi ini. Skripsi ini disajikan dengan sistematika sebagai berikut :

Bab I, ini berisi mengenai latar belakang masalah, yang menampilkan landasan pemikiran secara garis besar baik dalam teori maupun fakta yang ada, yang menjadi alasan dibuatnya penelitian ini. Perumusan masalah berisi mengenai pernyataan tentang keadaan, fenomena dan atau konsep yang memerlukan jawaban melalui penelitian. Tujuan dan kegunaan penelitian yang merupakan hal yang diharapkan dapat dicapai mengacu pada latar belakang masalah, perumusan masalah dan hipotesis yang diajukan. Pada bagian terakhir dari bab ini yaitu sistem penulisan, diuraikan mengenai ringkasan materi yang akan dibahas pada setiap bab yang ada dalam skripsi.

Bab II, ini menguraikan tinjauan teori, yang berisi jabaran teori-teori dan menjadi dasar dalam perumusan hipotesis serta

membantu dalam analisis hasil penelitian. Penelitian terdahulu merupakan penelitian yang dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya yang berhubungan dengan penelitian ini. Hipotesis adalah pernyataan yang disimpulkan dari tinjauan pustaka, serta merupakan jawaban sementara atas masalah penelitian.

Bab III, ini akan menguraikan variabel penelitian dan efisiensi operasional dimana skripsi terhadap variabel yang digunakan dalam penelitian akan dibahas sekaligus melakukan pendefinisian secara operasional. Penentuan sampel berisi mengenai masalah yang berkaitan dengan jumlah populis, jumlah sampel yang diambil dan metode pengambilan sampel. Jenis dan sumber data gambaran tentang jenis data yang digunakan untuk variabel penelitian. Metode analisis data mengungkapkan bagaimana gambaran model analisis yang digunakan dalam penelitian.

Bab IV ini menjelaskan tentang diskripsi objek penelitian yang berisi penjelasan singkat objek yang digunakan dalam penelitian. Analisis data dan pembahasan hasil penelitian merupakan bentuk yang lebih sederhana yang mudah dibaca dan mudah di intrepretasikan meliputi deskripsi objek penelitian, analisis penelitian, serta analisis data dan pembahasan. Hasil penelitian mengungkapkan interpretasi untuk memaknai implikasi penelitian.

Bab V ini berisi kesimpulan, saran, dan keterbatasan penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Bank Syariah

2.1.1 Pengertian Bank Syariah

Bank pada dasarnya adalah entitas yang melakukan penghimpunan dana dari masyarakat dalam bentuk pembiayaan atau dengan kata lain melaksanakan fungsi intermediasi keuangan. Dalam sistem perbankan di Indonesia terdapat dua macam sistem operasional perbankan, yaitu bank konvensional dan bank syariah. Sesuai UU No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau prinsip hukum Islam yang diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia seperti prinsip keadilan dan keseimbangan (*'adl wa tawazun*), kemaslahatan (*maslahah*), universalisme (*alamiyah*), serta tidak mengandung gharar, maysir, riba, zalim dan obyek yang haram. Selain itu, UU Perbankan Syariah juga mengamanahkan bank syariah untuk menjalankan fungsi sosial dengan menjalankan fungsi seperti lembaga baitul mal, yaitu menerima dana yang berasal dari zakat, infak, sedekah, hibah, atau dana sosial lainnya dan menyalurkannya kepada pengelola wakaf (*nazhir*) sesuai kehendak pemberi wakaf (wakif) (Otoritas Jasa Keuangan, 2015).

Bank Islam atau di Indonesia disebut bank syariah merupakan lembaga keuangan yang berfungsi memperlancar

mekanisme ekonomi di sector rill melalui aktivitas kegiatan usaha (invertasi, jual beli dan lainnya) berdasarkan prinsip syariah yaitu aturan perjanjian bedasarkan hukum islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan nilai-nilai syariah yang bersifat makro dan mikro (Ascarya, 2013:30).

Menurut Iska (2012:11) secara etimologis atau bahasa istilah bank berasal dari bahasa Italia "*Banco*" yang artinya adalah bangku. Bangku ini digunakan para pegawai bank untuk melayani aktivitas operasionalnya kepada para penabung. Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah. Adapun prinsip syariah yang dimaksud sesuai Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 adalah prinsip hokum islam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa di bidang syariah (Soemitra, 2015:61).

2.1.2 Tujuan dan Fungsi Bank Syariah

Perbankan Syariah bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat (Otoritas Jasa Keuangan, 2015).

Pada dasarnya fungsi bank syariah tidak jauh berbeda dengan bank umum lainnya, seperti yang tertera dalam UU RI no 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah bahwasannya:

1. Bank Syariah dan UUS (Unit Usaha Syariah) wajib menjalankan fungsi menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat.
2. Bank Syariah dan UUS dapat menjalankan fungsi sosial dalam bentuk lembaga baitul mal, yaitu menerima dana yang berasal dari zakat, infak, sedekah, hibah, atau dana social lainnya dan menyalurkannya kepada organisasi pengelola zakat.
3. Bank Syariah dan UUS dapat menghimpun dana sosial yang berasal dari wakaf uang dan menyalurkannya kepada pengelola wakaf (*nazhir*) sesuai dengan kehendak pemberi wakaf (wakif).
4. Alat transmisi kebijakan moneter (sama seperti Bank Konvensional).

Menurut Ikatan Akuntansi Indonesia (IAI), berikut ini merupakan karakteristik dari kegiatan Bank Syariah yang merupakan implementasi dari prinsip ekonomi Islam, yaitu:

1. Semua transaksi harus terbebas dari riba.
2. Bank syariah tidak mengenal konsep nilai waktu dari uang (*time value of money*).
3. Konsep uang dalam Bank Islam yaitu sebagai alat tukar bukan sebagai komoditas.
4. Bank Syariah tidak memperbolehkan adanya transaksi yang bersifat spekulasi.

5. Tidak dibolehkan dalam satu barang menggunakan dua harga.
6. Saat melakukan dua transaksi tidak dibolehkan dalam satu akad.

2.1.3 Struktur Perbankan Syariah

Berdasarkan Keegiatannya Bank Syariah dibedakan menjadi Bank Umum Syariah, Unit Usaha Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.

1. Bank Umum Syariah adalah Bank Syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Kegiatan usaha Bank Umum Syariah meliputi:
 - a. Menghimpun dana dalam bentuk simpanan berupa Giro, Tabungan, atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu berdasarkan akad wadi'ah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan Prinsip Syariah.
 - b. Menghimpun dana dalam bentuk investasi berupa Deposito, Tabungan, atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu berdasarkan akad mudharabah atau Akad lain yang tidak bertentangan dengan Prinsip Syariah.
 - c. Menyalurkan pembiayaan bagi hasil berdasarkan Akad mudharabah, Akad musyarakah, atau Akad lain yang tidak bertentangan dengan Prinsip Syariah.

- d. Menyalurkan pembiayaan berdasarkan Akad murabahah, Akad salam, Akad istishna' atau Akad lain yang tidak bertentangan dengan Prinsip Syariah.
- e. Menyalurkan pembiayaan berdasarkan Akad qardh atau Akad lain yang tidak bertentangan dengan Prinsip Syariah.
- f. Menyalurkan pembiayaan penyewaan barang bergerak atau tidak bergerak kepada nasabah berdasarkan Akad ijarah atau sewa beli dalam bentuk ijarah muntahiya bittamlik atau Akad lain yang tidak bertentangan dengan Prinsip Syariah.
- g. Melakukan pengambilalihan utang berdasarkan Akad hawalah atau Akad lain yang tidak bertentangan dengan Prinsip Syariah.
- h. Melakukan usaha kartu debit atau kartu pembiayaan berdasarkan Prinsip Syariah.
- i. Membeli, menjual, atau menjamin atas risiko sendiri surat berharga pihak ketiga yang diterbitkan atas dasar transaksi nyata berdasarkan Prinsip Syariah, antara lain, seperti Akad ijarah, musyarakah, mudharabah, murabahah, kafalah, atau hawalah.
- j. Membeli surat berharga berdasarkan Prinsip Syariah yang diterbitkan oleh pemerintah atau Bank Indonesia.

- k. Menerima pembayaran dari tagihan atas surat berharga dan melakukan perhitungan dengan pihak ketiga atau antarpihak ketiga berdasarkan Prinsip Syariah.
 - l. Melakukan penitipan untuk kepentingan pihak lain berdasarkan suatu Akad yang berdasarkan Prinsip Syariah.
 - m. Menyediakan tempat untuk menyimpan barang dan surat berharga berdasarkan Prinsip Syariah.
 - n. Memindahkan uang, baik untuk kepentingan sendiri maupun untuk kepentingan Nasabah berdasarkan Prinsip Syariah.
 - o. Melakukan fungsi sebagai Wali Amanat berdasarkan Akad wakalah.
 - p. Memberikan fasilitas *letter of credit* atau bank garansi berdasarkan Prinsip Syariah.
 - q. Melakukan kegiatan lain yang lazim dilakukan di bidang perbankan dan di bidang sosial sepanjang tidak bertentangan dengan Prinsip Syariah dan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
2. Unit Usaha Syariah yang selanjutnya disebut UUS, adalah unit kerja dari kantor pusat Bank Umum Konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor atau unit yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan Prinsip Syariah, atau unit kerja di kantor cabang dari suatu Bank yang berkedudukan di luar negeri yang melaksanakan kegiatan

usaha secara konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor cabang pembantu syariah dan/atau unit syariah. Kegiatan usaha UUS meliputi:

- a. Menghimpun dana dalam bentuk Simpanan berupa Giro, Tabungan, atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu berdasarkan Akad wadi'ah atau Akad lain yang tidak bertentangan dengan Prinsip Syariah.
- b. Menghimpun dana dalam bentuk Investasi berupa Deposito, Tabungan, atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu berdasarkan Akad mudharabah atau Akad lain yang tidak bertentangan dengan Prinsip Syariah.
- c. Menyalurkan Pembiayaan bagi hasil berdasarkan Akad mudharabah, Akad musyarakah, atau Akad lain yang tidak bertentangan dengan Prinsip Syariah.
- d. Menyalurkan Pembiayaan berdasarkan Akad murabahah, Akad salam, Akad istishna', atau Akad lain yang tidak bertentangan dengan Prinsip Syariah.
- e. Menyalurkan Pembiayaan berdasarkan Akad qardh atau Akad lain yang tidak bertentangan dengan Prinsip Syariah.
- f. Menyalurkan Pembiayaan penyewaan barang bergerak atau tidak bergerak kepada Nasabah berdasarkan Akad ijarah dan/atau sewa beli dalam bentuk *ijarah*

muntahiya bittamlik atau Akad lain yang tidak bertentangan dengan Prinsip Syariah.

- g. Melakukan pengambilalihan utang berdasarkan Akad hawalah atau Akad lain yang tidak bertentangan dengan Prinsip Syariah.
- h. Melakukan usaha kartu debit dan/atau kartu pembiayaan berdasarkan Prinsip Syariah.
- i. Membeli dan menjual surat berharga pihak ketiga yang diterbitkan atas dasar transaksi nyata berdasarkan Prinsip Syariah, antara lain, seperti Akad ijarah, musyarakah, mudharabah, murabahah, kafalah, atau hawalah.
- j. Membeli surat berharga berdasarkan Prinsip Syariah yang diterbitkan oleh pemerintah dan/atau Bank Indonesia.
- k. Menerima pembayaran dari tagihan atas surat berharga dan melakukan perhitungan dengan pihak ketiga atau antarpihak ketiga berdasarkan Prinsip Syariah.
- l. Menyediakan tempat untuk menyimpan barang dan surat berharga berdasarkan Prinsip Syariah.
- m. Memindahkan uang, baik untuk kepentingan sendiri maupun untuk kepentingan Nasabah berdasarkan Prinsip Syariah.
- n. Memberikan fasilitas *letter of credit* atau bank garansi berdasarkan Prinsip Syariah.

- o. Melakukan kegiatan lain yang lazim dilakukan di bidang perbankan dan di bidang sosial sepanjang tidak bertentangan dengan Prinsip Syariah dan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
3. Bank Pembiayaan Syariah adalah Bank Syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Kegiatan usaha Bank Pembiayaan Rakyat Syariah meliputi:
 - a. Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk:
 - 1) Simpanan berupa Tabungan atau yang dipersamakan dengan itu berdasarkan Akad wadi'ah atau Akad lain yang tidak bertentangan dengan Prinsip Syariah; dan
 - 2) Investasi berupa Deposito atau Tabungan atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu berdasarkan Akad mudharabah atau Akad lain yang tidak bertentangan dengan Prinsip Syariah;
 - b. Menyalurkan dana kepada masyarakat dalam bentuk:
 - 1) Pembiayaan bagi hasil berdasarkan Akad mudharabah atau musyarakah;
 - 2) Pembiayaan berdasarkan Akad murabahah, salam, atau istishna';
 - 3) Pembiayaan berdasarkan Akad qardh;
 - 4) Pembiayaan penyewaan barang bergerak atau tidak bergerak kepada nasabah berdasarkan Akad ijarah

atau sewa beli dalam bentuk ijarah muntahiya bittamlik; dan

- 5) Pengambilalihan utang berdasarkan Akad hawalah;
- c. Menempatkan dana pada Bank Syariah lain dalam bentuk titipan berdasarkan Akad wadi'ah atau Investasi berdasarkan Akad mudharabah dan/atau Akad lain yang tidak bertentangan dengan Prinsip Syariah;
- d. Memindahkan uang, baik untuk kepentingan sendiri maupun untuk kepentingan Nasabah melalui rekening Bank Pembiayaan Rakyat Syariah yang ada di Bank Umum Syariah, Bank Umum Konvensional, dan UUS;
- e. Menyediakan produk atau melakukan kegiatan usaha Bank Syariah lainnya yang sesuai dengan Prinsip Syariah berdasarkan persetujuan Bank Indonesia (sekarang OJK) (Otoritas Jasa Keuangan, 2015).

2.2 Minat Menabung

2.2.1 Pengertian Minat

Menurut Iranati (2017), minat adalah kecenderungan yang menetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa aktivitas. Seseorang yang berminat terhadap aktivitas akan memperhatikan aktivitas itu secara konsisten dengan rasa senang. Minat digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan tindakan, yang dapat dijadikan dasar memprediksi perilaku atau tindakan tersebut. Minat menabung diasumsikan sebagai minat beli

merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap suatu objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian (Luhfiati, 2015).

Minat (*interest*) digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan tindakan, yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan tersebut. Minat menabung diasumsikan sebagai minat beli merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian (Masruroh, 2015).

Minat bukan istilah yang populer karena ketergantungannya pada faktor-faktor internal seperti pemusatan perhatian, keingintahuan, motivasi, dan kebutuhan. Rangsangan yang diberikan oleh bank untuk menarik minat menabung masyarakat terbatas pada rangsangan yang hasilnya dapat dirasakan langsung oleh nasabah. Nasabah saat ini lebih berhati-hati sebelum memutuskan bank manakah yang akan dipilihnya sebagai tempat menginvestasikan dananya. Penilaian masyarakat terhadap bank tidak hanya terpaku pada masalah kuantitas seperti bunga bank, tetapi sudah berkembang pada persoalan kualitas, baik mengenai produk bank maupun layanannya (Zainab, 2011).

2.2.1.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat

Menurut Rouf (2011), ada tiga faktor yang mempengaruhi timbulnya minat, yaitu:

1. Faktor dorongan dari dalam individu

Artinya mengarah pada kebutuhan-kebutuhan yang muncul dari dalam individu, merupakan faktor yang berhubungan dengan dorongan fisik, motif, mempertahankan diri dari rasa lapar, rasa takut, rasa sakit, juga dorongan ingin tahu membangkitkan minat untuk mengadakan penelitian dan sebagainya.

2. Faktor motif sosial

Artinya mengarah pada penyesuaian diri dengan lingkungan agar dapat diterima dan diakui oleh lingkungan atau aktivitas untuk memenuhi kebutuhan sosial, seperti bekerja, mendapatkan status, mendapatkan perhatian dan penghargaan.

3. Faktor emosional atau perasaan

Artinya minat yang erat hubungannya dengan perasaan atau emosi, keberhasilan dalam beraktivitas yang didorong oleh minat akan membawa rasa senang dan memperkuat minat yang sudah ada, sebaliknya kegagalan akan mengurangi minat individu tersebut.

2.2.1.2 Karakteristik Minat

Menurut Rialdy (2018), terdapat tiga karakteristik minat, yaitu sebagai berikut:

1. Minat timbul dari adanya perasaan senang terhadap suatu objek atau situasi yang menarik perhatian seseorang.

2. Minat dapat menyebabkan seseorang menaruh perhatian secara sadar, spontan, mudah, wajar tanpa dipaksakan dan selektif.
3. Minat mengandung unsur penghargaan, mengakibatkan suatu keinginan, dan kegairahan untuk mendapat sesuatu yang diinginkan.

