

**SKRIPSI**

**PENGARUH MOTIF RASIONAL, PENGETAHUAN, DAN  
RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT MENABUNG MASYARAKAT  
DI BANK ACEH SYARIAH  
(Studi Kasus Masyarakat Desa Rukoh Kecamatan Syiah Kuala Kota  
Banda Aceh)**



**Disusun Oleh:**

**PUTRI MACHFIRAH  
NIM. 170603186**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
BANDA ACEH  
2023 M / 1444 H**

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Putri Machfirah  
NIM : 170603186  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan SKRIPSI ini saya:

- 1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabka.*
- 2. Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
- 3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
- 4. Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.*
- 5. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk 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, 26 Desember 2022

Yang Menyatakan,



Putri Machfirah

**LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Ar-Raniry Banda Aceh  
Sebagai Salah Satu Beban Studi  
Untuk Menyelesaikan Program Studi Perbankan Syariah  
Dengan Judul:

**Pengaruh Motif Rasional, Pengetahuan, Dan Religiusitas, Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank Aceh Syariah (Studi Kasus Masyarakat Desa Rukoh Kecamatan Syiah Kuala Kota Banda Aceh)**


Disusun Oleh:


Putri Machfirah  
NIM: 170603186

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,

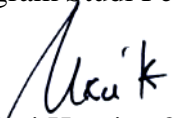
Pembimbing II,

  
Dr. Israk Ahmadsyah, B.Ec., M.Ec., M.Sc., Ph.D  
NIP. 197209072000031001

  
Ana Fitria, SE., M.Sc  
NIP. 199009052019032019

Mengetahui

Ketua Program Studi Perbankan Syariah,

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

## LEMBAR PENGESAHAN SIDANG HASIL

Putri Machfirah  
NIM: 170603186

Dengan Judul:

**Pengaruh Motif Rasional, Pengetahuan, Dan Religiusitas, Terhadap  
Minat Menabung Masyarakat Di Bank Aceh Syariah  
(Studi Kasus Masyarakat Desa Rukoh Kecamatan Syiah Kuala Kota  
Banda Aceh)**

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 Program Studi Strata Satu (S-1) dalam  
Bidang Perbankan


Pada Hari/Tanggal: Jumat, 30 Desember 2022 M  
06 Jumadil Akhir 1444 H

Banda Aceh

Tim Penilai Seminar Hasil Skripsi

Ketua,

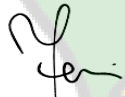
Sekretaris,


  
Dr. Israk Ahmadsyah, B.Ec., M.Ec., M.Sc., Ph.D  
NIP. 197209072000031001

  
Ana Fitria, S.E., M.Sc  
NIP.199009052019032019

Penguji I

Penguji II

  
Evriyenni, S.E., M.Si., CTT  
NIDN. 2013048301

  
Rika Mulia, MBA  
NIP.198906032020122013

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

  
Dr. Hafas Furqani, M. Ec  
NIP. 198006252009011009



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](http://www.library.ar-raniry.ac.id), Email: [library@ar-raniry.ac.id](mailto:library@ar-raniry.ac.id)

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASIKARYA ILMIAH  
MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Putri Machfirah  
NIM : 170603186  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah  
E-mail : [170603186@student.ar-raniry.ac.id](mailto:170603186@student.ar-raniry.ac.id)

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 Motif Rasional, Pengetahuan, Dan Religiusitas, Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Desa Rukoh Kecamatan Syiah Kuala Kota 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 : 26 Desember 2022

Mengetahui,

Penulis

Putri Machfirah  
NIM.170603186

Pembimbing I

Israk Ahmadisyah, B.Ec., M.Ec., M.Sc., Ph.D  
NIP.197209072000031001

Pembimbing II

Ana Fitria S.F., M.Sc  
NIP.199009052019032019

## KATA PENGANTAR



Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. shalawat serta salam tidak lupa kita panjatkan kepada Nabi tercinta baginda Muhammad SAW yang telah membawa kita dari tidak berilmu pengetahuan menjadi penuh dengan ilmu pengetahuan dan selalu kita nantikan syafa'atnya di hari akhir. Penulisan skripsi ini yang berjudul “ Pengaruh Pendidikan, Religiusitas, Ekonomi dan Informasi Terhadap Pengetahuan Produk Perbankan Syariah (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Teunom)” bertujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan studi pada program Sarjana Perbankan Syariah UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Dalam proses penyelesaian skripsi ini tidaklah mudah, penulis mengalami banyak hambatan dan kesulitan. Namun, atas bimbingan, semangat dan dorongan dari berbagai pihak, akhirnya penulisan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Hafas Furqani, M.Ec, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag., sebagai Ketua Operator Studi Perbankan Syariah dan Inayatillah, MA., Ek sebagai Sekretaris, Mukhlis, S.HI., SE., M.H selaku admin Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
3. Hafiih Maulana, SP., S.HI., ME selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

4. Bapak Dr. Israk Ahmadsyah, B.Ec., M.Ec., M.Sc., Ph.D selaku Penasehat Akademik sekaligus Pembimbing I yang telah banyak memberikan bimbingan serta arahan yang dapat memudahkan penulis menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Ibu Ana Fitria, SE., M.Sc selaku Pembimbing II yang telah banyak membantu, mengarahkan dengan baik dalam proses penyelesaian skripsi dari awal hingga akhir.
5. Ibu Evriyenni, S.E., M.Si.,CTT selaku penguji I dan Ibu Rika Mulia, MBA selaku penguji II dalam sidang munaqasyah skripsi yang telah membantu penulis dalam penilaian skripsi sehingga didapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
6. Seluruh Dosen, Pegawai dan Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan banyak ilmu dan bantuan akademik selama masa perkuliahan, serta kepada pengurus dan pegawai perpustakaan utama UIN Ar-Raniry dan Ruang Baca FEBI yang sudah menyediakan fasilitas untuk Referensi kepustakaan.
7. Teristimewa untuk kedua orang tua tercinta, ayahanda Alaidin dan Ibunda Faridah, adik saya Putri Muhajjir, Mohd. Firdaus yang senantiasa mendampingi dan selalu memberikan dukungan dan doa kepada penulis. Serta segenap keluarga besar penulis yang selalu memberikan dukungan selama ini.
8. Teman-teman seperjuangan yang telah membantu dan memberikan semangat dan dukungan kepada penulis. Terkhusus sahabat seperjuangan saya Cici Rismawati, Yuslinda Anizah, Selvia Mery Wulandari, Nadia Aulina, Cindi Itami yang telah banyak memberikan bantuan dan kerjasama dalam meyelesaikan penulisan skripsi ini.

Semoga Allah membalas segala kebaikan dan bantuan yang telah diberikan kepada penulis dengan kebaikan yang berlipat ganda.

Banda Aceh, 26 Desember 2022

Penulis,

Putri Machfirah





## TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Materi 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	T
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	H	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Z̤	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	س	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>Fathah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U

### b. Vokal Rangkap

Vokal Rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara hakikat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
◌َ يَ	<i>Fathah dan ya</i>	Ai
◌َ وَ	<i>Fathah dan wau</i>	Au

Contoh:

*Kaifa*: فَيْك

*Haula*: لَوْه

### 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
أَ / آ	<i>Fathah dan ya</i>	Ā
يَ	<i>Fathah dan wau</i>	Ī
يُ	<i>Dammah dan Wau</i>	Ū

Contoh:

qala: قَالٌ

rama: رَمَى

qila: قِيلَ

yaqulu: يَقُولُ

### 4. Ta Marbutah (ة)

Trasliterasi untuk ta marbutoh ada dua.

(1) Ta *Marbutah* (ة) hidup

Ta *marbutah* (ة) yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah,

transliterasinya adalah t.

- (2) Ta *marbutah* (ة) mati  
Ta *marbutah* (ة) yang mati atas mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.
- (3) 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:

*raudah al-atfal/raudatul atfal*: رَوْضَةُ الْأَصْفَالِ

*al-madinah al-munawwarah*: الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّارَةُ

*talhah*: صَلْحَةُ

**Catatan:**

**Modifikasi**

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi. Seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis kaidah penerjemahan. Contoh: Hamad Ibn Sulaiman
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr, Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.

## ABSTRAK

Nama : Putri Machfirah  
NIM : 170603186  
Fakultas/Prodi : Perbankan Syariah  
Judul : Pengaruh Motif Rasional, Pengetahuan dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank Aceh Syariah (Studi Kasus Masyarakat Desa Rukoh Kecamatan Syiah Kuala Kota Banda Aceh)  
Pembimbing I : Dr. Israk Ahmadsyah, B.Ec., M. Sc  
Pembimbing II : Ana Fitria, SE., M.Sc

Adanya dinamika dan fluktuasi dalam perkembangan jumlah nasabah pada PT Bank Aceh Syariah tentu memperlihatkan minat masyarakat untuk memutuskan pihannya, baik untuk tetap menjadi nasabah atau tidak. Minat masyarakat untuk menjadi bagian dari Bank Aceh Syariah tentu dipengaruhi oleh banyak faktor termasuk faktor motif rasional, pengetahuan, dan religiusitas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan variabel motif rasional, pengetahuan, dan religiusitas terhadap minat menabung masyarakat Rukoh Kota Banda Aceh pada Bank Aceh Syariah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiasi. Populasi dalam penelitian ini adalah 3.853 dan sampel 100 orang. Teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Analisa data menggunakan SPSS Versi 26. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa motif rasional, pengetahuan dan religiusitas berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat menabung masyarakat Rukoh. Motif rasional, pengetahuan dan religiusitas berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat Rukoh Kota Banda Aceh. Saran peneliti agar pihak bank terus melakukan sosialisasi kepada masyarakat terkait bank dan masyarakat terus meningkatkan pengetahuannya tentang bank.

**Kata Kunci :** *Motif rasional, pengetahuan, religiusitas, minat menabung*

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH .....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>v</b>
<b>TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.5 Sistematika Pembahasan.....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
2.1 Minat .....	9
2.1.1 Pengertian Minat.....	9
2.1.2 Ciri-Ciri Minat .....	11
2.1.3 Jenis-Jenis Minat .....	12
2.1.4 Indikator Minat .....	14
2.2 Motif Rasional .....	16
2.2.1 Pengertian Motif Rasional .....	16
2.2.2 Faktor-Faktor Motif Rasional .....	17
2.2.3 Indikator Motif Rasional .....	17
2.3 Pengetahuan.....	18
2.3.1 Pengertian Pengetahuan.....	18
2.3.2 Macam-Macam Pengetahuan Nasabah .....	19
2.3.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengetahuan .....	23
2.3.4 Indikator Pengetahuan Nasabah .....	24
2.4 Religiusitas .....	26
2.4.1 Pengertian Religiusitas .....	26