2.2.2 Pengertian Menabung

Menurut Umam (2016), menabung adalah tindakan yang dianjurkan oleh Islam, karena dengan menabung berarti seorang muslim mempersiapkan diri untuk pelaksanaan masa yang akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tak diinginkan. Menabung adalah merupakan cara dalam pengelolaan keuangan yang bertujuan untuk menyiapkan dana cadangan di masa depan. Tabungan juga berperan untuk menjamin kestabilan keuangan anda jika mengalami hal yang tidak diinginkan dikemudian hari. Secara tidak langsung, menabung dapat membantu anda mengetahui tentang prioritas anda dalam keuangan (Desy Fatmawati, 2015).

Menurut Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 Pasal 1 tentang Perbankan Syariah yang menyebutkan bahwa Tabungan adalah simpanan berdasarkan akad wadi'ah atau investasi dana berdasarkan akad mudharabah atau akad lain yang bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syariat dan ketentuan tertentu yang disepakati. Pengertian

menabung menurut Bank Indonesia adalah kegiatan menyisihkan uang untuk dikumpulkan guna mencapai target dana tertentu agar kelak dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan (Inklusif & Indonesia, 2017).

2.2.2.1 Manfaat Tabungan

Manfaat yang diperoleh untuk bank itu sendiri, yakni:

1. Tabungan menjadi salah satu sumber dana bagi bank tersebut dan bisa dipakai untuk menunjang operasional bank dalam memperoleh keuntungan (laba).
2. Tabungan bisa menjadi penunjang untuk menarik nasabah dalam rangka menggunakan fasilitas dan banyak produk lainnya.
3. Untuk membantu program pemerintah setempat dalam memajukan pertumbuhan ekonomi.
4. Meningkatkan kesadaran terhadap masyarakat agar menyimpan uang atau hartanya di bank.

Adapun manfaat yang diperoleh bagi nasabah itu sendiri antara lain:

1. Mereka akan terjamin keamanan uangnya di bank.
2. Akan hemat bagi mereka yang menabung di bank karena terhindar dari pemakaian uang secara terus menerus.
3. Adanya kepastian saat menarik uang, karena dapat menarik uang dimana saja dan kapan saja dengan fasilitas ATM.

2.2.2.2 Tujuan Tabungan

Tabungan mempunyai tujuan, antara lain:

1. Membuat masyarakat meminati untuk menjadi nasabah bank dengan mempercayakan bank untuk mengelola dananya.
2. Meningkatkan pelayanan kepada para nasabah bank dengan fasilitas transaksi yang sering dilakukan seperti penarikan, penyetoran dan lain-lain.
3. Sebagai alat untuk memudahkan transaksi bisnis atau usaha individu.
4. Uang yang disisihkan nasabah dari hasil pendapatannya di bank dapat digunakan untuk cadangan di masa yang akan datang.

2.2.3 Pengertian Minat menabung

Minat menabung adalah suatu rasa ketertarikan yang dirasakan oleh seseorang terhadap suatu produk perbankan, dan ingin mencoba, menggunakan dan memiliki produk tersebut dalam hal tabungan (Marlius, 2016). Minat menabung seseorang sangat mempengaruhi besar kecilnya tabungan seseorang. Minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa keterikatan pada suatu hal dan rasa keterikatan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh (Slameto, 2010).

Minat menabung merupakan keinginan dan kecenderungan seseorang yang kuat tentang sesuatu yang mengarahkan kepada

pilihan dalam hal menabung. Pada prinsipnya minat menabung dimulai oleh banyaknya ransangan dari dalam dirinya, baik berupa ransangan atas pemasaran maupun ransangan dari lingkungannya. Ransangan inilah kemudian diproses diri sesuai dengan karakter pribadinya, sebelum akhirnya diambil keputusan untuk menabung. Adapun salah satu hal mempengaruhi minat menabung dalam penelitian ini ialah pengetahuan tentang perbankan syariah (Mifthaur & Wahyuni, 2016).

Menurut Rialdy (2018), minat menabung pada dasarnya menyangkut hal sebagai berikut, yakni:

1. Masalah kemampuan untuk menabung yang ditentukan oleh selisih antara pendapatan dan pengeluaran yang dilakukan. Apabila pendapatan lebih besar dari pengeluaran dapat dikatakan mempunyai kemampuan untuk menabung.
2. Masalah kesediaan untuk menabung.
3. Setiap individu pada umumnya mempunyai kecenderungan menggunakan seluruh pendapatannya untuk memenuhi kebutuhannya. Karena ada kecenderungan tersebut, maka kemampuan menabung tidak secara otomatis diikuti dengan kesediaan menabung.

2.2.4 Indikator Minat Menabung

Menurut Rouf (2011), minat adalah kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak pada orang. Keinginan yang sosial dari diri individu untuk menggunakan produk/jasa atau melakukan penyimpanan atas uang mereka di bank syariah dengan

tujuan tertentu(Saifudin, 2018). Menurut Rialdy (2018),terdapat 3 indikatornya yaitu:

1. Faktor dorongan dari dalam individu

Artinya minat tidak akan muncul dengan sendirinya secara tiba-tiba dari dalam diri individu. Minat dapat timbul pada diri seseorang melalui proses. Dengan adanya perhatian dan interaksi dengan lingkungan, maka minat tersebut dapat berkembang. Munculnya minat ini biasanya ditandai dengan adanya dorongan, perhatian, rasa senang, kemampuan, kecocokan maupun kesesuaian.

2. Faktor motif sosial

Artinya minat menabung nasabah seringkali diawali dan dipengaruhi oleh banyaknya rangsangan dari luar dirinya, baik berupa rangsangan pemasaran maupun dari lingkungannya. Rangsangan tersebut kemudian diproses dalam diri sesuai dengan karakteristik pribadinya, sebelum akhirnya diambil keputusan untuk menabung.

3. Faktor emosional atau perasaan

Faktor pribadi/emosional konsumen yang dipergunakan untuk memproses rangsangan tersebut sangat kompleks dan salah satunya adalah motivasi untuk menabung.

2.3 Religiusitas

2.3.1 Pengertian Religiusitas

Menurut Jallaludin (2010) Agama dalam kehidupan individu berfungsi sebagai suatu nilai yang memuat norma-norma

tertentu, dan dalam membentuk sistem nilai pada diri individu tersebut adalah dengan agama. Religiusitas adalah internalisasi nilai-nilai agama dalam diri seseorang. Internalisasi disini berkaitan dengan kepercayaan terhadap ajaran-ajaran agama baik didalam hati maupun dalam ucapan. Kepercayaan ini kemudian diakualisasikan dalam perbuatan dan tingkah laku sehari-hari (Aviyah & Farid, 2014).

Menurut Ghufron & Risnawita, (2010:168) agama menunjuk pada aspek-aspek formal yang berkaitan dengan aturan dan kewajiban, sedangkan religiusitas menunjuk pada aspek agama yang telah dihayati oleh seseorang dalam hati. Religiusitas merupakan tingkat keterikatan individu terhadap agamanya. Apabila individu telah menghayati dan menginternalisasikan ajaran agamanya, maka ajaran agama akan berpengaruh dalam segala tindakan dan pandangan hidupnya.

2.3.2 Dimensi Religiusitas

Menurut Pontoh (2015:103), religiusitas seseorang akan meliputi berbagai macam sisi atau dimensi, yaitu:

1. Dimensi keyakinan

Dimensi ini bersisi pengharapan- pengharapan dimana orang religius berpegang teguh pada pandangan teologis tertentu dan mengakui kebenaran doktrin-doktrin tersebut.

2. Dimensi praktik agama

Dimensi ini mencakup perilaku pemujaan, ketaatan dan hal-hal yang dilakukan orang untuk menunjukkan komitmen terhadap agama yang dianutnya. Ketaatan dan ritual bagaikan ikan dengan air meski ada perbedaan penting. Apabila aspek ritual dari komitmen sangat formal dan khas publik, semua agama yang dikenal juga mempunyai perangkat tindakan persembahan dan kontemplasi personal yang relatif spontan, informal dan khas pribadi.

3. Dimensi pengalaman

Dimensi ini berisikan dan memperhatikan fakta bahwa semua agama mengandung pengharapan tertentu, meski tidak tepat jika dikatakan bahwa seseorang yang beragama dengan baik pada suatu waktu akan mencapai pengetahuan subjektif dan langsung mengenai kenyataan terakhir (kenyataan terakhir bahwa ia akan mencapai suatu kontak dengan kekuatan supernatural).

4. Dimensi pengetahuan agama

Dimensi ini mengacu kepada harapan bahwa orang-orang yang beragama paling tidak memiliki sejumlah minimal pengetahuan mengenai dasar-dasar pengetahuan dan keyakinan jelas berkaitan satu sama lain.

5. Dimensi pengamalan dan konsekuensi

Dimensi ini mengacu pada identifikasi akibat-akibat keyakinan religiusitas, praktik, pengalaman dan pengetahuan seseorang dari hari ke hari. Agama banyak

menggariskan bagaimana pemeluknya seharusnya berpikir dan bertindak dalam kehidupan sehari-hari, tidak sepenuhnya jelas sebatas mana konsekuensi-konsekuensi agama merupakan bagian dari komitmen religiusitas atau semata-mata berasal dari agama.

2.3.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Religiusitas

Menurut Saifudin (2018), faktor-faktor yang mempengaruhi religiusitas menjadi empat macam, yaitu:

1. Pengaruh pendidikan dan berbagai tekanan sosial
Faktor ini mencakup semua pengaruh sosial dalam perkembangan keagamaan itu, tekanan dari orang tua, tradisi- tradisi sosial, tekanan dari lingkungan sosial untuk menyesuaikan diri dengan berbagai pendapat dan sikap yang disepakati oleh lingkungan itu.
2. Faktor pengalaman
Berkaitan dengan berbagai jenis pengalaman yang membentuk sikap keagamaan. Terutama pengalaman mengenai keindahan, konflik moral dan pengalaman emosional keagamaan. Faktor ini umumnya berupa pengalaman spiritual yang secara cepat dapat mempengaruhi perilaku individu.
3. Faktor kehidupan
Kebutuhan-kebutuhan ini secara garis besar dapat menjadi empat, yaitu: (a) kebutuhan akan keamanan atau

keselamatan, (b) kebutuhan akan cinta kasih, (c) kebutuhan untuk memperoleh harga diri, dan (d) kebutuhan yang timbul karena adanya ancaman kematian.

4. Faktor intelektual

Berkaitan dengan proses penalaran verbal atau rasionalisasi.

2.3.4 Indikator Religiusitas

Menurut Masruroh (2015), religiusitas adalah kepercayaan kepada Tuhan disertai dengan komitmen untuk mengikuti prinsip-prinsip yang diyakini ditetapkan oleh Allah. Sebagai tindakan mengekspresikan ajaran agama melalui perilaku ritual ibadah dan social kemasyarakatan. Dalam hal ini tabungan merupakan fungsi dari religiusitas yang tercermin dalam perilaku konsumsi di mana pengeluaran demi Allah dianggap sebagai tabungan (Pontoh, 2015).

Indikator Religiusitas terbagi menjadi 5 yaitu:

1. Keyakinan
2. Praktik agama
3. Pengalaman
4. Pengetahuan agama
5. Konsekuensi

2.4 Sikap

2.4.1 Pengertian Sikap

Menurut Sumarwan (2014:166) sikap merupakan ungkapan perasaan konsumen tentang suatu objek apakah disukai atau tidak,

dan sikap juga menggambarkan kepercayaan konsumen terhadap berbagai atribut dan manfaat dari objek tersebut. Sikap diartikan sebagai suatu reaksi atau respon yang muncul dari seseorang individu terhadap objek yang kemudian memunculkan perilaku individu terhadap objek tersebut dengan cara-cara tertentu (Azwar, 2010:3).

Sikap merupakan ungkapan perasaan konsumen tentang suatu obyek apakah disukai atau tidak, dan sikap juga bisa menggambarkan kepercayaan konsumen terhadap berbagai atribut dan manfaat dari obyek tersebut (Sumarwan, 2011:166). Sikap terhadap perilaku ditentukan oleh keyakinan yang diakses tentang konsekuensi dari perilaku, yang disebut *behavioral belief*. Setiap *behavioral belief* berhubungan dengan perilaku terhadap suatu hasil tertentu, atau terhadap atribut lainnya seperti biaya atau pengorbanan yang dikeluarkan pada saat menampilkan sebuah perilaku (Priaji, 2011:49).

2.4.2 Komponen Sikap

Menurut Damiati, (2017:39) sikap terdiri atas tiga komponen utama, yaitu:

1. **Komponen Kognitif:** Komponen pertama dari sikap kognitif seseorang yaitu pengetahuan dan persepsi yang diperoleh melalui kombinasi pengalaman langsung dengan objek sikap dan informasi tentang objek itu yang diperoleh dari berbagai sumber. Pengetahuan dan persepsi yang

dihasilkannya biasanya membentuk keyakinan artinya keyakinan konsumen bahwa objek sikap tertentu memiliki beberapa atribut dan bahwa perilaku tertentu akan menyebabkan hasil tertentu.

2. **Komponen Afektif:** Komponen afektif berkaitan dengan emosi atau perasaan konsumen terhadap suatu objek. Perasaan itu mencerminkan evaluasi keseluruhan konsumen terhadap suatu objek, yaitu suatu keadaan seberapa jauh konsumen merasa suka atau tidak suka terhadap objek itu evaluasi konsumen terhadap suatu merek dapat diukur dengan penilaian terhadap merek dari “sangat jelek” sampai “sangat baik” atau dari “sangat tidak suka” sampai sangat suka.
3. **Komponen Konatif:** Merupakan komponen yang berkaitan dengan kemungkinan atau kecenderungan bahwa seseorang akan melakukan tindakan tertentu yang berkaitan dengan objek sikap, komponen konatif seringkali diperlukan sebagai suatu ekspresi dari niat konsumen untuk membeli.

2.4.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sikap

Menurut Setiasih (2011:36), terdapat faktor-faktor intern dan ekstern yang mempengaruhi terbentuknya sikap:

1. **Faktor intern** yaitu faktor-faktor yang terdapat dalam diri orang yang bersangkutan sendiri, seperti selektivitas.

2. Faktor ekstern yaitu selain faktor-faktor yang terdapat dalam diri seseorang seperti, sifat obyek yang dapat dijadikan sasaran sikap dan pengalaman-pengalaman yang berhubungan dengan suatu hal tertentu.

2.4.4 Karakteristik Sikap

Menurut Sumarwan (2011), karakteristik sikap terbagi menjadi delapan yaitu sebagai berikut:

1. Sikap memiliki obyek

Didalam pemasaran sikap konsumen harus terkait dengan obyek, obyek tersebut bisa terkait dengan berbagai konsep konsumsi dan pemasaran seperti produk, merek, iklan, harga, kemasan, penggunaan, media dan sebagainya.

2. Konsistensi sikap

Sikap adalah gambaran perasaan dari seorang konsumen dan perasaan tersebut akan direfleksikan oleh perilakunya. Karena itu sikap memiliki konsistensi dengan perilaku. Perilaku seorang konsumen merupakan gambaran dari sikapnya.

3. Sikap positif, negatif dan netral

Seseorang mungkin menyukai makanan rendang (sikap positif) atau tidak menyukai minuman alkohol (sikap negatif), atau bahkan ia tidak memiliki sikap (sikap netral). Sikap yang memiliki dimensi positif, negatif dan netral tersebut disebut sebagai karakteristik valence dari sikap.

4. Intensitas Sikap

Sikap seorang konsumen terhadap suatu merk produk akan bervariasi tingkatannya, ada yang sangat menyukai atau bahkan ada yang begitu sangat tidak menyukainya. Ketika konsumen menyatakan derajat tingkat kesukaan terhadap suatu produk, maka ia mengungkapkan intensitas sikapnya. Intensitas sikap disebut sebagai karakteristik *extrimity* dari sikap.

6. Resistensi Sikap

Resistensi adalah seberapa besar sikap seorang konsumen bisa berubah. Pemasar penting dalam memahami bagaimana resistensi konsumen agar bisa menerapkan strategi pemasaran yang tepat. Pemasaran ofensif bisa diterapkan untuk mengubah sikap konsumen yang sangat resisten atau merekrut konsumen baru.

7. Persistensi Sikap

Persistensi adalah karakteristik sikap yang menggambarkan bahwa sikap akan berubah karena berlalu waktunya.

8. Keyakinan Sikap

Keyakinan adalah kepercayaan konsumen mengenai kebenaran sikap dimilikinya.

2.4.5 Indikator Sikap

Adapun indikator sikap sebagai berikut (Ramadani, 2018):

1. Alasan yang mendorong konsumen untuk menabung di bank syariah.

2. Sikap konsumen apabila bank syariah membuka cabang yang tersebar diseluruh negeri.
3. Sikap konsumen apabila diumumkan bahwa menabung di bank syariah tidak akan mendapatkan riba.
4. Sikap konsumen terhadap bank syariah yang meminjamkan modal tanpa bunga sebagai suatu kontribusi pihak bank dalam membantu masyarakat.
5. Sikap konsumen tentang penghapusan tingkat bunga pada pinjaman pada prinsip bagi hasil dibank syariah.