2.4.2 Indikator Religiusitas .....	26
2.5 Penelitian Terdahulu.....	29
2.6 Keterkaitan Variabel.....	36
2.7 Kerangka Pemikiran .....	37
2.8 Hipotesis Penelitian.....	38
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Desain Penelitian .....	39
3.2 Sumber dan Jenis Data.....	40
3.3 Objek dan Ruang Lingkup.....	40
3.4 Definisi Operasional .....	40
3.5 Populasi dan Sampel.....	42
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	44
3.7 Skala Pengukuran .....	45
3.8 Validitas dan Reliabilitas.....	46
3.9 Uji Asumsi Klasik.....	47
3.10 Analisis Regresi Berganda .....	49
3.11 Pengujian Hipotesis .....	50
3.12 Uji Koefisien Determinasi .....	52
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	54
4.2 Karakteristik Responden.....	56
4.3 Uji Instrumen Penelitian .....	59
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	
4.5 Hasil Penelitian .....	69
4.6 Uji Koefisien Determinasi .....	73
4.7 Pembahasan .....	74
<b>BAB V PENUTUP</b>	
5.1 Kesimpulan .....	78
5.2 Saran .....	78
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>80</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Simpanan Nasabah di Bank Aceh (dalam Jutaan Rupiah) Periode 2017-2021 .....	2
Tabel 1.2 Jumlah Nasabah Aktif Pada PT Bank Aceh Syariah Cabang Darussalam Periode 2017-2021.....	3
Tabel 2.1 Kajian Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	41
Tabel 3.2 Skala Pengukuran Responden (skala interval 1-5).....	45
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	57
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	58
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Menjadi Nasabah.....	58
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas .....	60
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas .....	61
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Motif Rasional .....	62
Tabel 4.8 Deskripsi Variabel Pengetahuan.....	62
Tabel 4.9 Deskripsi Variabel Religiusitas .....	63
Tabel 4.10 Deskripsi Variabel Masyarakat .....	64
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas.....	65
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas.....	67
Tabel 4.13 Analisis Regresi Linier Berganda.....	69
Tabel 4.14 Hasil Uji t .....	71
Tabel 4.15 Hasil Uji F .....	72
Tabel 4.16 Hasil Koefisien Determinasi.....	73



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Skema Kerangka Berpikir.....	38
Gambar 4.1 Normal P-P Plot.....	66
Gambar 4.2 Scatterplot Uji Heteroskedastisitas .....	68



## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian .....	84
Lampiran 2. Hasil Uji Validitas.....	95
Lampiran 3. Hasil Uji Reliabilitas .....	103
Lampiran 4. Hasil Uji $R^2$ .....	104
Lampiran 5. Hasil Uji F.....	104
Lampiran 6. Hasil Uji t.....	104
Lampiran 7. Hasil Uji Multikolinearitas .....	
Lampiran 8. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	106
Lampiran 9. Hasil Uji Normalitas .....	106
Lampiran 10. Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	107
Lampiran 11. Tabel T Tabel .....	108
Lampiran 12. Tabel F Tabel .....	110
Lampiran 13. Riwayat Hidup .....	113

# **BAB I PENDAHULUAN**

## **1.1 Latar Belakang Masalah**

Bank merupakan lembaga keuangan yang melaksanakan tiga fungsi utama, yaitu menerima simpanan uang, meminjamkan uang (*loan*), memberikan jasa pengiriman uang dan jasa lainnya yang tentunya tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat. Keberadaan lembaga perbankan di Indonesia sudah mengalami berbagai perkembangan, yang ditandai dengan munculnya perbankan yang menjalankan nilai-nilai syariah Islam (Sari, 2013). Hal ini diperkuat dengan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya”. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang Bank Syariah tersebut telah menyebabkan bertambahnya jumlah bank syariah di Indonesia. Pertambahan jumlah bank tersebut mengakibatkan terjadinya persaingan di antara bank syariah tersebut untuk memasarkan produk dan jasanya.

Salah satu bank yang menjalankan kegiatan berdasarkan Syariah Islam PT. Bank Aceh Syariah. Keberadaan PT. Bank Aceh Syariah bagi masyarakat Aceh telah memperlihatkan tingginya kepercayaan sebagian masyarakat terhadap jasa yang diberikan. Hal ini didukung berdasarkan data Laporan Tahunan PT. Bank Aceh Syariah 2021 yang akses melalui *situs bankaceh.go.id*, perkembangan dari jumlah simpanan di Bank Aceh dapat dilihat pada tabel 1.1 di bawah ini.

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Simpanan Nasabah di Bank Aceh Syariah (dalam Jutaan Rupiah)**  
**Periode 2017 - 2021**

Simpanan Nasabah	Tahun				
	2017	2018	2019	2020	2021
Giro	4.287.138	638.370	845.642	888.601	1.231.334
Tabungan	5.571.312	66.038	69.907	77.497	143.766
Deposito	4.293.268	642.326	866.442	912.611	1.333.344
Total	14.151.718	1.346.734	1.781.991	1.878.709	2.708.444

Sumber: *Laporan Tahunan Bank Aceh, 2022*

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa jumlah simpanan nasabah dari produk tabungan, giro dan deposito yang terbaik terjadi di tahun 2017 sampai dengan tahun 2021 jumlah simpanan nasabah belum dapat menyaingi di tahun 2017. Terjadinya penurunan simpanan nasabah pada Bank Aceh tersebut mengindikasikan terjadinya penurunan minat masyarakat untuk menggunakan Bank Aceh sebagai lembaga yang mengurus perbankannya.

Saat ini keberadaan kantor cabang pembantu Bank Aceh Syariah sudah tersebar di seluruh wilayah Aceh, termasuk di Kota Banda Aceh. Keberadaan kantor cabang pembantu Bank Aceh Syariah Darussalam ini juga telah membuat sebagian besar masyarakat sekitar, khususnya masyarakat Rukoh menjadikan diri bagian dari nasabah di Bank Aceh Syariah tersebut. Namun, dalam beberapa tahun terakhir yakni 2017 – 2021 angka jumlah menunjukkan cenderung mengalami dinamika peningkatan. Berdasarkan pengambilan data awal nasabah pada PT Bank Aceh Syariah Cabang Darussalam, dapat dilihat pada Tabel 1.2.