2.5 *Perceived Behavioral Control* (kontrol perilaku yang dirasakan)

2.5.1 Pengertian *Perceived Behavioral Control*.

Perceived behavioral control (control perilaku yang dirasakan) yaitu suatu derajat dimana seorang individu merasa bahwa tampil atau tidaknya suatu perilaku yang dimaksud adalah dibawah pengendaliannya. Orang cenderung tidak akan membentuk suatu *intensi* yang kuat untuk menampilkan suatu perilaku tertentu jika ia percaya bahwa ia tidak memiliki sumber atau kesempatan untuk melakukannya. Meskipun ia memiliki sikap positif dan ia percaya bahwa orang-orang yang penting baginya akan menyetujuinya niat seseorang untuk melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan (Desy Fatmawati, 2015).

Perceived behavioral control, dapat mempengaruhi perilaku secara langsung dan tidak langsung. Pengaruh secara tidak

langsung dilakukan dengan cara mempengaruhi intensi seseorang untuk melakukan sesuatu perilaku. Dalam teori *Planned Behavior*, *perceived behavioral control* terbentuk dari dua buah komponen. Komponen tersebut adalah *control belief*, yaitu persepsi atau keyakinan seseorang tentang seberapa sulit suatu perilaku dimunculkan yang berasal dari persepsinya mengenai kesulitan, resiko, dan tantangan yang tercakup bila ingin mengeluarkan perilaku. Kedua, *perceive power* yang berbicara mengenai persepsi seseorang tentang apakah dirinya mampu atau tidak untuk memunculkan suatu perilaku perilaku tersebut dengan mempertimbangkan kesulitan, resiko, dan tantangan yang menyertai. Dengan kata lain, PBC juga dapat dilihat sebagai *self efficacy* seseorang untuk memunculkan perilaku (Yogatama, 2013).

Menurut Hartoni & Riana (2015), menyatakan bahwa kontrol perilaku yang dirasakan (*Perceived behavioral control*) memiliki implikasi motivasional pada niat. Individu yang percaya bahwa dirinya tidak memiliki sumber daya untuk melaksanakan perilaku tertentu, cenderung tidak membentuk *intensi* yang kuat untuk melaksanakannya, walaupun individu tersebut memiliki sikap yang menyenangkan terhadap perilaku tersebut.

2.5.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Perceived Behavioral Control*

Berikut merupakan faktor yang dipersepsi menjadi pendukung dan penghambat nasabah untuk menabung pada Bank Syariah (Priaji, 2011:76).

1. Faktor yang dipersepsi sebagai pendukung:
 - a. Mendapatkan beberapa ketenangan.
 - b. Menyimpan uang dengan cara yang diarahkan oleh Islam.
 - c. Berpartisipasi dalam rencana baik untuk persaudaraan.
 - d. Keselamatan di dunia dan akhirat.
 - e. Keinginan untuk mendapatkan pahala.
2. Faktor yang dipersepsi sebagai penghambat:
 - a. Kurangnya informasi tentang produk bank syariah.
 - b. Tidak melihat manfaat praktis dari produk.
 - c. Ada hambatan mental untuk menjadi nasabah yang dipersepsi harus menyesuaikan dengan aturan syariah yang ketat.
 - d. Bank syariah belum terbukti dalam kinerja mereka.
 - e. Laba-rugi dan sisten bagi hasil dirasakan lebih rendah dari bunga di bank konvevsional.
 - f. Tidak mendukung kegiatan individu dan bisnis dalam mengelola keuangan.

2.5.3 Fungsi *Perceived Behavioral Control*

Menurut Maulana (2017), *perceived behavioral control* sebagai fungsi yang didasarkan oleh *belief* (keyakinan) yang disebut sebagai *control beliefs*, yaitu belief individu mengenai faktor pendukung dan atau penghambat untuk melakukan suatu perilaku (*salient control beliefs*). Keyakinan tentang faktor pendukung dan penghambat untuk melakukan suatu perilaku didasarkan pada pengalaman terdahulu individu tentang suatu perilaku, informasi yang dimiliki individu tentang suatu perilaku yang diperoleh dengan melakukan observasi pada pengetahuan yang dimiliki diri maupun orang lain yang dikenal individu, dan juga oleh berbagai faktor lain yang dapat meningkatkan ataupun menurunkan perasaan individu mengenai tingkat kesulitan dalam melakukan suatu perilaku.

2.5.4 Indikator *Perceived Behavioral Control*

Menurut Cahyadi (2013), *Perceived behavior control* menggunakan indikator sebagai berikut;

1. Bisa mendapatkan ketenangan hati karena terbebas dari riba.
2. Menyimpan uang dengan cara yang diarahkan oleh Islam.
3. Memudahkan mendapatkan ATM Bank Syariah.
4. Ingin mendapatkan keselamatan di dunia dan akhirat.
5. Ingin mendapatkan berkah dan pahala, mendapatkan pelayanan bank syariah yang baik.

2.6 Penelitian Terdahulu

Penelitian terkait ini digunakan untuk salah satu alasan penulis untuk mengambil objek dan variabel dari penelitian. Maka dari itu, penelitian terkait juga dapat digunakan untuk menjadi bahan perbandingan dalam penelitian ini. Selain dari pada kedua hal tersebut, penelitian terkait juga sangat berguna untuk membantu penulis dalam menjawab setiap permasalahan yang ditemukan selama proses penelitian ini berlangsung.

Berikut penulis akan melampirkan beberapa penelitian yang terkait berbentuk karya tulis ilmiah untuk menjadi sumber *reference* penulis dalam melakukan penelitian ini:

1. Purwanto (2016), Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Tingkat Pendapatan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Religiusitas dan Tingkat Pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah, sedangkan variable Pengetahuan berpengaruh signifikan negative.
2. Saifudin (2018), Pengaruh Promosi, Religiusitas, dan Kepercayaan terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah dengan Pengetahuan Masyarakat Sebagai Variabel Intervening. Penelitian ini menyimpulkan bahwa berdasarkan hasil Uji-t pertama diperoleh bahwa variabel promosi, dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menabung di bank

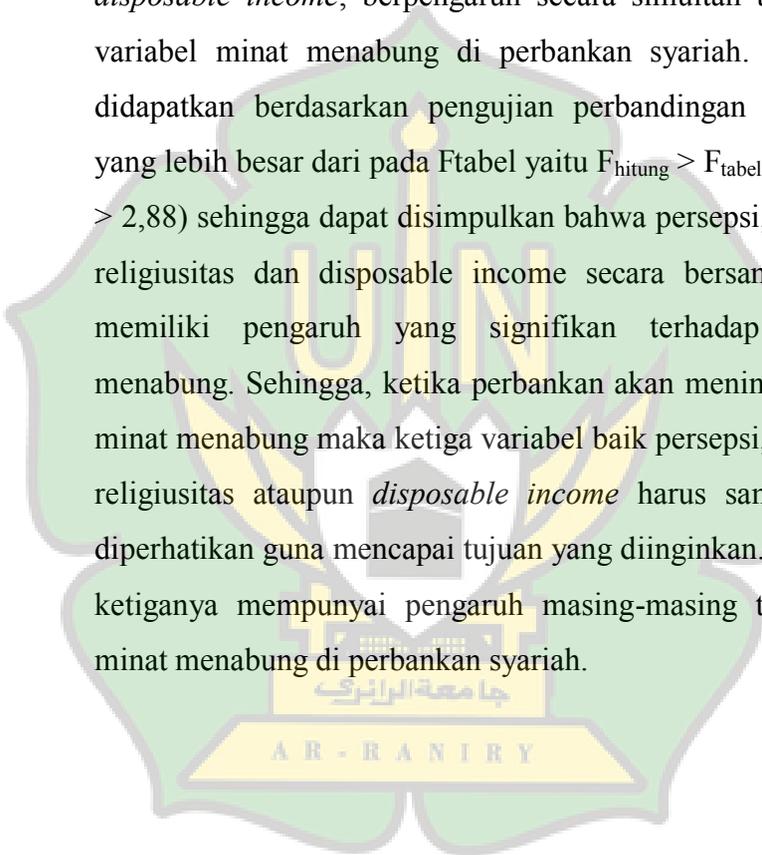
syariah, variabel religiusitas dan pengetahuan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat menabung. Hasil Uji-t test kedua menunjukkan bahwa variabel promosi, religiusitas, dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengetahuan masyarakat pada bank syariah. Variabel pengetahuan tidak mampu memediasi promosi, religiusitas, dan kepercayaan terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah.

3. Arsyidian (2019), Pengaruh Persepsi, Tingkat Religiusitas Dan *Disposable Income* Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah. Penelitian ini menyimpulkan bahwa faktor persepsi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di perbankan syariah, dapat dibuktikan dengan melihat perhitungan dari Uji-t yang menunjukkan hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $4,846 > 0,1986$. Pengaruh tingkat religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di perbankan syariah. Dapat dibuktikan dengan melihat perhitungan dari Uji-t yang menunjukkan hasil $t_{hitung} > t_{table}$ yaitu $3,573 > 0,1986$. Pengaruh *Disposable income* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di perbankan syariah, dapat dibuktikan dengan melihat perhitungan dari Uji-t yang menunjukkan hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,851 > 0,1986$. Pengaruh Persepsi, Tingkat Religiusitas, dan *Disposable Income* berpengaruh secara simultan terhadap Minat

Menabung, hal ini dapat dibuktikan dengan melihat perhitungan dari Uji F yang menunjukkan hasil bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $26,106 > 2,70$ F table sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima.

4. Maulidi (2018), Pengaruh pengetahuan, Religiusitas, dan Lingkungan Sosial terhadap Minat Menabung Menggunakan Bank Syariah. Penelitian ini menyimpulkan bahwa secara parsial variabel Pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung siswa menggunakan bank syariah. Variabel Religiusitas berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat menabung siswa menggunakan bank syariah dan variabel Lingkungan Sosial berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap minat menabung siswa menggunakan bank syariah.
5. Ningsih (2017), Pengaruh Persepsi, Tingkat Religiusitas dan *Disposable Income* Terhadap Minat Menabung di Perbankan Syariah. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di perbankan syariah, hal ini didapat berdasarkan perhitungan Uji-t yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,396 > 2,03011$) dengan nilai signifikansi ($0,022 < 0,05$). Tingkat religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di perbankan syariah, hal ini didapat berdasarkan perhitungan Uji-t yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,052 > 2,03011$) dengan nilai signifikansi ($0,000 < 0,05$). *Disposable income*

tidak berpengaruh terhadap minat menabung di perbankan syariah, hal ini didapat berdasarkan perhitungan Uji-t yaitu $t_{hitung} < T_{tabel}$ ($-0,253 < 2,03011$ dengan nilai signifikansi ($0,802 > 0,05$). Jadi persepsi, tingkat religiusitas dan *disposable income*, berpengaruh secara simultan terhadap variabel minat menabung di perbankan syariah. Hal ini didapatkan berdasarkan pengujian perbandingan F_{hitung} yang lebih besar dari pada F_{tabel} yaitu $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($13,596 > 2,88$) sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi, tingkat religiusitas dan *disposable income* secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung. Sehingga, ketika perbankan akan meningkatkan minat menabung maka ketiga variabel baik persepsi, tingkat religiusitas ataupun *disposable income* harus sama-sama diperhatikan guna mencapai tujuan yang diinginkan. Karena ketiganya mempunyai pengaruh masing-masing terhadap minat menabung di perbankan syariah.



Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Metode Penelitian, populasi & Teknik Sampling	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1	Purwanto (2016)	Kuantitatif, masyarakat Kabupaten Boyolali 925548 jiwa, & teknik probability sampling	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variabel dependen (Y) Minat Menabung 2. Variabel Independen (X) Religiusitas 3. Analisis data menggunakan analisis regresi berganda. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variabel Independen (X) Pengetahuan dan Pendapatan 2. Objek penelitian masyarakat menabung di bank syariah Boyolali 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengetahuan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menabung 2. Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung 3. Tingkat pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung 4. pengetahuan, religiusitas dan tingkat pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung
2	Ningsih (2017)	Kuantitatif, Dosen UIN Raden Intan Lampung sebanyak 281 dosen, & stratified random sampling	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variabel dependen (Y) Minat Menabung Variabel Independen (X) Religiusitas 2. Analisis data menggunakan analisis regresi berganda. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variabel Independen (X) Persepsi, Tingkat dan Disposable Income. Objek Penelitian Dosen UIN Raden Intan Lampung 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. 2. Tingkat religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. 3. <i>Disposable income</i> tidak berpengaruh terhadap minat menabung.

Tabel 2.2 - Lanjutan

No	Nama Peneliti	Metode Penelitian, populasi & Teknik Sampling	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
3	Maulidi (2018)	Kuantitatif, Siswa SMA Negeri 1 Ambarawa yang berjumlah 1.080, & <i>Simple random sampling</i> .	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variabel dependent (Y) Minat Menabung 2. Variabel Independent (X) Religiusitas 3. Analisis data menggunakan analisis regresi berganda. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variabel Independent (X) Pegetahuan dan Lingkungan Sosial. 2. Objek Penelitian pada Siswa Negeri 1 Ambarawa. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. 2. Variabel Religiusitas berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat menabung. 3. Variabel Lingkungan Sosial berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap minat menabung
4	Saifudin (2018)	Kuantitatif, masyarakat Kota Salatiga berjumlah 186.420 orang, & <i>nonprobability sampling</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variabel dependent (Y) Minat Menabung 2. Variabel Independent (X) Religiusitas 3. Analisis data menggunakan analisis regresi berganda. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variabel Independent (X) Promosi dan kepercayaan. 2. Memiliki Variabel Intervening. 3. Objek penelitian nya Masyarakat di Kota Salatiga. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variable promosi, dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menabung di bank Syariah. 2. Variabel religiusitas dan pengetahuan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat menabung. 3. Variabel promosi, religiusitas, dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengetahuan masyarakat pada bank syariah. 4. Variabel pengetahuan tidak mampu memediasi promosi, religiusitas, dan kepercayaan terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah.

5	Arsyidian (2019)	Kuantitatif, kecamatan Tulis yang berjumlah 41.382 jiwa, & <i>Ramdom Sampling</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variabel dependen (Y) Minat Menabung 2. Variabel Independent (X) Religiusitas 3. Analisis data menggunakan analisis regresi berganda. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variabel Independent (X) Persepsi, Disposable Income. 2. Objek Penelitian pada Masyarakat kecamatan Tulis. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Persepsi, tingkat religiusitas, disposable income berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung.
---	------------------	---	--	--	---

Sumber : Data diolah (2020)

2.7 Pengaruh Variabel Bebas terhadap Variabel Terikat

2.7.1 Pengaruh Religiusitas terhadap Minat Menabung

Penelitian mengenai religiusitas terhadap minat menjadi nasabah yang dilakukan oleh Khotimah (2018), yang menyatakan bahwa variabel religiusitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah. Namun, penelitian yang dilakukan oleh Kristiyadi & Hartiyah (2016), menyatakan bahwa variabel religiusitas tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah.

Penelitian yang dilakukan oleh Fatmawati (2015), hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas dan informasi berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah. Sehingga religiusitas mempengaruhi minat masyarakat menabung di bank syariah karena seseorang yang memiliki ketaatan agama yang tinggi mereka akan memilih produk-produk yang bebas riba, maka kemungkinan seseorang yang

imannya tinggi akan meningkatkan minat menabung di bank syariah.

2.7.2 Pengaruh Sikap terhadap Minat Menabung

Menurut Sugiarto (2018), hasil uji-t menjelaskan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan sikap terhadap minat menabung di bank syariah pada pelaku bisnis pasar Demagan, sehingga sikap mempengaruhi minat pelaku bisnis menabung di Bank Syariah. Sikap juga berarti penilaian atau kesan dari pelaku bisnis terhadap Bank Syariah tersebut dimana pelaku bisnis yang memiliki sikap yang positif dan baik terhadap Bank Syariah, maka pelaku bisnis tersebut akan memiliki keinginan/minat untuk menabung pada Bank Syariah tersebut. Sebaliknya, jika persepsi yang dimiliki oleh masyarakat tentang Bank Syariah negatif/buruk, maka keinginan masyarakat untuk menabung juga akan kecil. Hasil penelitian lainnya juga menunjukkan bahwa sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah, Dimana masyarakat yang memiliki sikap yang positif dan baik terhadap Bank Syariah, maka masyarakat tersebut memiliki minat untuk menabung pada Bank Syariah. (Rohmadi, Nurbaiti, & Junaidi, 2016).

1.7.3 Pengaruh *Perceived Behavioral Control* terhadap Minat Menabung

Hasil penelitian yang dilakukan Aliyuddin (2015), bahwa *Perceived Behavioral Control* berpengaruh positif terhadap minat menabung. Hal tersebut menunjukkan bahwa masyarakat atau individu yang memiliki *perceived behavioral control* yang baik akan lebih memiliki minat menabung yang tinggi.