**Tabel 1.2**  
**Jumlah Nasabah aktif pada PT Bank Aceh Syariah Cabang Darussalam**  
**Periode 2017-2021**

No	Tahun	Jumlah Nasabah
1	2017	54.882
2	2018	52.116
3	2019	50.221
4	2020	51.098
5	2021	53.100

Sumber: PT Bank Aceh Syariah Cabang Darussalam, 2021

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat dilihat jumlah nasabah pada tahun 2017 sebanyak 54.882 nasabah, terjadi penurunan pada tahun 2018 menjadi 52.116 (11,45%). Selanjutnya terjadi penurunan jumlah nasabah pada tahun 2019 menjadi 50.221 (3,63%). Namun, sejak tahun 2020 – 2021 angka nasabah kembali naik bahkan hingga saat ini sudah mencapai 53.100 orang. Adanya dinamika dan berfluktuatif dalam perkembangan jumlah nasabah pada PT Bank Aceh Syariah Cabang Darussalam tentu memperlihatkan minat masyarakat untuk memutuskan pihannya, baik untuk tetap menjadi nasabah atau tidak.

Minat masyarakat merupakan rasa lebih suka dan rasa keterkaitan masyarakat pada suatu hal atau aktivitas yang terdapat pada sebuah lembaga perbankan tanpa ada yang menyuruh. Minat masyarakat merupakan penerimaan nasabah akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar pula minatnya. Seseorang yang berminat terhadap aktivitas akan memperhatikan aktivitas itu secara konsisten dengan rasa senang (Djaali, 2012). Minat masyarakat untuk menjadi bagian dari Bank Aceh Syariah tentu dipengaruhi oleh banyak faktor termasuk faktor motif rasional, pengetahuan, dan religiusitas.

Motif rasional merupakan suatu dorongan untuk bertindak menurut pikiran yang sehat, patut, dan layak (Sangadji dan Sopiah, 2012). Untuk mengujur motif rasional menurut Dipyantoro dkk (2013) terdapat beberapa indikator yakni harga, kualitas, pelayanan dan lokasi. Adanya pengaruh motif

terhadap terhadap minat menabung didukung oleh penelitian Mirandhawati (2020) menyebutkan motif sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah.

Sedangkan pengetahuan adalah informasi yang diperoleh dari berbagai media masa, seperti iklan, pada majalah, televisi, koran, radio, pamflet bahkan bisa juga melalui pengalaman seseorang. Pengetahuan nasabah adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk, serta pengetahuan lainnya yang berkaitan dengan fungsinya sebagai nasabah (Yuniarti, 2015). Seorang nasabah dikatakan memiliki pengetahuan tentang bank, apabila dapat memiliki indikator tahu, memahami, mengaplikasikan dan menganalisis pengetahuan tersebut (Notoatmodjo, 2012). Adanya pengaruh pengetahuan terhadap minat nasabah, sudah dibuktikan dengan beberapa kajian sebelumnya, seperti penelitian Sari (2019) yang menyebutkan bahwa masyarakat yang memiliki kurang pengetahuan terhadap bank syariah, akan lebih memilih bank konvensional daripada bank Syariah. Hasil yang sama juga ditunjukkan penelitian Wahyuni (2017) yang menyebutkan bahwa ada pengaruh pengetahuan terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah dikalangan masyarakat. Hal ini berbeda dengan penelitian Purwanto (2016) yang menyatakan variabel pengetahuan berpengaruh negatif terhadap minat masyarakat menabung di Bank Syariah.

Selain faktor motif rasional dan pengetahuan faktor religiusitas juga menjadi pendorong minat nasabah untuk menjadi bagian dari Bank Syariah, termasuk Bank Aceh Syariah. Jalaluddin (2012:89) mendefinisikan religiusitas merupakan suatu keadaan yang ada dalam diri seseorang yang mendorongnya untuk bertingkah laku sesuai dengan kadar ketaatannya terhadap agama. Indikator religiusitas itu sendiri mencakup aspek keyakinan atau ideologis, praktik agama atau ritualistik, pengalaman atau eksperiensial, pengetahuan

agama atau intelektual dan konsekuensi (pengalaman) (Jalaluddin, 2012). Adanya pengaruh religiusitas terhadap minat nasabah juga didukung oleh kajian Mujaddid dan Nugroho (2019) yang menyebutkan bahwa variabel religiusitas memiliki pengaruh signifikansi terhadap minat menabung nasabah. Penelitian Saodin (2018) juga menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan nasabah. Sementara itu penelitian Zulbahri (2019) menyebutkan bahwa variabel religiusitas berpengaruh negatif signifikan terhadap keputusan masyarakat untuk menabung di lembaga keuangan syariah.

Penelitian ini sendiri mengambil subjek masyarakat Desa Rukoh Kota Banda Aceh, pemilihan lokasi ini dimana masyarakatnya secara lokasi memiliki kedekatan dengan bank syariah seperti Bank Syariah Indonesia dan Bank Aceh Syariah. Namun, sebagian masyarakat tetap memilih Bank Aceh Syariah, hal inilah yang membuat peneliti ingin mengkaji minat masyarakat tersebut dari faktor motif rasional, pengetahuan dan religiusitas.

Berdasarkan pemaparan latar belakang yang sudah disampaikan, peneliti tertarik untuk melakukan kajian lebih dalam sebuah penelitian yang berjudul **“Pengaruh Motif Rasional, Pengetahuan dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank Aceh Syariah (Studi Kasus Masyarakat Desa Rukoh Kecamatan Syiah Kuala Kota Banda Aceh)”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjabaran latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah motif rasional, pengetahuan, dan religiusitas berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung masyarakat Rukoh Kota Banda Aceh pada Bank Aceh Syariah?
2. Apakah motif rasional berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat Rukoh Kota Banda Aceh pada Bank Aceh Syariah?
3. Apakah pengetahuan berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat Rukoh Kota Banda Aceh pada Bank Aceh Syariah?
4. Apakah religiusitas berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat Rukoh Kota Banda Aceh pada Bank Aceh Syariah?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Sebuah penelitian memiliki tujuan yang akan dicapai. Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh motif rasional, pengetahuan, dan religiusitas secara simultan terhadap minat menabung masyarakat Rukoh Kota Banda Aceh pada Bank Aceh Syariah.
2. Untuk mengetahui pengaruh motif rasional terhadap minat menabung masyarakat Rukoh Kota Banda Aceh pada Bank Aceh Syariah.
3. Untuk mengetahui pengetahuan terhadap minat menabung masyarakat Rukoh Kota Banda Aceh pada Bank Aceh Syariah.
5. Untuk mengetahui pengaruh religiusitas terhadap minat menabung masyarakat Rukoh Kota Banda Aceh pada Bank Aceh Syariah.