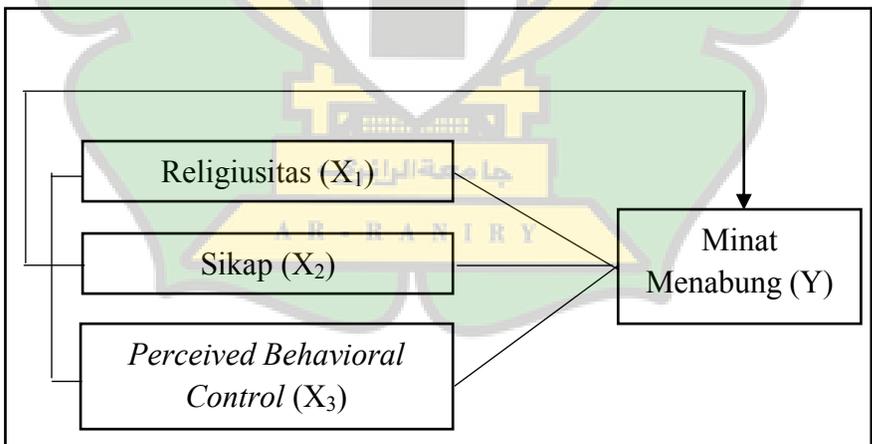
Percieved Behavior Control juga digambarkan sebagai persepsi masyarakat atau individu mengenai kontrol yang dimiliki masyarakat atau individu tersebut sehubungan dengan tingkah laku tertentu (Maulana, 2017). Dengan masyarakat atau individu mempersepsikan sesuatu yang baik terhadap minat menabung untuk jangka panjang maka individu cenderung akan melakukannya.

Penelitian yang dilakukan Setyawan & Japarianto (2014), menunjukkan bahwa masyarakat atau individu yang percaya terhadap persepsinya maka individu akan cenderung akan melakukan hal yang sama terhadap apa yang dipersepsikan, seperti percaya terhadap kualitas bank maka individu akan lebih berminat untuk menabung pada bank tersebut. *Perceived behavioral control* yang dimiliki masyarakat atau individu akan membawa dampak baik bagi masyarakat atau individu itu sendiri, khususnya dalam hal memandang sebuah perilaku menabung adalah hal penting. Hal itu disebabkan karena individu dengan *perceived behavioral control* baik akan mempresentasikan kepercayaan terhadap sesuatu dan

tentang seberapa mudah individu menunjukkan suatu perilaku, ketika masyarakat atau individu percaya bahwa dirinya memahami financial dengan baik untuk menunjukkan suatu perilaku maka *Perceived Behavioral Control* individu untuk menabung sangat kuat. Hasil penelitian lain menyebutkan bahwa faktor-faktor yang berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah adalah sikap, norma subjektif, dan penghasilan, sedangkan *perceived behavior control*, religiusitas, pendidikan, dan usia tidak berpengaruh signifikan (Priaji, 2011).

2.8 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan uraian dari pengaruh antar variabel diatas maka dapat digambarkan suatu pola kerangka berpikir, sebagai berikut:



Gambar 2. 1

Model Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran tersebut memberikan gambaran bahwa ada pengaruh sejumlah faktor dari Religiusitas, Sikap dan *Perceived Behavioral Control* terhadap minat menabung pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh.

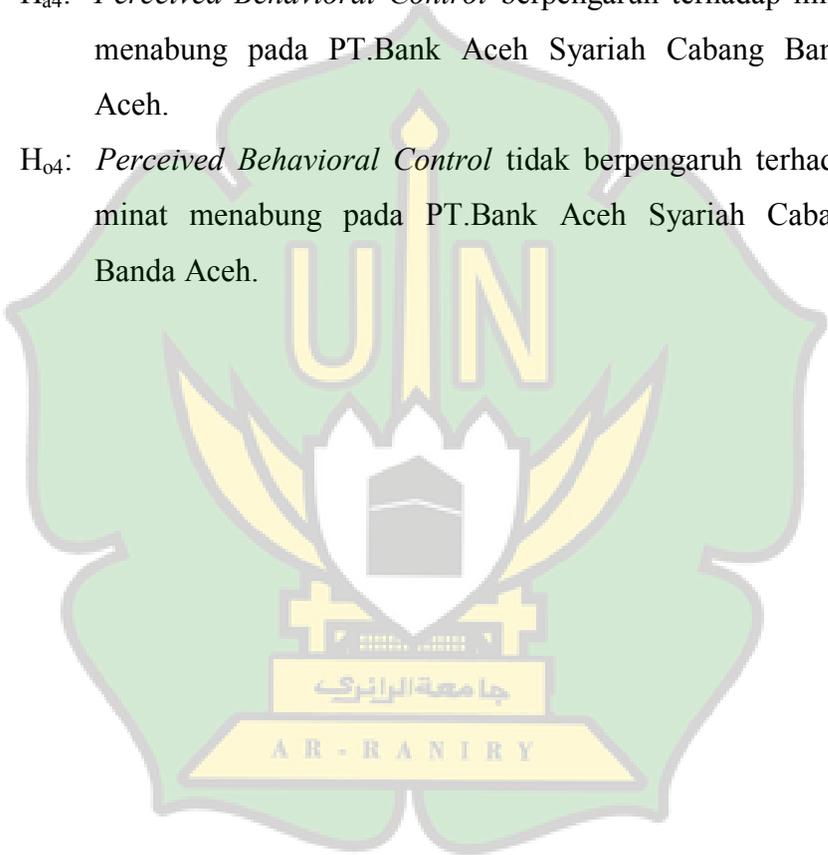
2.9 Pengembangan Hipotesis

Hipotesis adalah suatu kesimpulan yang belum sempurna, sehingga perlu disempurnakan dengan membuktikan kebenaran hipotesis tersebut. Pembuktian tersebut hanya dapat dilakukan dengan menguji hipotesis dengan data di lapangan (Bungin, 2015).

Seperti yang telah digambarkan diatas, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi Minat Menabung diantaranya adalah Religiusitas, Sikap dan *Perceived Behavioral Control* sehingga peneliti dapat menarik hipotesis, sebagai berikut:

- H_{a1} : Religiusitas, Sikap dan *Perceived Behavioral Control* berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh.
- H_{o1} : Religiusitas, Sikap dan *Perceived Behavioral Control* tidak berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh.
- H_{a2} : Religiusitas berpengaruh terhadap minat menabung pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh.
- H_{o2} : Religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat menabung pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh.

- H_{a3}: Sikap berpengaruh terhadap minat menabung pada PT.Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh.
- H_{o3}: Sikap tidak berpengaruh terhadap minat menabung pada PT.Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh.
- H_{a4}: *Perceived Behavioral Control* berpengaruh terhadap minat menabung pada PT.Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh.
- H_{o4}: *Perceived Behavioral Control* tidak berpengaruh terhadap minat menabung pada PT.Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis penelitian

Penelitian yaitu suatu penyelidikan yang baik dan teratur dan terus-menerus dapat memecahkan suatu masalah (Nazir, 2014). Penelitian ini tergolong pada kategori penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif bisa diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel pada dasarnya dilakukan secara random (acak), pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif /statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2014). Peneliti dalam menganalisis data yang diperoleh di lapangan menggunakan program *software spreadsheet* seperti *microsoft excel*, dan juga program statistik SPSS.

Tujuan Penelitian ini adalah penelitian kausal dengan pengujian hipotesis. Studi kausal dilakukan dengan tujuan menguji apakah suatu variabel dapat memberikan dampak terhadap variabel yang lain atau tidak. Oleh karena itu, adapun tujuan studi dalam penelitian ini yaitu untuk menguji pengaruh Religiusitas, sikap dan *Perceived Behavioral Control* terhadap Minat Menabung pada PT.Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh.

3.2 Populasi, Sampel, dan Penarikan Sampel

3.2.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2011), populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi merupakan kumpulan dari individu dengan kualitas serta ciri-ciri yang telah ditetapkan. Populasi dari penelitian ini yaitu nasabah yang menabung di PT Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh yang berjumlah 128.206 nasabah pada tahun 2020 (Oktober).

3.2.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut dan dianggap mewakili seluruh populasi (Sugiyono, 2014:116). Mengingat jumlah populasi yang relatif besar maka perlu dilakukan pengambilan sampel. Penelitian ini menggunakan *probability sampling* dengan teknik *simple random sampling* dimana setiap sampel nya memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi sampel.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu nasabah Bank Aceh di Banda Aceh yang berjumlah 128.206 nasabah. Untuk menentukan jumlah sampel, penelitian ini menggunakan teknik Slovin (Sugiyono, 2015). Alasan peneliti menggunakan rumus Slovin karena jumlahnya harus mewakili populasi agar penelitian dapat digeneralisasikan dan tidak menggunakan tabel jumlah

sampel, adapun rumus Slovin untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut:

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

$$n = \frac{128.206}{1 + 128.206(0,1)^2}$$

$$n = 100 \text{ Responden}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Persentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir; e = 10%

Maka jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini, diketahui dengan perhitungan sebagai berikut:

Berdasarkan perhitungan di atas didapat jumlah sampel sebanyak 100 responden dari total nasabah Bank Aceh Syariah di Banda Aceh.

3.3 Teknik pengumpulan Data

Menurut Indriantoro & Supomo (2013:145), sumber data adalah “Sumber data merupakan faktor penting yang menjadi pertimbangan dalam penentuan metode pengumpulan data disamping jenis data yang telah dibuat di muka”. Sumber data terdiri dari: sumber data primer dan sumber data sekunder.

3.3.1 Data Primer

Menurut Umar (2013:42), data primer adalah “Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti”. Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara)” (Indriantoro & Supomo, 2013:142).

3.4 Skala Ukur Instrumen

Pengertian skala pengukuran data dalam penelitian menurut Sugiono (2012), adalah kesepakatan yang digunakan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif.

Dalam penelitian ini skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert (*Likert scale*) dengan interval 1-5. Skala Likert didesain untuk menelaah seberapa kuat subjek setuju atau tidak setuju dengan pernyataan pada skala 5 titik (Sekaran & Bougie, 2017). Penentuan nilai skala Likert dengan menggunakan lima tingkatan jawaban yang dapat dilihat dari tabel berikut ini :

Tabel 3.1
Instrumen Skala Likert

Keterangan (Pilihan)	Skor
Sangat tidak setuju	1
Tidak Setuju	2
Kurang Setuju	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Sumber: (Sekaran, 2017)

Dalam skala likert ini, opsi pilihan “netral” digantikan oleh “kurang setuju”. Hal ini dikarenakan opsi netral menunjukkan bahwa responden belum mampu menentukan sikap (Widhiarso, 2010).

3.5 Operasionalisasi Variabel

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014:61). Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat). Variabel independen dilambangkan dengan X, variabel dependen dilambangkan dengan Y. Adapun operasionalisasi variabel dijelaskan pada Tabel 3.2

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel Penelitian

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Variable Independen				
1	Religiusitas (X ₁)	Religiusitas adalah kepercayaan kepada Tuhan disertai dengan komitmen untuk mengikuti prinsip-prinsip yang diyakini ditetapkan oleh Allah. Sebagai tindakan mengekspresikan ajaran agama melalui perilaku ritual ibadah dan social kemasyarakatan (Masruroh, 2015).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keyakinan 2. Praktik Agama 3. Pengalaman 4. Pengetahuan agama 5. Konsekuensi (Masruroh, 2015) 	Nominal
2	Sikap (X ₂)	Sikap adalah kecenderungan yang dipelajari dalam berperilaku dengan cara yang menyenangkan atau tidak menyenangkan terhadap suatu obyek tertentu (Ramadani, 2018)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Alasan yang mendorong konsumen untuk menabung di bank syariah. 2. Sikap konsumen apabila bank syariah membuka cabang yang tersebar diseluruh negeri. 3. Sikap konsumen apabila diumumkan bahwa menabung di bank syariah tidak akan mendapatkan laba. 4. Sikap konsumen terhadap bank syariah yang meminjamkan modal tanpa bunga sebagai suatu kontribusi pihak bank dalam membantu masyarakat. 	Nominal

Tabel 3.2 - Lanjutan

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
			5. Sikap konsumen tentang penghapusan tingkat bunga pada pinjaman pada prinsip bagi hasil di bank syariah. (Ramadani, 2018)	
3	<i>Perceived Behavioral Control</i> (X ₃)	<i>Perceived Behavioral Control</i> adalah persepsi seseorang terhadap kesanggupannya dalam melaksanakan suatu perilaku, di dalamnya ada dua aspek yang diperhatikan yaitu: pertama, seberapa besar orang tersebut memiliki kontrol terhadap suatu perilaku (controllability), dan kedua, seberapa yakin orang tersebut merasa sanggup melakukan suatu perilaku (self-efficacy) (Hidayat, 2010).	1. Kehendak 2. Kemampuan (Hidayat & Nugroho, 2010)	Nominal
Variabel Dependen				
4	Minat Menabung (Y)	Minat adalah suatu rasa atau proses ketertarikan yang dirasakan oleh seseorang terhadap suatu produk, dan ingin mencoba, menggunakan atau mungkin memiliki produk tersebut (Marlius, 2016)	1. Dorongan dari dalam diri individu 2. Motif sosial 3. Faktor emosional (Marlius, 2016)	Nominal

3.6 Pengujian Kualitas Data Penelitian

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah pengujian yang bertujuan untuk mengetahui apakah suatu data dapat dipercaya sesuai dengan faktanya. Menurut Sugiyono (2015: 121) instrument yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mengukur data tersebut adalah valid. Valid artinya instrumen tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur. Kuesioner yang valid mengandung pertanyaan yang mempunyai menjawab atau menyatakan hal hal yang diukur dengan kuesioner tersebut (Ghozali, 2016). Teknik pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan teknik korelasi *product moment* dari *coefficient pearson correlation* yang dikembangkan dalam *IBM SPSS Statistics 20*. Uji validitas dapat dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk tingkat signifikansi 5% atau 0,05 dengan $df = n-2$. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pertanyaan atau pernyataan tersebut dinyatakan valid dan dapat dipergunakan, demikian sebaliknya bila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka pertanyaan atau pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas

dengan uji statistik *Cronbach's Alpha* (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai $\alpha > 0,60$ (Ghozali, 2016). Nilai *Cronbach's Alpha* yang disarankan adalah diatas 0,6, meskipun nilai 0,6 masih dapat diterima (Anderson, Jr., Black, & Babin, 2010).

3.7 Uji Asumsi Klasik

3.7.1 Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian dengan tujuan melihat nilai residual terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model regresi yang terdistribusi secara normal atau mendekati normal sehingga layak untuk dilakukan pengujian secara statistik. Ada dua alternatif untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu melalui analisis grafik berbentuk plot dan uji statistik melalui *non parametric Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Analisis *normal probability plot* dilakukan dengan membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal atau memenuhi asumsi normalitas, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya (Ghozali, 2013:163). Sedangkan, jika menggunakan *test of normality non parametric Kolmogorov-Smirnov* (K-S) maka data yang mendekati atau merupakan distribusi normal dapat dilihat dari:

1. Nilai Sig. atau signifikansi atau probabilitas $> 0,05$, maka distribusi data adalah normal.
2. Nilai Sig. atau signifikansi atau probabilitas $< 0,05$, maka distribusi data adalah tidak normal.

3.7.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas berfungsi untuk melihat korelasi antara variabel independen. Suatu penelitian yang baik, harusnya tidak terdapat korelasi antar variabel independen. Multikolinieritas dapat dideteksi dengan melihat nilai *Variance Inflating Factor* (VIF) dan nilai *tolerance*, dengan nilai *tolerance* < 10 atau VIF > 10 (Ghozali, 2016).

3.7.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual antara satu pengamatan dengan lainnya. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2016). Gejala heteroskedastisitas diuji dengan menggunakan metode Glejser yaitu dengan cara menyusun regresi antara nilai absolut residual dengan variabel independen. Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan Uji Glejser dan scatterplot. Uji Glejser dilakukan dengan cara meregresikan variabel independent dengan nilai absolut residualnya. Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan *absolut* residual lebih dari 0,05 atau 5% maka tidak terjadi

heteroskedastisitas, begitu juga sebaliknya. Sedangkan jika melalui *scatterplot* dapat dilihat melalui nilai prediksi variabel dependent (ZPRED) dengan residualnya (SRESID), dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi-Y sesungguhnya) yang telah di-*studentized*. Jika terdapat titik-titik dengan pola tertentu yang teratur atau dekat dengan nilai 0 pada Y maka mengindikasikan telah terjadinya heteroskedastisitas. Akan tetapi, jika tidak memiliki pola yang jelas atau tidak beraturan dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas. (Sanusi, 2011).

3.8 Metode Analisis Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode analisis kuantitatif dengan perhitungan menggunakan rumus-rumus statistik dan diolah menggunakan SPSS Statistics Versi 20, sehingga dapat mengetahui pengaruh religiusitas, sikap, dan *perceived behavioral control* terhadap minat menabung pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh. Data yang digunakan berupa data primer yaitu kuesioner yang terdiri dari kumpulan daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis. Kemudian didarkan ke responden untuk diisi. Hasil dari kuesioner yang telah terisi dikuantitatifkan agar menghasilkan *output* berupa angka.

Selanjutnya angka yang dihasilkan dianalisis melalui program SPSS dengan analisis regresi linier berganda, dengan rumus:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e \quad (3.2)$$

Keterangan:

Y = Minat Menabung

a = Konstanta

b_1, b_2, b_3 = Koefisien Regresi

X_1 = Religiusitas

X_2 = Sikap

X_3 = *Perceived behavioral control*

e = error

3.9 Pengujian Hipotesis

3.9.1 Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan berfungsi untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap dependent secara simultan. Uji-F dilakukan adalah untuk dapat mengetahui pengaruh secara bersama-sama (simultan) dari variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat pada suatu analisis regresi. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau nilai sig. $F < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sebaliknya, jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau nilai sig. $F > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak (Ghozali, 2013:98). Menentukan daerah penerimaan H_0 dan H_a pada hakikatnya adalah dengan menggunakan distribusi F dengan anova, dimana titik kritis dicari pada tabel distribusi F dengan titik kepercayaan (α) 5% dan derajat kebebasan untuk $df(N_1) = k-1$ dan $df(N_2) = n-k$.

Rancangan pengujian hipotesis untuk Uji-F, yaitu sebagai berikut:

H_{01} : Religiusitas, sikap, dan *perceived behavioral control* tidak berpengaruh terhadap minat menabung pada PT.Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh.

H_{a1} : Religiusitas, sikap, dan *perceived behavioral control* berpengaruh terhadap minat menabung pada PT.Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh.

3.9.2 Uji Parsial (Uji t)

Uji ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependent secara parsial (Ghozali, 2016). Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha=5\%$) dengan $df = n-k$. Penerimaan maupun penolakan terhadap hipotesis didasarkan pada kriteria sebagai berikut: Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai sig. $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dan begitupula sebaliknya, jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai sig. $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Rancangan pengujian hipotesis untuk uji-t, yaitu sebagai berikut:

H_{02} : Apakah religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat menabung pada PT.Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh.

H_{a2} : Apakah religiusitas berpengaruh terhadap minat menabung pada PT.Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh.

H_{03} : Apakah sikap tidak berpengaruh terhadap minat menabung pada PT.Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh.

- H_{a3}: Apakah sikap berpengaruh terhadap minat menabung pada PT.Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh.
- H₀₄: Apakah *perceived behavioral control* tidak berpengaruh terhadap minat menabung pada PT.Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh.
- H_{a4}: Apakah *perceived behavioral control* berpengaruh terhadap minat menabung pada PT.Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh.

3.9.3 Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dapat menerangkan variabel dependent. Nilai koefisien determinasi yaitu antara satu dan nol, semakin mendekati satu maka variabel dependent dapat menginformasikan hampir keseluruhan variabel dependent. Sebaliknya, apabila mendekati nol maka kemampuan variabel independen terbatas dalam menjelaskan variabel dependent (Ghozali, 2016).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Bank Aceh

4.1.1 Sejarah Bank Aceh

Pendirian Bank milik Pemerintahan Daerah di Aceh merupakan gagasan dari Prakarsa Dewan Pemerintahan Daerah Peralihan Provinsi yang sekarang disebut sebagai Pemerintahan Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam. Setelah mendapatkan persetujuan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah peralihan Provinsi Aceh di Kutaraja (sekarang Banda Aceh) beberapa orang mewakili Pemerintah Daerah menghadap Mula Pangihutan Tamboenan (wakil notaris) untuk mendirikan suatu bank. Setelah beberapa kali perubahan akte, pada tanggal 2 Februari 1960 diperoleh izin dari Menteri Keuangan dan dengan adanya ketetapan Undang-Undang No. 13 Tahun 1962 tentang Ketentuan-ketentuan Pokok Bank Pembangunan Daerah.

Pada tanggal 7 April 1973, Gubernur Aceh mengeluarkan Surat Keputusan No. 54/1973 mengenai Penetapan Pelaksanaan Pengalihan PT. Bank Kesejahteraan Aceh menjadi Bank Pembangunan Daerah Aceh, penetapan tersebut terjadi pada tanggal 06 Agustus 1973 yang dianggap sebagai hari lahirnya Bank Pembangunan Daerah Aceh dan dipelopori oleh Pemerintah Daerah beserta tokoh masyarakat dan tokoh pengusaha swasta di Aceh

yang merupakan satu-satunya. Bank daerah berguna untuk meningkatkan perekonomian masyarakat khususnya di Aceh.

Untuk memberikan ruang gerak yang lebih luas pada tanggal 21 April 1999 pemerintah melakukan perubahan peraturan daerah yaitu Bank Aceh yang menjadi perseroan terbatas yang dahulunya bentuk badan hukum. Perubahan ini dilatarbelakangi oleh keikutsertaan bank dalam program rekapitulasi yang berupa peningkatan permodalan bank. Tanggal 25 Mei 2015, Bank Aceh melakukan perubahan kegiatan usaha dari sistem konvensional menjadi sistem syariah, perubahan sistem yang terjadi diharapkan dapat membawa dampak positif bagi Bank Aceh dan juga bagi masyarakat dalam meningkatkan perekonomian masyarakat Aceh.

Bank Aceh syariah memiliki prinsip yang berlandaskan pada Al-Qur'an dan hadis salah satunya prinsip yang digunakan yaitu prinsip bagi hasil yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang berlandaskan syariah Islam dan tidak ada terkandung unsur riba, gharar maupun maisir dan menghindari adanya kerugian sebelah pihak yang membuat nasabah terkecek akibat dari sistem bunga pada bank konvensional yang terus menerus bertambah ketika peminjam tidak dapat membayar pada saat jatuh tempo (Bank Aceh, 2018).

4.1.2 Visi dan Misi Bank Aceh

Selaras dengan rencana strategis jangka menengah Bank sebagaimana telah dicantumkan dalam Corporate Plan PT. Bank

Aceh Syariah Tahun 2018–2022, Bank terus melakukan penguatan landasan ideal operasional melalui penyesuaian visi dan misi yang lebih kuat dan fokus pada tujuan dan cita-cita jangka panjang yang lebih akomodatif terhadap semua pemangku kepentingan. Penyesuaian landasan ideal tersebut dimulai sejak ditetapkan dengan komitmen seluruh sumberdaya organisasi dengan daya upaya maksimal untuk mewujudkannya.

Visi:

Menjadi “Bank Syariah Terdepan dan Terpercaya dalam Pelayanan di Indonesia”

Misi:

1. Menjadi penggerak perekonomian Aceh dan pendukung agenda pembangunan daerah.
2. Memberi layanan terbaik dan lengkap berbasis TI untuk semua segmen nasabah, terutama sektor usaha kecil, menengah, sektor pemerintah maupun korporasi.
3. Menjadi bank yang memotivasi karyawan, nasabah dan *stakeholders* untuk menerapkan prinsip syariah dalam muamalah secara komprehensif (*syumul*).
4. Memberi nilai tambah yang tinggi bagi pemegang saham dan masyarakat Aceh umumnya.
5. Menjadi perusahaan pilihan utama bagi profesional perbankan syariah di Aceh.

Motto / *Corporate Image*: Kepercayaan dan Kemitraan.

Kepercayaan adalah suatu manifestasi dan wujud Bank sebagai pemegang amanah dari Nasabah, Pemilik dan Masyarakat secara luas untuk menjaga kerahasiaan dan mengamankan kepercayaan tersebut. Kemitraan adalah suatu jalinan kerjasama usaha yang erat dan setara antara Bank dan Nasabah yang merupakan strategi bisnis bersama dengan prinsip saling membutuhkan, saling memperbesar dan saling menguntungkan diikuti dengan pembinaan dan pengembangan secara berkelanjutan.

Dalam rangka mencapai visi, misi dan motto tersebut, usaha PT Bank Aceh diarahkan pada pengelolaan bank yang sehat dan pada jalur yang benar, perbaikan perekonomian rakyat dan pembangunan daerah dengan melakukan usaha-usaha bank umum yang mengutamakan optimalisasi penyediaan kredit, pembiayaan serta pelayanan perbankan bagi kelancaran dan kemajuan pembangunan di daerah. Untuk mengemban visi dan misi bank tersebut, setiap karyawan dan manajemen harus dapat menganut, meyakini, mengamalkan dan melaksanakan budaya perusahaan (*corporate values*) berlandaskan kepada Budaya Aceh yang kental dengan nilai-nilai dan budaya Islam, sehingga nilai perusahaan yang sekarang diadopsi adalah ISLAMIC:

1. Integritas yaitu menjalankan tugas dengan penuh tanggung jawab, jujur, berkomitmen dan konsisten
2. Silaturahmi yaitu membangun hubungan yang baik dan kemitraan dengan nasabah serta stakeholder

3. Loyalitas yaitu memberikan produk dan layanan yang terbaik bagi nasabah
4. Amanah yaitu membangun sikap untuk menepati dan memenuhi janji kepada nasabah
5. Madani yaitu menciptakan dan mengembangkan kemajuan bank secara terus menerus
6. Ikhlas yaitu menciptakan dan membentuk sikap yang tulus dalam bekerja dan pengabdian (Bank Aceh, 2018).

4.2 Karakteristik Responden Penelitian

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Pada bagian ini responden dibagi berdasarkan jenis kelamin. Pembagiannya dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Laki-laki	49	49%
2	Perempuan	51	51%
Total Responden		100	100 %

Sumber: Data primer diolah (2021)

Tabel 4.1 dapat diketahui bahwa dari 100 responden yang terpilih, didominasi oleh responden yang berjenis kelamin perempuan dengan jumlah responden sebanyak 51 orang (51%) kemudian jumlah responden laki-laki sebanyak 49 orang (49%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden pada penelitian ini berjenis kelamin perempuan.

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tingkat usia seseorang dapat menunjukkan tingkat kematangan seorang sehingga dapat mempengaruhi perilaku orang tersebut dalam pengambilan keputusan. Salah satunya adalah menentukan minat dalam menabung di perbankan syariah. Pembagian kelompok usia responden dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut:

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Kelompok Usia	Frekuensi	Persentase
1	21 – 30 Tahun	43	43 %
2	31 – 40 Tahun	21	21 %
3	41 – 50 Tahun	19	19 %
4	> 50 Tahun	17	17 %
Total Responden		100	100 %

Sumber: Data primer diolah (2021)

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa dari 100 responden yang terpilih, didominasi oleh responden pada kelompok usia 21 – 30 Tahun dengan jumlah responden sebanyak 43 orang (43%), kemudian diikuti oleh kelompok usia 31 – 40 Tahun dengan jumlah responden sebanyak 21 orang (21%), kemudian diikuti oleh kelompok usia 41 – 50 Tahun dengan jumlah responden sebanyak 19 orang (19%), kemudian diikuti oleh kelompok usia > 50 Tahun dengan jumlah responden sebanyak 17 orang (17%) dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden di dalam penelitian ini yaitu kelompok usia 21-30 tahun.

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan juga dapat dijadikan sebagai parameter seorang dalam mempengaruhi minat orang tersebut dalam menabung. Pembagian responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada tabel 4.3 berikut:

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1	PNS	24	24 %
2	P. Swasta	24	24 %
3	Pelajar/Mahasiswa	15	15 %
4	Wiraswasta	33	33 %
5	Lain-Lain	4	4 %
Total Responden		100	100 %

Sumber: Data primer diolah (2021)

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui bahwa dari 100 responden yang terpilih, didominasi oleh responden yang mempunyai pekerjaan sebagai Pelajar/Mahasiswa dengan jumlah responden 15 orang (15%), kemudian diikuti oleh responden yang mempunyai pekerjaan sebagai PNS 24 orang (24%), kemudian diikuti oleh responden yang mempunyai pekerjaan sebagai pegawai swasta 24 orang (24%), kemudian diikuti oleh responden yang mempunyai pekerjaan sebagai Wiraswasta 33 orang (33%), kemudian diikuti oleh responden yang mempunyai pekerjaan Lainnya dengan jumlah responden 4 orang (4%), dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden pada penelitian ini berprofesi sebagai Wiraswasta sebesar 33%.

4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menabung

Pada penelitian ini peneliti menetapkan sampel yang sudah menabung pada Bank Aceh Syariah. Adapun lama menabung nasabah dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut:

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menabung

No.	Lama Menabung	Frekuensi	Persentase
1	< 1 Tahun	13	13 %
2	1-2 Tahun	20	20 %
3	3-5 Tahun	31	31 %
4	> 5 Tahun	36	36 %
Total Responden		100	100 %

Sumber: Data primer diolah (2021)

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui bahwa dari 100 responden yang terpilih, didominasi oleh responden yang memiliki rentan waktu menabung < 1 tahun berjumlah 13 orang (13%), Selanjutnya 1-2 tahun 20 orang (20%), selanjutnya 3-5 tahun 31 orang (31%), dan yang terakhir > 5 tahun berjumlah 36 orang (36%). Dapat kita lihat dari hasil di atas responden pada penelitian ini dominan memiliki rentan waktu menabung > 5 tahun.

4.3 Uji Instrumen Penelitian

4.3.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kusioner. Suatu kusioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kusioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kusioner tersebut. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel

untuk *degree of freedom* (df) = n-2, dalam hal ini n adalah jumlah sample (Ghozali, 2016)

Sample dalam penelitian ini adalah 100 dengan *degree of freedom* sebesar (df) = 100-2 =98 dan pada r tabel yaitu 0,196. Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan *correlation coefficient person*. Suatu pernyataan dikatakan valid jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai positif (Ghozali, 2016)

Hasil pengujian instrumen penelitian dari segi validitas *item-total statistics* terhadap 100 responden sebagaimana tertera pada tabel berikut.

Tabel 4.5
Uji Validitas

No	Item Pertanyaan	Variabel	Koefisien Korelasi (r_{hitung})	Nilai Kritis r (N-2=98)	Keterangan
1	X.1.1	Religiusitas (X1)	0,566	0,196	Valid
2	X.1.2		0,603	0,196	Valid
3	X.1.3		0,631	0,196	Valid
4	X.1.4		0,603	0,196	Valid
5	X.1.5		0,506	0,196	Valid
6	X.1.6		0,615	0,196	Valid
7	X.1.7		0,562	0,196	Valid
8	X.1.8		0,533	0,196	Valid
9	X.1.9		0,586	0,196	Valid
10	X.1.10		0,638	0,196	Valid
11	X.2.1	Sikap (X2)	0,529	0,196	Valid
12	X.2.2		0,518	0,196	Valid
13	X.2.3		0,536	0,196	Valid
14	X.2.4		0,642	0,196	Valid
15	X.2.5		0,733	0,196	Valid
16	X.2.6		0,510	0,196	Valid
17	X.2.7		0,755	0,196	Valid
18	X.2.8		0,474	0,196	Valid
19	X.2.9		0,651	0,196	Valid
20	X.2.10		0,725	0,196	Valid

Tabel 4.6 - Lanjutan

No	Item Pertanyaan	Variabel	Koefisien Korelasi (r_{hitung})	Nilai Kritis r ($N-2=98$)	Keterangan
21	X.3.1	Perceived Behavioral Control (X3)	0,627	0,196	Valid
22	X.3.2		0,638	0,196	Valid
23	X.3.3		0,676	0,196	Valid
24	X.3.4		0,604	0,196	Valid
25	X.3.5		0,765	0,196	Valid
26	X.3.6		0,537	0,196	Valid
27	Y.1	Minat Menabung (Y)	0,458	0,196	Valid
28	Y.2		0,453	0,196	Valid
29	Y.3		0,714	0,196	Valid
30	Y.4		0,515	0,196	Valid
31	Y.5		0,535	0,196	Valid
32	Y.6		0,477	0,196	Valid
33	Y.7		0,706	0,196	Valid
34	Y.8		0,705	0,196	Valid
35	Y.9		0,476	0,196	Valid
36	Y.10		0,756	0,196	Valid

Sumber: Data primer diolah (2021)

Keterangan: Nilai kritis R tabel 5%,df.98 = 0,196

Berdasarkan tabel 4.5 dapat dijelaskan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini semuanya dinyatakan valid, karena mempunyai koefisien korelasi di atas dari nilai kritis korelasi yaitu sebesar 0,196 sehingga semua pertanyaan yang terkandung dalam kuesioner penelitian ini dinyatakan valid untuk dilanjutkan penelitian yang lebih mendalam.

4.3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk. Indikator atau alat ukur dinyatakan memiliki

reliabilitas yang tinggi atau dapat dipercaya, apabila alat ukur tersebut stabil sehingga dapat diandalkan (*dependability*) dan dapat digunakan untuk meramalkan (*predictability*). Dengan demikian alat ukur tersebut akan memberikan hasil pengukuran yang tidak berubah-ubah dan akan memberikan hasil yang serupa apabila digunakan berkali-kali. Reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa sesuatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data yang tidak bersifat tendensius atau mengarahkan responden untuk memilih-milih jawaban tertentu. Instrument yang reliabel akan menghasilkan data yang sesuai dengan kondisi sesungguhnya (Bachtiar, 2010).

Selanjutnya, hasil pengujian instrument penelitian dari segi reliabilitas *item-total statistics* terhadap 100 responden. Output hasil dari uji reliabilitas menggunakan program *SPSS* ringkasan dari hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada Tabel 4.6.