## **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah disampaikan sebelumnya, maka manfaat penelitian ini adalah:

### **1.4.1 Manfaat Akademis**

Secara akademis, kajian ini dapat memperkaya khazanah ilmu pengetahuan perbankan syariah, khususnya yang berhubungan dengan pengaruh motif rasional, pengetahuan dan religiusitas terhadap minat menabung masyarakat pada Bank Aceh Syariah.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Secara praktis kajian ini dapat bermanfaat bagi pihak Bank Aceh Syariah, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi Bank untuk terus meningkatkan minat menabung masyarakat Kota Banda Aceh pada Bank Aceh Syariah.

### **1.4.3 Manfaat Kebijakan**

Kajian ini dapat memberikan masukan kepada pihak bank terutama para karyawan Bank Aceh Syariah agar terus meningkatkan minat menabung masyarakat, dengan memperhatikan faktor yang mempengaruhi minat tersebut seperti mensosialisasikan pengetahuan kepada masyarakat, meningkatkan nilai religiusitas dalam layanan dan sebagainya.

## 1.5 Sistematika Pembahasan

- Bab I Merupakan bab pendahuluan yang berisi tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.
- Bab II Merupakan bab landasan teori dan kajian terdahulu yang berisi tentang konsep dan teori dari variabel-variabel yang diteliti seperti minat, pengetahuan, reputasi dan religiusitas. Selain itu, pada bab ini juga dijelaskan penelitian terdahulu, kerangka berpikir dan hipotesis dari penelitian ini.
- Bab III Merupakan bab metode penelitian yang berisi tentang jenis penelitian, data dan teknik pengolahannya, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, skala pengukuran, definisi operasional variabel, uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, metode analisis data, dan pengujian hipotesis.
- Bab IV Merupakan bab hasil penelitian dan pembahasan yang berisi tentang gambaran umum, layanan *nasabah*, pengujian validitas dan reliabilitas, asumsi klasik, analisis tingkat minat masyarakat, analisis linear berganda, pengujian hipotesis dan pembahasan hipotesis.
- Bab V Merupakan bab penutup yang berisi tentang kesimpulan dan saran.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Minat**

##### **2.1.1 Pengertian Minat**

Menurut Asnawi (2015), minat merupakan kecenderungan yang menetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa aktivitas. Selanjutnya Asnawi menambahkan bahwa minat adalah suatu keadaan motivasi, atau suatu motivasi yang menuntun tingkah laku menuju satu arah (sasaran) tertentu. Seseorang yang berminat terhadap aktivitas akan memperhatikan aktivitas itu secara konsisten dengan rasa senang. Selanjutnya, menurut Muslimin (2013) menjelaskan bahwa minat adalah suatu keadaan di mana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu dan disertai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikan lebih lanjut. Minat nasabah merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi.

Syah (2012) mendefinisikan minat sebagai kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu. Istilah minat sendiri merupakan terminologi aspek kepribadian untuk menggambarkan adanya kemauan, dorongan (*force*) yang timbul dari dalam diri individu untuk memilih obyek lain yang sejenis. Tingkah laku nasabah ketika mengikuti proses belajar mengajar dapat mengindikasikan akan ketertarikan nasabah tersebut terhadap pelajaran itu atau sebaliknya, ia merasa tidak tertarik terhadap pelajaran tersebut. Ketertarikan inilah merupakan tanda-tanda minat.

Minat dapat diekspresikan melalui pernyataan yang menunjukkan bahwa individu lebih menyukai suatu hal dari pada hal yang lainnya, dapat pula dimanifestasikan melalui partisipasi dalam suatu aktivitas (Djaali, 2014). Minat adalah suatu keadaan dimana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu dan disertai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun

membuktikan lebih lanjut (Walgito, 2013). Menurut Slameto (2011), minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Woodworth dan Marquis (2015) berpendapat, minat merupakan suatu motif yang menyebabkan individu berhubungan secara aktif dengan obyek yang menarik baginya. Oleh karena itu, minat dikatakan sebagai suatu dorongan untuk berhubungan dengan lingkungannya, kecenderungan untuk memeriksa, menyelidiki atau mengerjakan suatu aktivitas yang menarik baginya. Apabila individu menaruh minat terhadap sesuatu hal ini disebabkan obyek itu berguna untuk memenuhi kebutuhannya.

Minat dapat diartikan sebagai kecenderungan yang tinggi terhadap sesuatu, tertarik, perhatian, gairah dan keinginan. Minat adalah “Kesadaran seseorang bahwa suatu obyek, seseorang, suatu soal maupun situasi yang mengandung sangkut paut dengan dirinya (Sardiman, 2012). Oleh karena itu minat merupakan aspek psikis yang dimiliki seseorang yang menimbulkan rasa suka atau tertarik terhadap sesuatu dan mampu mempengaruhi tindakan orang tersebut. Minat mempunyai hubungan yang erat dengan dorongan dalam diri individu yang kemudian menimbulkan keinginan untuk berpartisipasi atau terlibat pada suatu yang diminatinya. Seseorang yang berminat pada suatu obyek maka akan cenderung merasa senang bila berkecimpung di dalam obyek tersebut sehingga cenderung akan memperhatikan perhatian yang besar terhadap obyek. Perhatian yang diberikan tersebut dapat diwujudkan dengan rasa ingin tahu dan mempelajari obyek tersebut.