Tabel 4.7
Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item	Cronbach Alpha	Keterangan
Religiusitas (X1)	10	0,785	Reliabel
Sikap (X2)	10	0,799	Reliabel
Perceived Behavioral Control (X3)	6	0,706	Reliabel
Minat Menabung (Y)	10	0,782	Reliabel

Sumber: Data primer diolah (2021)

Hasil perhitungan uji reabilitas dengan menggunakan software *SPSS* dapat dilihat pada *Cronbach's Alpha*. Data dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6.

4.4 Uji Asumsi Klasik

4.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan salah satu bagian dari uji persyaratan analisis data atau uji asumsi klasik, artinya sebelum kita melakukan analisis statistik untuk uji hipotesis dalam hal ini adalah analisis regresi, maka data penelitian tersebut harus di uji kernormalan distribusinya. Tentunya kita juga sudah tahu, kalau data yang baik itu adalah data yang berdistribusi normal. Dasar Pengambilan Keputusan dalam Uji Normalitas:

1. Jika nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari 0,05 maka data penelitian berdistribusi normal.
2. Sebaliknya, jika nilai signifikansi (Sig.) lebih kecil dari 0,05 maka data penelitian tidak berdistribusi normal.

Tabel 4. 8
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,26785379
Most Extreme Differences	Absolute	,094
	Positive	,058
	Negative	-,094
Kolmogorov-Smirnov Z		,941
Asymp. Sig. (2-tailed)		,339

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data primer diolah (2021)

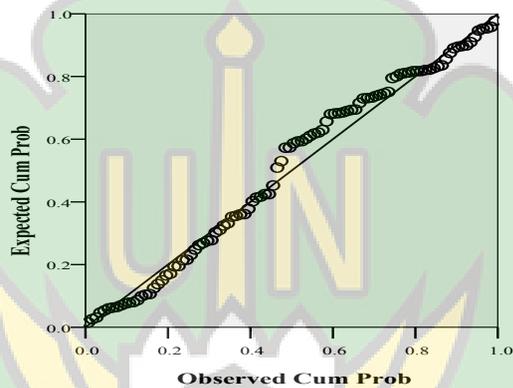
Berdasarkan tabel output SPSS tersebut, diketahui bahwa nilai signifikansi variabel literasi *Asymp.Sig (2-tailed)* sebesar

0,339 lebih besar dari 0,05. Maka data dalam penelitian ini terdistribusi secara normal.

Gambar 4.1
P-P Plot Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Minat Menabung (Y)



Sumber: Data primer diolah (2021)

Pada gambar normal plot Gambar 4.1 terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Dengan melihat tampilan gambar normal plot dapat disimpulkan bahwa gambar normal plot memberikan pola distribusi normal. Berdasarkan uji asumsi klasik tersebut, dapat dijelaskan bahwa semua data yang digunakan dalam penelitian memenuhi semua asumsi klasik, sehingga model regresi linear berganda dalam penelitian ini layak digunakan.

4.4.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel-variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas (Ghozali, 2016). Salah satu metode untuk menguji ada atau tidak adanya gejala multikolinieritas dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*):

1. Mempunyai nilai *Tolerance* $< 0,10$ dan *VIF* > 10 , maka ada gejala multikolinieritas.
2. Mempunyai nilai *Tolerance* $> 0,10$ dan *VIF* < 10 , maka tidak ada gejala multikolinieritas.

Tabel 4.9
Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Religiusitas (X1)	,592	1,690
	Sikap (X2)	,506	1,977
	PBC (X3)	,636	1,571

b. Dependent Variabel: Minat Menabung (Y)

Sumber: Data primer diolah (2021)

Berdasarkan tabel output "*Coefficients*" pada bagian "*Collinearity Statistics*" diketahui nilai *Tolerance* untuk variabel Religiusitas (X1) sebesar 0,592, selanjutnya variabel Sikap (X2) sebesar 0,506, dan *Perceived Behavioral Control* (X3) 0,636 lebih besar dari 0,10.

Sementara, nilai VIF untuk variabel Religiusitas (X1) sebesar 1,690, selanjutnya variabel Sikap (X2) sebesar 1,977, dan *Perceived Behavioral Control* (X3) 1,571 < 10. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas dalam model regresi.

4.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Model regresi yang baik adalah model yang terbebas dari adanya heteroskedastisitas. Untuk dapat mengetahui apakah suatu model terdapat atau tidak heteroskedastisitas maka dapat dilakukan dengan pengujian *glejser*, dimana jika nilai signifikansi > 0,05 maka tidak terdapat heteroskedastisitas. Hasil uji Heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.10
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Sig.
Religiusitas (X1)	0,765
Sikap (X2)	0,185
<i>Perceived Behavioral Control</i> (X3)	0,566

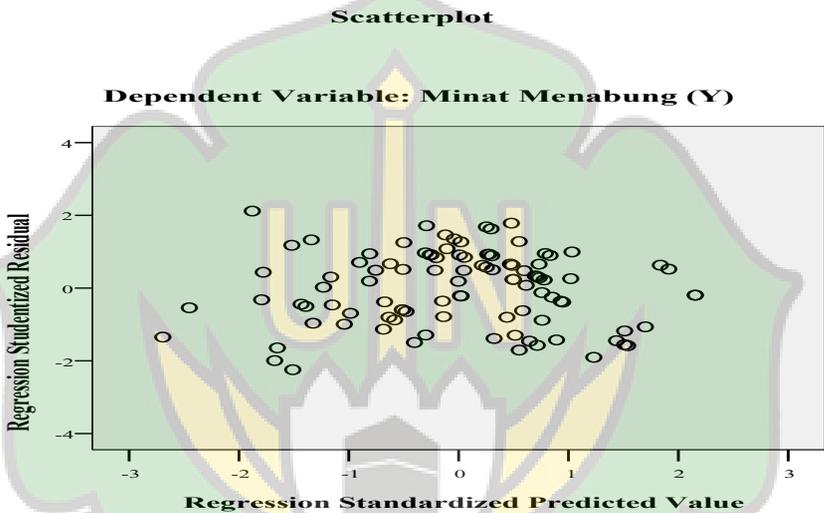
Sumber: Data primer diolah (2021)

Berdasarkan data yang terdapat pada tabel 4.9 masing-masing model memiliki nilai Sig. > 0,05, maka didalam model regresi pada penelitian ini tidak terdapat heteroskedastisitas.

Pola yang terdapat pada grafik *scatterplot* juga dapat melihat apakah didalam model regresi terdapat heteroskedastisitas atau tidak. Jika tidak terdapat suatu pola tertentu atau titik-titik menyebar secara merata diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu

Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas melalui grafik *scatterplot* dapat dilihat pada gambar 4.2

Gambar 4.2
Sacatterplot Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data primer diolah (2021)

Dari gambar 4.2 di atas kita bisa melihat hasil uji heteroskedastisitas menggunakan *scatterplot* telah memenuhi syarat heteroskedastisitas karena pada grafik *scatterplot* di atas titik-titiknya tidak membentuk pola tertentu dan tidak teratur, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadinya masalah heteroskedastisitas atau bebas dari masalah heteroskedastisitas.

4.4.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Pengujian regresi linear berganda ini berguna untuk menguji besarnya pengaruh antara satu variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

Tabel 4. 11
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,284	,316		,933	,353
Religiutas (X1)	,303	,093	,250	3,250	,002
Sikap (X2)	,442	,077	,484	5,728	,000
Perceived Behavioral Control (X3)	,316	,068	,208	2,765	,007

Dependent Variabel: Minat Menabung (Y)

Sumber: Data Diolah (2021)

Berdasarkan tabel 4.10 dapat diperoleh persamaan linear berganda yaitu sebagai berikut:

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

$$Y = 0,295 + 0,300 (X_1) + 0,442 (X_2) + 0,190 (X_3) + 0,343$$

Berdasarkan persamaan regresi berganda diatas dapat diartikan bahwa:

1. Berdasarkan persamaan di atas, diketahui mempunyai konstanta sebesar 0,295. Hal ini menunjukkan bahwa jika variabel-variabel independen diasumsikan dalam keadaan tetap, maka variabel dependen bernilai sebesar 0,295 satuan.
2. Religiusitas memiliki nilai koefisien regresi 0,300, yang berarti jika tingkat religiusitas mengalami kenaikan 1 satuan

maka akan berdampak pada peningkatan minat menabung nasabah sebesar 0,300 satuan.

3. Sikap memiliki nilai koefisien regresi 0,442, yang berarti jika sikap mengalami kenaikan 1 satuan maka akan berdampak pada peningkatan minat menabung nasabah sebesar 0,442 satuan.
4. *Perceived Behavioral Control* memiliki nilai koefisien regresi 0,190 yang berarti jika *Perceived Behavioral Control* mengalami kenaikan 1 satuan maka akan berdampak pada peningkatan minat menabung nasabah sebesar 0,190 satuan.

4.5 Uji Hipotesis

4.5.1 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan pada dasarnya adalah untuk mengetahui apakah Religiusitas (X_1), Sikap (X_2), dan *Perceived Behavioral Control* (X_3) berpengaruh secara simultan terhadap Minat menabung. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau nilai $sig. F < 0,05$, maka Hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima, begitu juga sebaliknya. Hasil pengujian signifikansi simultan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4. 12
Hasil Statistik Uji F

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	13,667	3	4,556	61,226	,000 ^a
	Residual	7,103	96	,074		
	Total	20,770	99			

Predictors: (Constant), PBC (X3), Religiusitas (X1), Sikap (X2)

Dependent Variabel: Minat Menabung (Y)

Sumber : Data diolah (2021)

Pada tabel 4.11 hasil pengujian menunjukkan Religiusitas (X1), Sikap (X2) dan *Perceived Behavioral Control* (X3) memiliki nilai F_{hitung} sebesar 61.574. Dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05 dan tingkat keyakinan 95% maka diperoleh $df(N1) = k-1$ ($4-1= 3$) dan $df(N2) = n - k$ ($100-4= 96$) maka diperoleh nilai F tabel sebesar 2,700. Oleh karena itu dikarenakan nilai dari $F_{hitung} > F_{tabel}$, yaitu $61,574 > 2,70$ dan nilai sig. 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima, dengan kata lain Religiusitas, Sikap, dan *Perceived Behavioral Control* memiliki pengaruh secara simultan terhadap Minat Menabung pada PT Bank Aceh Syariah.

4.5.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji-t)

Uji t merupakan salah satu uji hipotesis penelitian dalam analisis regresi linear sederhana maupun analisis regresi linear multiples (berganda). Uji t bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas atau variabel independen (X) secara parsial (sendiri-sendiri) berpengaruh terhadap variabel terikat atau variabel

dependen (Y). Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya bahwa variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 4. 13
Hasil Statistik Uji-t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized coefficients		Standardized coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,284	,316		,933	,353
	Religiusitas (X1)	,303	,093	,250	3,218	,002
	Sikap (X3)	,442	,077	,484	5,766	,000
	PBC (X3)	,316	,068	,208	2,782	,007

a. Dependent Variabel: Minat Menabung (Y)
Sumber: Data diolah (2021)

Berdasarkan nilai t_{hitung} pada tabel 4.12 maka dapat dilakukan kaidah pengujiannya dengan nilai t_{tabel} , $\alpha = 0,05$ dan $n = 100$, uji satu pihak $dk = n - k - 1 / dk = 100 - 3 - 1 = 96$, sehingga diperoleh nilai $t_{tabel} = 1,984$ dan hasilnya dapat disimpulkan bahwa:

1. Religiusitas (X1)

Nilai t_{hitung} variabel Religiusitas (X1) sebesar 3,218 dengan nilai t_{tabel} 1,984 menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,218 > 1,984$). Maka H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak, sehingga dapat diartikan bahwa variabel Religiusitas (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Minat Menabung (Y).

2. Sikap (X2)

Nilai t_{hitung} variabel Sikap (X2) sebesar 5,766 dengan nilai t_{tabel} 1,984 menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,766 > 1,984$). Maka H_{a3} diterima dan H_{o3} ditolak, sehingga dapat diartikan bahwa variabel Sikap (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Minat Menabung (Y).

3. *Perceived Behavioral Control* (X3)

Nilai t_{hitung} variabel *Perceived Behavioral Control* (X3) sebesar 2,782 dengan nilai t_{tabel} 1,984 menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,782 > 1,984$). Maka H_{a4} diterima dan H_{o4} ditolak, sehingga dapat diartikan bahwa variabel *Perceived Behavioral Control* (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Minat Menabung (Y).

4.5.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) dilakukan adalah untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi untuk menerangkan variasi dari variabel terikat. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada tabel 4.13 berikut ini.

Tabel 4.14
Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji R2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,810 ^a	,657	,647	,27201

a. Predictors: (Constant), PBC (X3), Religiusitas (X1), Sikap (X2)

b. Dependent Variabel: Minat Menabung (Y)

Sumber: Data diolah (2021)

Berdasarkan pada tabel 4.13, nilai dari koefisien determinasi (R^2) adalah sebesar 0,658 atau 65,8%. Hal ini berarti Minat Menabung dapat dijelaskan oleh tiga variabel bebas yaitu Religiusitas, Sikap dan Perceived Behavioral control sebesar 65,8%. Sisanya sebesar 0,342 atau 34,2% dijelaskan oleh faktor-faktor yang tidak diikutsertakan dalam model penelitian ini .

4.6 Pembahasan

4.6.1 Faktor Religiusitas, Sikap Dan *Perceived Behavioral Control* Terhadap Minat Menabung

Berdasarkan hasil olahan statistik menunjukkan bahwa nilai dari $F_{hitung} > F_{tabel}$, yaitu $61,574 > 2,70$ dan nilai sig. 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan dengan kata lain Religiusitas, Sikap, dan Perceived Behavioral Control memiliki pengaruh secara simultan terhadap Minat Menabung.

Selain itu nilai R^2 adalah sebesar 0,658 atau 65,8%. Hal ini berarti Minat Menabung dapat dijelaskan oleh tiga variabel bebas yaitu Religiusitas, Sikap dan Perceived Behavioral control sebesar 65,8%. Sisanya sebesar 0,342 atau 34,2% dijelaskan oleh faktor-faktor seperti tingkat pendapatan, promosi, kepercayaan, persepsi, *disposable income*, dan Pengetahuan yang tidak diikutsertakan dalam model penelitian ini.

4.6.2 Faktor Religiusitas Terhadap Minat Menabung

Berdasarkan hasil olahan statistik di atas menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung pada Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh hal tersebut dapat di buktikan dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,218 > 1,984$) dan tingkat signifikan sebesar $0,02 < 0,05$. Artinya faktor religiusitas mempengaruhi minat menabung nasabah pada Bank Aceh Syariah.

Hasil penelitian ini di dukung oleh Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Desi Fatmawati (2015), hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan variabel religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah. Sehingga religiusitas mempengaruhi minat masyarakat menabung di bank syariah karena seseorang yang memiliki ketaatan agama yang tinggi mereka akan memilih produk-produk yang bebas riba, maka kemungkinan seseorang yang imannya tinggi akan meningkatkan minat menabung di bank syariah.

4.6.3 Pengaruh Sikap Terhadap Minat Menabung

Variabel sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung pada Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh. Hal tersebut dapat di buktikan dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,766 > 1,984$) dan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Artinya faktor sikap mempengaruhi minat menabung pada Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh.

Hasil penelitian ini di dukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sugiarto (2018), hasil uji-t menjelaskan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan sikap terhadap minat menabung di bank syariah pada pelaku bisnis pasar Demagan, sehingga sikap mempengaruhi minat pelaku bisnis menabung di Bank Syariah.

4.6.4 Pengaruh *Perceived Behavioral Control* Terhadap Minat Menabung

Variabel *Perceived Behavioral Control* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung pada Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,782 > 1,984$) dan tingkat signifikan sebesar $0,006 < 0,05$. Artinya *Perceived Behavioral Control* mempengaruhi minat menabung pada Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh.