Seseorang yang mempunyai minat terhadap suatu obyek, dia akan tertarik terhadap obyek tersebut. Biasanya orang tersebut akan selalu mengikuti perkembangan informasi obyek tersebut. Minat pada suatu obyek akan mendorong seseorang untuk mencari tahu dan mempelajari obyek tersebut dan

dia akan melakukan aktivitas yang berhubungan dengan obyek tersebut (Ariyanti, 2011).

Dari beberapa pengertian tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa minat akan timbul apabila mendapatkan rangsangan dari luar dan kecenderungan untuk merasa tertarik pada suatu bidang bersifat menetap dan merasakan perasaan yang senang apabila ia terlibat aktif di dalamnya, dan perasaan senang ini timbul dari lingkungan atau berasal dari objek yang menarik.

Dari beberapa pengertian tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa minat akan timbul apabila mendapatkan rangsangan dari luar dan kecenderungan untuk merasa tertarik pada suatu bidang bersifat menetap dan merasakan perasaan yang senang apabila ia terlibat aktif di dalamnya, dan perasaan senang ini timbul dari lingkungan atau berasal dari objek yang menarik.

### **2.1.2 Ciri-Ciri Minat**

Minat tidak dibawa sejak lahir, melainkan diperoleh kemudian. Minat sesuatu dipelajari dan mempengaruhi belajar selanjutnya serta mempengaruhi minat-minat baru, walaupun minat terhadap suatu hal yang hakiki dapat mempelajari hal tersebut. Asumsi umum menyatakan bahwa minat akan membantu seseorang mempelajarinya. Dorongan-dorongan yang ada pada individu, menggambarkan perlunya perlakuan yang luas sehingga ciri-ciri dan minat akan tergambar lebih rinci dan faktual, sesuai dengan usia dan kedewasaan mereka (Kotler dan Armstrong, 2009).

Menurut Djaali (2014) minat adalah perasaan ingin tahu, mempelajari, mengagumi, atau memiliki sesuatu. Di samping itu, minat merupakan bagian dari ranah afeksi mulai dari kesadaran sampai pilihan nilai. Djaali, (2014) menyebutkan minat merupakan pencerahan perasaan dan menafsirkan untuk sesuatu hal (ada unsur seleksi), jika dikaitkan dalam bidang kerja, teori minat

Holland mengatakan, minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu. Minat tidak timbul sendirian ada unsur kebutuhan yang mendasarinya, misalnya minat nasabah dan lain-lain. Hurlock (2012) juga menjelaskan bahwa ciri-ciri minat adalah minat tumbuh bersamaan dengan perkembangan fisik dan mental, minat bergantung pada kesiapan, minat bergantung pada kesempatan, perkembangan minat mungkin terbatas, minat dipengaruhi pengaruh budaya, minat berbobot emosional dan itu ego sentris.

Dari beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa minat memiliki unsur afeksi, kesadaran sampai pilihan nilai, pengarahan perasaan, seleksi, dan kecenderungan hati.

### **2.1.3 Jenis-Jenis Minat**

Minat pada seseorang akan suatu obyek atau hal tertentu tidak akan muncul dengan sendirinya secara tiba-tiba dalam diri individu. Minat dapat timbul pada diri seseorang melalui proses. Dengan adanya perhatian dan interaksi dengan lingkungan maka minat tersebut dapat berkembang. Beberapa penelitian terdahulu menjelaskan mengenai berbagai faktor yang dapat mempengaruhi minat nasabah menurut Silviana (2018) menyebutkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat non muslim yaitu faktor lokasi, reputasi, syariah, promosi, kebutuhan, ekonomi, produk dan referensi.

Meurut John Holland dalam Djaali (2014), bahwa minat dibagi dalam enam jenis, yaitu *realities*, *investigative*, *artistik*, *sosial*, *enter prising*, dan *konvensional*. Berikut penjelasan masing-masing jenis minat.

- a. *Realistis*; orang realistik umumnya mapan, kasar, praktis, berfisik kuat, dan sering sangat atletis, memiliki koordinasi otot yang baik dan terampil. Akan tetapi ia kurang mampu menggunakan medium komunikasi verbal dan kurang memiliki keterampilan berkomunikasi dengan orang lain.

- b. *Investigatif*; orang investigatif termasuk orang yang berorientasi keilmuan. Mereka umumnya berorientasi pada tugas, introspektif, dan asosial, lebih menyukai memikirkan sesuatu dari pada melaksanakannya, memiliki dorongan kuat untuk memahami alam, menyukai tugas-tugas yang tidak pasti suka bekerja sendirian, kurang pemahaman dalam kepemimpinan akademik dan intelektualnya, menyatakan diri sendiri sebagai analisis, selalu ingin tahu, bebas dan bersyarat, dan kurang menyukai pekerjaan yang berulang.
- c. *Artistik*; orang artistik menyukai hal-hal yang tidak terstruktur, bebas, memiliki kesempatan bereaksi, membutuhkan suasana yang dapat mengekspresikan sesuatu secara individual, sangat kreatif dalam bidang seni.
- d. *Sosial*; tipe ini data bertanggung jawab, berkemanusiaan, dan sering alim, suka bekerja dalam kelompok, senang menjadi pusat perhatian kelompok, memiliki kemampuan verbal, keterampilan bergaul, menghindari pemecahan masalah secara intelektual, suka memecahkan masalah yang ada kaitannya dengan perasaan, menyukai kegiatan menginformasi, melatih dan mengajar.
- e. *Enter Prising*; tipe ini cenderung menguasai atau memimpin orang lain, memiliki keterampilan verbal untuk berdagang, memiliki kemampuan untuk mencapai tujuan organisasi, agresif, percaya diri dan umumnya sangat aktif.
- f. *Konvensional*; orang konvensional menyukai lingkungan yang sangat tertib, menyenangi komunikasi verbal, senang kegiatan yang berhubungan dengan angka, sangat efektif menyelesaikan tugas yang berstruktur tapi patuh, praktis, senang, efisien, mereka mengidentifikasi dengan kekuasaan dan materi.