Hasil penelitian ini di dukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Aliyuddin (2015), bahwa *Perceived Behavioral Control* berpengaruh positif terhadap minat menabung. Hal tersebut menunjukkan bahwa masyarakat atau individu yang memiliki *perceived behavioral control* yang baik akan lebih memiliki minat menabung yang tinggi.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

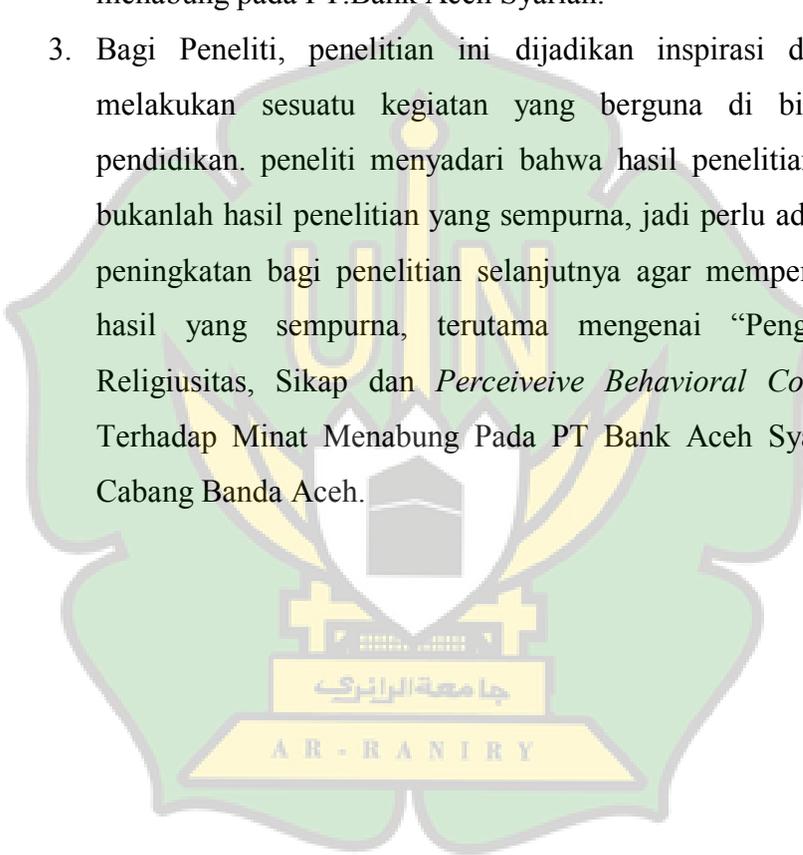
1. Religiusitas berpengaruh terhadap minat menabung nasabah pada PT Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh.
2. Sikap berpengaruh terhadap minat menabung nasabah pada PT Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh.
3. *Perceived Behavioral Control* berpengaruh terhadap minat menabung nasabah pada PT Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh.
4. Religiusitas, Sikap, dan *Perceived Behavioral Control* berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap Minat Menabung pada PT.Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh.

5.2 Saran

Agar penelitian ini dapat terealisasi, maka penulis mengajukan beberapa saran kepada pihak terkait.

1. Kepada pihak PT Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh, agar terus meningkatkan sosialisasi terhadap produk dan jasa yang dimiliki kepada masyarakat agar minat masyarakat menabung meningkat pula.

2. Kepada Penelitian Selanjutnya, Hendaknya memperluas penelitian dengan menambahkan variabel independen atau indikator baru agar memperoleh informasi yang lebih lengkap tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung pada PT.Bank Aceh Syariah.
3. Bagi Peneliti, penelitian ini dijadikan inspirasi dalam melakukan sesuatu kegiatan yang berguna di bidang pendidikan. peneliti menyadari bahwa hasil penelitian ini bukanlah hasil penelitian yang sempurna, jadi perlu adanya peningkatan bagi penelitian selanjutnya agar memperoleh hasil yang sempurna, terutama mengenai “Pengaruh Religiusitas, Sikap dan *Perceiveive Behavioral Control* Terhadap Minat Menabung Pada PT Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh.



DAFTAR PUSTAKA

- Aceh.tribunnews. (2019). *Ada Apa dengan Bank Syariah, Serambi Indonesia*. Retrieved from <https://aceh.tribunnews.com/2019/07/24/ada-apa-dengan-bank-syariah>
- Aliyuddin, M. (2015). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Menabung Masyarakat: (Kasus pada Masyarakat Desa Cimenteng, Kecamatan Cijambe, Kabupaten Subang)*. Universitas Pendidikan Indonesia, perpustakaan.upi.edu.
- Anderson, R. E., Jr., J. F. H., Black, W. C., & Babin, B. J. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Anterokini. (2018). *Pertumbuhan Perbankan Syariah di Aceh Menggembirakan, Tapi Lambat* _ Media Online Aceh. Retrieved from <https://anterokini.com/2018/07/23/pertumbuhan-perbankan-syariah-di-aceh-menggembirakan-tapi-lambat/>
- Arsyidian, M. (2019). *Pengaruh persepsi, tingkat religiusitas dan disposable income terhadap minat menabung di perbankan syariah (Studi pada Masyarakat kecamatan Tulis) skripsi*. (February), 1–9. <https://doi.org/1037//0033-2909.126.1.78>
- Ascarya. (2013). *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Aviyah, E., & Farid, M. (2014). Religiusitas, Kontrol Diri dan Kenakalan Remaja. *Persona: Jurnal Psikologi Indonesia*, 3(02), 126–129. <https://doi.org/10.30996/persona.v3i02.376>
- Azwar, S. (2010). *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Bachtiar, B. S. (2010). Meyakinkan validitas data melalui trigulasi pada penelitian kualitatif. *Jurnal Teknologi Pendidikan* , 50.
- Bank Aceh. (2018). Bank Aceh _ Kepercayaan & Kemitraan. <https://www.bankaceh.co.id/>.
- Bungin, B. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Depok: Rajagrafindo Pustaka.
- Cahyadi, M. A. (2013). Pengaruh Sikap, Norma Subyektif dan Kontrol Keperilakuan Terhadap Niat Pedagang Pasar Untuk Memanfaatkan Fasilitas Pembiayaan Pada Koperasi Jas Keuangan Syariah Di Yogyakarta. Yogyakarta: *Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.*, 7(9), 27–44.
- Damiati, D. (2017). *Perilaku Konsumen*. Depok: Raja Grafindo Persada.
- Fatmawati, Desi. (2015). *Pengaruh Pendapatan, Religiusitas, Dan Informasi Terhadap Intensi Menabung Di Bank Syariah Pada Kalangan Santri Mahasiswa PP Wahid Hasyim Di Sleman*. Yogyakarta.
- Fatmawati, Desy. (2015). Pengaruh Pendapatan, Religiusitas, Dan Informasi Terhadap Intensi Menabung Di Bank Syariah Pada Kalangan Santri Mahasiswa Pp. Wahid Hasyim Di Sleman. *Desy Fatmawati*, (september).
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program (IBM SPSS (Edisi 8)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghufron, M. ., & Risnawita, R. S. (2010). *Teori-Teori Psikologi*. . Yogyakarta: ArRuzz.

- Hartoni, I. G. P. O., & Riana, I. G. (2015). *SIKAP, NORMA SUBJEKTIF DAN KONTROL PERILAKU PADA IMPLEMENTASI KESELAMATAN KERJA: DAMPAKNYA TERHADAP INTENTION TO COMPLY*. 04, 243–264.
- Hidayat. (2010). Studi Empiris Theory of Planned Behavior dan Pengaruh Kewajiban Moral pada Perilaku Ketidapatuhan Pajak Wajib Pajak Orang Pribadi. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 12(2), 82–93. <https://doi.org/10.9744/jak.12.2.pp.82-93>
- Hidayat, W., & Nugroho, A. A. (2010). Studi Empiris Theory of Planned Behavior dan Pengaruh Kewajiban Moral pada Perilaku Ketidapatuhan Pajak Wajib Pajak Orang Pribadi. *European Journal of Gastroenterology and Hepatology*, 14(5), 491–496. <https://doi.org/10.1097/00042737-200205000-00005>
- Indriantoro, N., & Supomo, B. (2013). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Inklusif, G. P. K., & Indonesia, D. P. A. K. dan U. B. (2017). *Pengelolaan Keuangan Modul Pelatihan*, 2017. *Diakses Dari: Pengertian Menabung Site:Bi.Go.Id.*
- Iranati, R. B. O. (2017). *Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Pengetahuan, dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Tangerang Selatan)*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Iska, S. (2012). *Sistem Perbankan di Indonesia*. Yogyakarta: Fajar Mrdia Press.
- Jalaluddin. (2010). *Psikologi Agama*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kasmir. (2013). *Analisis Laporan Keuangan* (Edisi 1). Jakarta: Rajawali Pers.

- Khotimah, N. (2018). Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Citra Perusahaan dan Sistem Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah Menabung dan Loyalitas di Bank Syariah Mandiri. *JMM17 Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Manajemen*, 05.
- Kristiyadi, & Hartiyah, S. (2016). Pengaruh Kelompok Acuan, Religiusitas, Promosi dan pengetahuan Tentang Lembaga Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung di Koperasi Jasa Keuangan Syariah. *Jurnal Ekonomi Dan Teknik Informatika.*, 5.
- Luhfiati, R. (2015). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Menabung Di Bank Syariah*. 66.
- Marlius, D. (2016). *Pengaruh Bauran Pemasaran Jas Terhadap Minat Nasabah Dalam Menabung Pada Bank Nagari Cabang Muaralabuh*. 03, 15.
- Masruroh, A. (2015). ANALISIS PENGARUH TINGKAT RELIGIUSITAS DAN DISPOSIBLE INCOME TERHADAP MINAT MENABUNG MAHASISWA DI PERBANKAN SYARIAH (Studi Kasus Mahasiswa STAIN Salatiga). *Jurusan Ekonomi, Dan Tinggi, Sekolah Islam, Agama Syariah*.
- Maulidi, R. (2018). Pengaruh pengetahuan, Religiusitas, dan Lingkungan Sosial terhadap Minat Menabung Menggunakan Bank Syariah (Studi Kasus Siswa SMA Negeri 1 Ambarawa). *Salatiga: IAIN Salatiga. SKRIPSI*.
- Mifthaur, R. S., & Wahyuni, S. (2016). Pengaruh Persepsi Mahasiswa Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung di Perbankan. *Skripsi. Jember: Fakultas Keguruan Ilmu Pendidikan, Universitas*.
- Muchlis. (2011).]Perilaku menabung di Perbankan Syariah Jawa Tengah. *Tesis Magister Pada Universitas Diponegoro Semarang. Diterbitkan*.

- Nazir. (2014). *metode penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Ningsih, J. S. (2017). Pengaruh Persepsi, Tingkat Religiusitas dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung di Perbankan Syariah. In *Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung*.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2015). Tentang Syariah. *Otoritas Jasa Keuangan*. Retrieved from <http://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/Pages/Perbankan-Syariah.aspx>
- Pontoh, Z., & M.farid. (2015). Hubungan Antara Religiusitas dan Dukungan Sosial dengan Kebahagiaan Pelaku Konversi Agama. *Jurnal Psikologi Indonesia*, 4.
- Priaji, V. W. (2011). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Intensi Menabung di Bank Syariah. *Skripsi Fakultas Psikologi UIN Syarif Hidayatullah*.
- Prihanto, H. (2017). Analisis Terhadap Faktor -Faktor Yang Memengaruhi Masyarakat Untuk Menabung Di Bank Syariah. *Provita*, 10(1), 1–26.
- Purwanto, A. (2016). Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Tingkat Pendapatan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah Boyolali. *Salatiga: IAIN Salatiga. SKRIPSI*, 1–72. <https://doi.org/10.1126/science.269.5220.31>
- Rahmadanty, C., & Kurniawati, M. (2015). Analisis Niat Perilaku Anggota Komunitas Hijabers Surabaya Dalam Menggunakan Tabungan Syariah: Perspektif Theory of Planned. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, 8(3), 177–194.
- Ramadani, H. (2018). ANALISIS PENGARUH PENGETAHUAN, SIKAP DAN LINGKUNGAN SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN PRODUK BANK SYARIAH (Studi Kasus Bank BRI Syariah KCP Magelang). *Director*, 1(2), 2018. Retrieved from

[https://www.uam.es/gruposinv/meva/publicaciones/jesus/capitulos_espanyol_jesus/2005_motivacion para el aprendizaje](https://www.uam.es/gruposinv/meva/publicaciones/jesus/capitulos_espanyol_jesus/2005_motivacion_para_el_aprendizaje) Perspectiva
 alumnos.pdf%0Ahttps://www.researchgate.net/profile/Juan_Aparicio7/publication/253571379_Los_estudios_sobre_el_cambio_conceptual_

- Rialdy, M. A. (2018). *Analisis pengaruh disposable income dan tingkat religiusitas terhadap minat menabung ibu-ibu majelis taklim al-hidayah di perbankan syariah*. 1–91.
- Rohmadi, Nurbaiti, & Junaidi. (2016). *Analisis Faktor Penentu Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah dan Perbankan Konvensional*. vol 4.
- Rouf, A. (2011). *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Membayar Zakat di Rumah Zakat cabang Semarang*. Skripsi.
- Saifudin, T. (2018). *Pengaruh Promosi, Religiusitas, dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah dengan Pengetahuan Masyarakat sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Masyarakat Di Kota Salatiga)*. Salatiga: IAIN Salatiga. SKRIPSI.
- Sanjaya, B. (2017). *ANALISIS SIKAP DAN MINAT NASABAH DALAM MENABUNG DI BANK BRI SYARIAH KCP LAWANG*. Universitas Negeri Malang, (December 2016).
- Sanusi, A. (2011). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba empat.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis Pendekatan Pengembangan-Keahlian*. Jakarta: Salemba empat.
- Setiasih, D. P. (2011). *Analisis Persepsi, Preferensi, Sikap Dan Perilaku Dosen Terhadap Perbankan Syariah*. Skripsi. Fakultas Syari'ah Institut Agama Islam Negeri Walisongo

Semarang.

- Setyawan, Y. N., & Japarianto, E. (2014). Analisa Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, dan Aksesibilitas terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Danamon di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2.
- Slameto. (2010). *Belajar dan faktor-faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Soemitra, A. (2015). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Sugiarto, A. (2018). *PENGARUH PENGETAHUAN, PERSEPSI, SIKAP DAN PERILAKU PELAKU BISNIS TERHADAP MINAT BERTRANSAKSI DI BANK SYARIAH*.
- Sugiyono. (2011). *metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sumarwan, U. (2014). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Umam, K. (2016). *Dasar-dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Umar, H. (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: rajawali.

- Undang-undang. (1998). Undang-Undang RI No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan. *Lembaran Negara Republik Indonesia*, 182. Retrieved from <http://www.bphn.go.id/data/documents/98uu010.pdf>
- Wa, I., & Maulana, A. (2017). *Hubungan Perceived Behavioral Control*.
- Widhiarso, W. (2010). *Uji Linearitas Hubungan*.
- Yogatama, L. A. M. (2013). Analisis pengaruh attitude , subjective norm , dan perceived behavior control terhadap intensi penggunaan helm saat mengendarai motor pada remaja dan dewasa muda di jakarta selatan. *Proceeding PESAT*, 5, 8–9. <https://doi.org/10.1109/T-SU.1985.31645>
- Yupitri, E., & Sari, R. (2012). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri Di Medan. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 1(1), 14867.
- Zainab. (2011). *Pengaruh Citra Merek, Periklanan, dan Persepsi Terhadap Minat Menabung Nasabah*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.



LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian

Banda Aceh,.....

Perihal: Permohonan Untuk Mengisi Kuesioner

Kepada Yth.

Bapak/Ibu Responden

Dengan Hormat,

Yang Bertanda tangan dibawah ini saya Mahasiswi Universitas Islam Negeri Ar-raniry, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Perbankan Syariah:

Nama : Irsanul Fitri

NIM : 160603214

Dalam rangka penyelesaian tugas akhir (skripsi), saya memohon bantuan sebesar-besarnya dari bapak/ibu untuk bersedia mengisi dengan lengkap kuesioner terkait dengan penelitian skripsi saya, Topik dari Kuesioner ini adalah “Pengaruh Religiusitas, Sikap Dan *Perceived Behavioral Control* Terhadap Minat Menabung Pada PT.Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh”.

Data dari kuesioner tersebut akan dijaga kerahasiannya atau dipublikasikan, yang dipublikasikan hanya ringkasan dari hasil analisisnya. Demikian permohonan saya besar harapan saya akan bantuan dari bapak/ibu untuk mengisi kuesioner ini. Mohon maaf apabila ada kesalahan kata maupun kesalahan tulis. Atas perhatian dan kerjasamanya saya mengucapkan banyak terimakasih.

A. IDENTIFIKASI RESPONDEN

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : Laki-Laki Perempuan
3. Umur :
4. Pekerjaan : Pelajar/Mahasiswa Wiraswasta
 Pegawai Negeri Pegawai Swasta
 Lainnya.....
5. Lama Menabung Pada PT.Bank Aceh Syariah:
: < 1 Tahun 1-2 Tahun
 3-5 Tahun > 5 Tahun

B. Petunjuk Pengisian

Berilah tanda check list (√) pada jawaban yang anda pilih dengan ketentuan sebagai berikut:

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

C. Kuesioner

1) Religiusitas (X_1)

No.	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya yakin bahwa Bank Syariah terdapat DPS (Dewan Pengawas Syariah) yang bertugas mengawasi operasional dari Bank Aceh Syariah.					
2.	Saya meyakini bahwa aktifitas kegiatan yang dijalankan telah sesuai dengan prinsip Syariah					
3.	Saya menabung di Bank Aceh Syariah karena tidak mengandung riba.					
4.	Bank Aceh Syariah melaksanakan prinsip-prinsip islam dalam setiap praktik perbankannya.					
5.	Saya menabung di Bank Aceh Syariah karena penyaluran dananya pada usaha yang halal dan menguntungkan bagi kemaslahatan umat.					
6.	Saya menabung di Bank Aceh Syariah karena menggunakan sistem bagi hasil yang lebih adil					
7.	Saya mengetahui bahwa transaksi dan menabung yang menggunakan bunga itu haram karena terdapat unsur riba yang dilarang dalam Agama.					
8.	Saya mengetahui bahwa menabung pada Bank Aceh Syariah merupakan cara yang benar diarahkan oleh Agama Islam.					
9.	Saya berusaha mematuhi serta menjalankan norma-norma islam dalam Berekonomi (transaksi bisnis/perbankan secara non-riba).					
10.	Saya merasa yakin menggunakan Bank Aceh Syariah karena terhindar dari penipuan, dan ketidak jelasan.					