Berdasarkan pendapat ini maka minat intrinsik dapat timbul karena pengaruh sikap, persepsi, prestasi belajar, bakat, jenis kelamin dan termasuk juga harapan bekerja. Sedangkan minat ekstrinsik dapat timbul karena pengaruh latar belakang status sosial ekonomi orang tua, minat orang tua, informasi, lingkungan dan sebagainya.

#### **2.1.4 Indikator Minat**

Menurut Safari dalam Hajjah (2015), ada beberapa indikator minat dapat berupa perasaan senang, ketertarikan, perhatian dan keterlibatan. Menurut Slameto (2010) beberapa indikator minat belajar meliputi: perasaan senang, ketertarikan, perhatian dan keterlibatan.

##### **c. Perasaan senang**

Perasaan senang adalah perasaan mometan dan intensional, intensional adalah reaksi dari perasaan yang diberikan terhadap sesuatu dan hal-hal tertentu. Perasaan di sini terbagi dua, yaitu perasaan senang dan perasaan tidak senang sehingga akan timbul sebuah sikap. Seorang nasabah yang memiliki perasaan senang atau suka terhadap menabung di bank, maka ia akan menerima pelaksanaan kembali kegiatan pemilihan menabung tersebut. Kemudian tidak merasa terpaksa dalam membuka tabungan dan tidak merasakan bosan tentang hal yang dilakukannya (Slameto, 2010).

##### **d. Ketertarikan**

Ketertarikan bidang ilmu muncul mungkin karena sifat objek yang membuat menarik atau karena ada perasaan senang terhadap objek atau pelajaran tersebut. Nasabah yang memiliki ketertarikan dalam pemilihan tabungan bank Aceh, akan berusaha mencari informasi tentang tabungan tersebut (Slameto, 2010).



### c. Perhatian

Perhatian sangatlah penting dalam mengikuti kegiatan dengan baik, dan hal ini akan berpengaruh pula terhadap minat nasabah. Perhatian adalah keaktifan peningkatan kesadaran seluruh fungsi jiwa yang dikerahkan dalam pemusatannya kepada barang sesuatu baik yang ada di dalam maupun yang ada di luar individu. Perhatian adalah pemusatan tenaga atau kekuatan jiwa tertentu dari suatu obyek, atau pendayagunaan kesadaran untuk menyertai suatu aktivitas. Aktivitas yang disertai dengan perhatian intensif akan lebih sukses dan prestasinya pun akan lebih tinggi. Oleh karena itu nasabah yang mempunyai perhatian terhadap suatu kajian ilmu, cenderung akan berusaha keras untuk memperoleh nilai yang bagus, memberikan perhatian lebih, memiliki konsentrasi dalam belajar dan mengikuti kegiatan perkuliahan dengan baik serta mengerjakan tugas-tugas yang diberikan (Slameto, 2010).

### d. Keterlibatan

Minat nasabah terhadap pelaksanaan investasi kendaraan tidak terlepas dari ketertarikan nasabah terhadap kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan perbankan tersebut. Nasabah yang memiliki ketertarikan terhadap kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan bidang tabungan cenderung akan ikut terlibat aktif dalam kegiatan yang dilakukan oleh pihak bank (Slameto, 2010).

Menurut Suwandi (2011) menyatakan bahwa minat dapat digolongkan menjadi dua, yaitu minat intrinsik dan ekstrinsik. Minat intrinsik adalah minat yang timbulnya dari dalam individu sendiri tanpa pengaruh dari luar. Minat ekstrinsik adalah minat yang timbul karena pengaruh dari luar. Berdasarkan pendapat ini maka minat intrinsik dapat timbul karena pengaruh sikap, persepsi, prestasi belajar, bakat, jenis kelamin dan termasuk juga harapan bekerja.

Sedangkan minat ekstrinsik dapat timbul karena pengaruh latar belakang status sosial ekonomi orang tua, minat orang tua, informasi, lingkungan dan sebagainya (Suwandi, 2011).

## **2.2 Motif Rasional**

### **2.2.1 Pengertian Motif Rasional**

Motif rasional adalah suatu dorongan untuk bertindak menurut pikiran yang sehat, patut, dan layak (Sangadji dan Sopiah, 2012). Setiadi mengatakan bahwa motif yang berdasarkan rasional akan menentukan pilihan terhadap suatu produk dengan memikirkan secara matang serta dipertimbangkan terlebih dahulu untuk membeli produk tersebut. Kecenderungan yang akan dirasakan oleh nasabah terhadap produk tersebut sangat puas (Setiadi, 2014).

Motif rasional adalah seseorang berperilaku rasional pada waktu mereka mempertimbangkan alternatif-alternatif dan memilih alternatif yang paling banyak kegunaan. Dalam konteks pemasaran, konsumen memilih (produk) tujuan berdasarkan kriteria yang objektif seperti ukuran, harga, berat, dan sebagainya. Hal ini kebutuhan primer yang biasanya berhubungan dengan barang-barang komoditi, (Prasetijo dan Ihalauw, 2005). Motivasi dari segi rasional bersifat sangat mengedepankan logika dan diputuskan atas dasar pertimbangan yang dalam dengan melihat pada berbagai segi penilaian. Misalnya seorang karyawan perbangan yang telah berkeluarga ingin membeli sebuah rumah, maka ia akan memperhitungkan beberapa jumlah gaji dan pendapatan yang diterima serta penghasilan lainnya yang seluruhnya nanti akan di analisis dan ditentukan apakah ia layak atau tidak untuk membeli rumah tersebut (Fahmi, 2016).