2) Sikap (X₂)

No.	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya yakin menabung di Bank Aceh Syariah karena sesuai dengan syariat Islam.					
2	Saya pikir menabung di Bank Aceh Syariah merupakan salah satu pilihan yang tepat bagi orang yang ingin menabung					
3.	Saya sangat senang jika Bank Aceh Syariah membuka banyak cabang.					
4.	Saya yakin produk-produknya terhindar dari riba.					
5.	Saya yakin produk-produk yang ditawarkan pada Bank Aceh Syariah tidak kalah baik dari produk-produk perbankan konvensional					
6.	Saya merasa Bank Aceh Syariah lebih terjamin dari pada bank konvensional					
7.	Saya senang melakukan pembiayaan dengan Bank Aceh Syariah karena terbebas dari riba.					
8.	Bank Aceh Syariah adalah bank yang berdasarkan hukum Al-Qur'an dan Hadist					
9.	Dengan berinvestasi di Bank Aceh Syariah lebih minim resiko dibandingkan pada bank konvensional.					
10	Saya menabung di Bank Aceh Syariah karena tidak ada potongan tiap bulannya					

3) Perceived Behavioral Control (X₃)

No.	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Bisa mendapatkan ketenangan hati karena terbebas dari riba					
2.	Menyimpan uang dengan cara yang diarahkan oleh islam					
3.	Kemudahan mendapatkan ATM Bank Aceh Syariah.					
4.	Ingin mendapatkan keselamatan di					

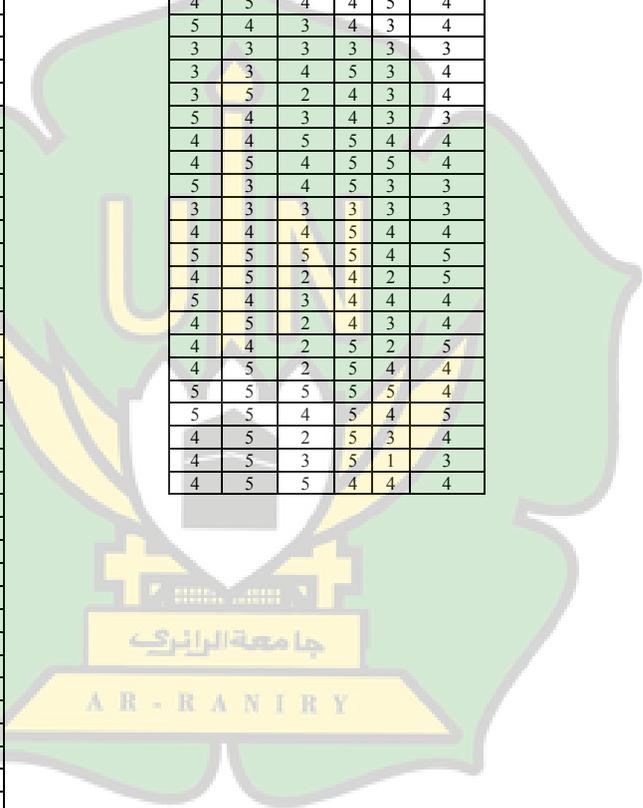
	dunia dan akhirat					
5	Mendapatkan pelayanan Bank Aceh Syariah yang Baik.					
6.	Ingin mendapatkan berkah dan pahala.					

4) Minat Menabung (Y)

No.	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya ingin menabung karena keinginan dari diri sendiri.					
2.	Sejak dikeluarkannya Fatwa MUI tentang keharaman riba, maka saya segera beralih menabung di Bank Aceh Syariah.					
3.	Saya tertarik dengan fasilitas produk yang ditawarkan oleh Bank Aceh Syariah.					
4.	Saya ingin menabung karena menabung merupakan bagian dari melaksanakan syariat islam.					
5.	Saya ingin menabung karena mendapat pengaruh dari teman dan masyarakat.					
6.	Saya mendapat dorongan dari orang tua agar bisa menyisihkan hasil pendapatan saya untuk menabung.					
7.	Saya memilih menabung di Bank Aceh Syariah karena pelayanan yang baik dan memuaskan.					
8.	Saya memilih menabung di Bank Aceh Syariah karena Karyawan memiliki tingkat empati yang tinggi kepada nasabah.					
9.	Saya akan menabung karena ingin mendapatkan berkah dan pahala.					
10.	Saya menabung di Bank Aceh Syariah karena letaknya yang mudah dijangkau.					

PBC (X3)					
1	2	3	4	5	6
5	5	3	5	5	5
5	4	3	4	4	4
4	3	3	4	4	4
4	4	5	4	4	4
4	5	4	4	4	4
4	5	4	4	5	4
5	5	4	5	5	5
5	5	4	5	5	5
5	5	4	4	4	4
5	5	5	4	3	4
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	5	5
3	4	3	4	3	5
4	4	3	4	4	5
3	4	3	3	3	4
5	5	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5
5	5	4	5	4	4
5	5	4	5	5	5
5	5	2	4	3	5
5	5	3	5	5	5
4	5	4	5	4	5
4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	4	5
4	3	2	3	1	4
4	5	2	5	3	5
4	4	3	4	3	4
5	5	4	5	5	5
5	5	4	4	4	5
5	5	3	5	5	5
4	4	3	3	5	5
4	4	2	4	4	4
4	4	4	5	4	4
5	5	3	4	4	4
5	5	4	4	4	4
5	5	4	5	5	5
4	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
5	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	4	5
4	4	4	5	5	5
4	5	4	4	5	5
4	4	3	5	2	5
4	3	2	4	1	4
4	5	4	5	2	4
4	4	3	4	4	5
4	4	3	4	2	4
5	5	3	5	5	5
5	5	5	4	4	4
4	4	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	4	4
5	5	5	5	5	5
3	4	3	5	5	5
5	5	5	5	5	5
4	4	3	5	3	4
5	4	4	5	2	4
5	4	5	4	4	4
5	4	2	5	4	5
5	4	5	5	1	4

4	4	3	3	2	4
5	5	2	4	2	5
4	4	2	4	3	4
5	3	5	5	4	5
4	4	2	4	4	5
5	4	2	3	3	5
4	4	3	5	5	4
4	5	3	4	3	4
4	5	4	5	5	4
5	5	2	5	3	5
4	5	4	4	4	5
4	5	5	4	5	4
4	5	5	4	4	4
5	4	4	5	3	4
4	5	4	4	5	4
5	4	3	4	3	4
3	3	3	3	3	3
3	3	4	5	3	4
3	5	2	4	3	4
5	4	3	4	3	3
4	4	5	5	4	4
4	5	4	5	5	4
5	3	4	5	3	3
3	3	3	3	3	3
4	4	4	5	4	4
5	5	5	5	4	5
4	5	2	4	2	5
5	4	3	4	4	4
4	5	2	4	3	4
4	4	2	5	2	5
4	5	2	5	4	4
5	5	5	5	5	4
5	5	4	5	4	5
4	5	2	5	3	4
4	5	3	5	1	3
4	5	5	4	4	4



Lampiran 3 Karakteristik Responden

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	49	49,0	49,0	49,0
	Perempuan	51	51,0	51,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	21-30 tahun	43	43,0	43,0	43,0
	31-40 tahun	21	21,0	21,0	64,0
	41-50 tahun	19	19,0	19,0	83,0
	> 50 tahun	17	17,0	17,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PNS	24	24,0	24,0	24,0
	P.Swasta	24	24,0	24,0	48,0
	Pelajar/Mhs	15	15,0	15,0	63,0
	Wiraswasta	33	33,0	33,0	96,0
	Lain-lain	4	4,0	4,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Lama Menabung

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 1 tahun	13	13,0	13,0	13,0
	1-2 tahun	20	20,0	20,0	33,0
	3-5 tahun	31	31,0	31,0	64,0
	> 5 tahun	36	36,0	36,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Lampiran 4 Hasil Uji Validitas

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	,317*	,405*	,296*	,279*	,566*
	Sig. (2-tailed)		,001	,000	,003	,005	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	,317*	1	,216*	,369*	,122	,603*
	Sig. (2-tailed)	,001		,031	,000	,228	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	,405*	,216*	1	,263*	,301*	,631*
	Sig. (2-tailed)	,000	,031		,008	,002	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	,296*	,369*	,263*	1	,255*	,603*
	Sig. (2-tailed)	,003	,000	,008		,010	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	,279*	,122	,301*	,255*	1	,506*
	Sig. (2-tailed)	,005	,228	,002	,010		,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1	Pearson Correlation	,566*	,603*	,631*	,603*	,506*	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

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

Sikap (X₂)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	,367*	,260*	,177	,219*	,529*
	Sig. (2-tailed)		,000	,009	,078	,029	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	,367*	1	,227*	,235*	,340*	,518*
	Sig. (2-tailed)	,000		,023	,019	,001	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	,260*	,227*	1	,211	,209*	,436*
	Sig. (2-tailed)	,009	,023		,035	,037	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	,177	,235*	,211*	1	,475*	,642*
	Sig. (2-tailed)	,078	,019	,035		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	,219*	,340*	,209*	,475*	1	,733*
	Sig. (2-tailed)	,029	,001	,037	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100
X2	Pearson Correlation	,529*	,518*	,436*	,642*	,733*	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

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

Correlations

		X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1
X1.6	Pearson Correlation	1	,272*	,303*	,268*	,325*	,615*
	Sig. (2-tailed)		,006	,002	,007	,001	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.7	Pearson Correlation	,272*	1	,074	,320*	,325*	,562*
	Sig. (2-tailed)	,006		,467	,001	,001	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.8	Pearson Correlation	,303*	,074	1	,209*	,331*	,533*
	Sig. (2-tailed)	,002	,467		,037	,001	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.9	Pearson Correlation	,268*	,320*	,209*	1	,393*	,586*
	Sig. (2-tailed)	,007	,001	,037		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.10	Pearson Correlation	,325*	,325*	,331*	,393*	1	,638*
	Sig. (2-tailed)	,001	,001	,001	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1	Pearson Correlation	,615*	,562*	,533*	,586*	,638*	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

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

Correlations

		X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2
X2.6	Pearson Correlation	1	,351	,202	,274	,184	,510
	Sig. (2-tailed)		,000	,044	,006	,068	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.7	Pearson Correlation	,351	1	,469	,373	,480*	,755
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.8	Pearson Correlation	,202	,469	1	,115	,125	,474
	Sig. (2-tailed)	,044	,000		,253	,214	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.9	Pearson Correlation	,274	,373	,115	1	,491	,651
	Sig. (2-tailed)	,006	,000	,253		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.10	Pearson Correlation	,184	,480*	,125	,491	1	,725
	Sig. (2-tailed)	,068	,000	,214	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100
X2	Pearson Correlation	,510	,755	,474	,651	,725	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

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

Perceived Behavioral Control (X₃)

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3
X3.1	Pearson Correlation	1	,408*	,321*	,379*	,230*	,306*	,627*
	Sig. (2-tailed)		,000	,001	,000	,021	,002	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	,408*	1	,230*	,323*	,356*	,326*	,638*
	Sig. (2-tailed)	,000		,021	,001	,000	,001	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	,321*	,230*	1	,279*	,457*	,024	,676*
	Sig. (2-tailed)	,001	,021		,005	,000	,813	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	,379*	,323*	,279*	1	,262*	,294*	,604*
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,005		,008	,003	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	,230*	,356*	,457*	,262*	1	,385*	,765*
	Sig. (2-tailed)	,021	,000	,000	,008		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.6	Pearson Correlation	,306*	,326*	,024	,294*	,385*	1	,537*
	Sig. (2-tailed)	,002	,001	,813	,003	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3	Pearson Correlation	,627*	,638*	,676*	,604*	,765*	,537*	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

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

جامعة الرانري

AR - RANIRY

Minat Menabung (Y)

Correlations

	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y
Y.1 Pearson Correlation	1	,501*	,321*	,222*	,096	,458*
Sig. (2-tailed)		,000	,001	,026	,341	,000
N	100	100	100	100	100	100
Y.2 Pearson Correlation	,501*	1	,468*	,265*	,132	,453*
Sig. (2-tailed)	,000		,000	,008	,191	,000
N	100	100	100	100	100	100
Y.3 Pearson Correlation	,321*	,468*	1	,397*	,417*	,714*
Sig. (2-tailed)	,001	,000		,000	,000	,000
N	100	100	100	100	100	100
Y.4 Pearson Correlation	,222*	,265*	,397*	1	,026	,515*
Sig. (2-tailed)	,026	,008	,000		,797	,000
N	100	100	100	100	100	100
Y.5 Pearson Correlation	,096	,132	,417*	,026	1	,535*
Sig. (2-tailed)	,341	,191	,000	,797		,000
N	100	100	100	100	100	100
Y Pearson Correlation	,458*	,453*	,714*	,515*	,535*	1
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
N	100	100	100	100	100	100

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

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

Correlations

	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Y
Y.6 Pearson Correlation	1	,302*	,280*	,216*	,224*	,477*
Sig. (2-tailed)		,002	,005	,031	,025	,000
N	100	100	100	100	100	100
Y.7 Pearson Correlation	,302*	1	,578*	,409*	,513*	,706*
Sig. (2-tailed)	,002		,000	,000	,000	,000
N	100	100	100	100	100	100
Y.8 Pearson Correlation	,280*	,578*	1	,217*	,582*	,705*
Sig. (2-tailed)	,005	,000		,030	,000	,000
N	100	100	100	100	100	100
Y.9 Pearson Correlation	,216*	,409*	,217*	1	,400*	,476*
Sig. (2-tailed)	,031	,000	,030		,000	,000
N	100	100	100	100	100	100
Y.10 Pearson Correlation	,224*	,513*	,582*	,400*	1	,756*
Sig. (2-tailed)	,025	,000	,000	,000		,000
N	100	100	100	100	100	100
Y Pearson Correlation	,477*	,706*	,705*	,476*	,756*	1
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
N	100	100	100	100	100	100

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

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

Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas

Religiusitas (X_1)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

- a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,785	10

Sikap (X_2)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

- a. Listwise deletion based on all variables in the procedure

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,799	10

Perceived Behavioral Control (X₃)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,706	6

Minat Menabung (Y)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,782	10

Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,26785379
Most Extreme Differences	Absolute	,094
	Positive	,058
	Negative	-,094
Kolmogorov-Smirnov Z		,941
Asymp. Sig. (2-tailed)		,339

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Religiusitas X1	,592	1,690
	Sikap X2	,506	1,977
	PBC (X3)	,636	1,571

a. Dependent Variable: Minat Menabung (Y)

Uji Heterokedastisitas

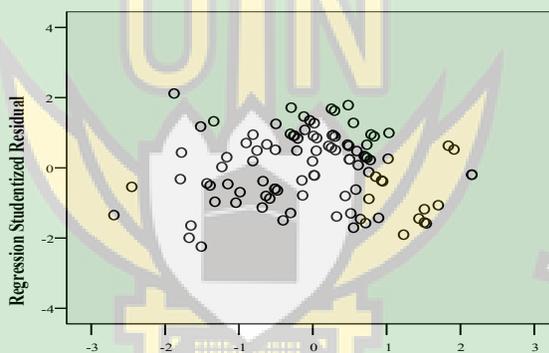
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,299	,161		1,852	,067
	Religiusitas X1	,014	,048	,039	,300	,765
	Sikap X2	-,052	,039	-,190	-1,335	,185
	PBC (X3)	,020	,035	,073	,577	,566

a. Dependent Variable: abs_res

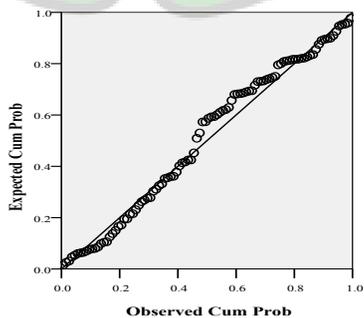
Scatterplot

Dependent Variable: Minat Menabung (Y)



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Minat Menabung (Y)



Lampiran 7 Uji Regresi Linier Berganda

Uji t (Uji Parsial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized coefficients		Standardized coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,284	,316		,933	,353
Religiusitas (X1)	,303	,093	,250	3,218	,002
Sikap (X3)	,442	,077	,484	5,766	,000
PBC (X3)	,316	,068	,208	2,782	,007

a. Dependent Variable: Minat Menabung (Y)

Uji F (Uji Simultan)

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	13,667	3	4,556	61,226	,000 ^a
Residual	7,103	96	,074		
Total	20,770	99			

a. predictors: (constant), PBC (X3), Religiusitas (X1), Sikap (X2)

b. Dependent Variable: Minat Menabung (Y)

Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,810 ^a	,657	,647	,27201

a. Predictors: (Constant), PBC (X3), Religiusitas (X1), Sikap (X2)

b. Dependent Variabel: Minat Menabung (Y)