Jadi dapat disimpulkan bahwa motif rasional adalah dorongan dari dalam diri seseorang untuk memutuskan sesuatu dalam melakukan pembelian suatu produk berdasarkan pada pertimbangan yang matang dan objektif

### **2.2.2 Faktor-Faktor Motif Rasional**

Motif rasional dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, yang menurut Hasan (2013) faktor-faktor motif rasional terdiri dari:

1. Kesempatan investasi (*Opportunity for more investment*)
2. Efisiensi dalam penggunaan (*Efficiency in operation*)
3. Keandalan dalam kualitas dan penggunaan (*Dependability in quality and use*)
4. Peningkatan laba (*Enhancement of earnings*)
5. Kebersihan (*Cleanliness*)
6. Murah dalam pembelian (*Economy in purchase*)
7. Perlindungan dan keamanan (*Protection and Safety*)
8. Nilai tambah ekonomi (*Added value for economic*).

Adapun menurut pendapat Assauri (2016) faktor-faktor motif rasional ialah sebagai berikut:

1. Kemudahan dan efisiensi dalam penggunaan (*handiness and efficiency in operation use*).
2. Tahan lama (*durability*).
3. Dapat membantu bertambahnya pendapatan (*enhancement of earnings*).
4. Hemat dalam pemakaian (*economy in use*).

### **2.2.3 Indikator Motif Rasional**

Banyak indikator yang dapat digunakan untuk mengukur motif konsumen untuk membeli suatu produk atau jasa. Wahyuni (2008) menyatakan bahwa indikator dari motif konsumen pada produk otomotif dapat diukur berdasarkan:

1. Merek Yang Dikenal dan Terpercaya Normalnya

Konsumen akan memilih dan membeli produk ataupun jasa yang dimana merek dari produk tersebut sudah banyak dikenal dan dipercaya oleh kalangan masyarakat umum lainnya.

2. Kualitas dan Spesifikasi Yang Bagus

Konsumen tidak mau merasa dirugikan dalam pembelian suatu produk/jasa, yang pasti dipandang oleh konsumen setelah merek adalah bagaimana kualitas dan spesifikasi yang ditawarkan dari produk tersebut.

3. Harga Yang Terjangkau dan Sesuai Penetapan

Harga yang diberikan oleh suatu merek pada sebuah produk harus diukur melalui layak atau tidaknya harga tersebut dengan kualitas yang diberikan dan menyesuaikan dengan pendapatan masyarakat pada umumnya, karena jika asal dalam menetapkan harga namun kualitas yang diberikan buruk dan tidak sesuai dengan yang diharapkan, maka konsumen akan merasa kecewa dan tidak mempercayai merek tersebut, hasilnya keputusan pembelian pada produk dapat menurun.

4. Pelayanan Yang Baik dan Ramah

Pelayanan yang baik dan ramah terhadap konsumen akan menjadi nilai tambah bagi suatu merek. Hal ini akan sangat mempengaruhi seorang konsumen dalam memutuskan pembelian terhadap produk dari merek tersebut.

## **2.3 Pengetahuan**

### **2.3.1 Pengertian Pengetahuan**

Pengetahuan adalah apa yang diketahui atau hasil dari tahu. Pekerjaan tahu tersebut adalah hasil dari kenal, sadar, insaf, mengerti, dan pandai. Dengan demikian pengetahuan merupakan hasil proses dari mausia untuk tahu (Bakhtiar, 2014). Pengetahuan merupakan segala sesuatu yang ada dalam

pikiran seseorang setelah dilakukan pengindraan terhadap suatu objek tertentu. Pengindraan terjadi melalui pancaindra manusia yakni: penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba. Pengetahuan manusia sebagian besar diperoleh melalui mata dan telinga (Mukhlis dan Miskarina, 2016). Pengetahuan nasabah merupakan semua informasi yang dimiliki oleh nasabah mengenai berbagai macam produk dan jasa serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai nasabah (Sumarwan, 2015).

Menurut Mowen dan Minor (2012) pengetahuan nasabah merupakan sebuah pengalaman dan informasi tentang produk dan jasa tertentu yang dimiliki oleh seseorang. Dengan meningkatnya pengetahuan nasabah, hal ini memungkinkan bagi nasabah tersebut untuk berfikir tentang produk diantaranya sejumlah dimensi besar dan membuat perbedaan yang baik diantara merek-merek yang ada. Menurut Charles (2011) semakin banyak pengetahuan dan informasi terhadap produk yang dimiliki nasabah, maka nasabah akan lebih baik dalam mengambil sebuah keputusan dan akan cenderung menggunakan kembali produk tersebut setelah mengetahui manfaat tentang produk tersebut.

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa pengetahuan nasabah adalah semua informasi yang dimiliki nasabah mengenai berbagai macam produk maupun jasa serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut.

### **2.3.2 Macam-Macam Pengetahuan Nasabah**

Terdapat pendapat dari beberapa ahli mengenai macam-macam pengetahuan nasabah. Para ahli psikologi kognitif membagi pengetahuan nasabah menjadi dua, yaitu:

1. Pengetahuan deklaratif (*declarative knowledge*). Pengetahuan deklaratif adalah fakta subjektif yang diketahui oleh seseorang. Arti subjektif

disini adalah pengetahuan seseorang tersebut mungkin tidak selalu harus sesuai dengan realita yang sebenarnya.

2. Pengetahuan prosedur (*procedural knowledge*). Pengetahuan prosedur adalah pengetahuan mengenai bagaimana fakta-fakta tersebut digunakan (Sumarwan, 2015).

Menurut Mowen dan Minor (2008) pengetahuan nasabah dibagi menjadi tiga kategori, yaitu:

1. Pengetahuan objektif
  - a. Pengetahuan objektif merupakan informasi yang benar mengenai kelas produk yang disimpan di dalam memori jangka panjang nasabah.
  - b. Pengetahuan subjektif Pengetahuan subjektif merupakan persepsi nasabah mengenai seberapa paham seseorang mengenai kelas produk.
  - c. Informasi mengenai pengetahuan lainnya. Seorang nasabah dimungkinkan memiliki informasi mengenai berbagai hal lain tentang suatu kelas produk.

Menurut Blackwell dan Miniard (2004) pengetahuan nasabah dibagi tiga macam, yaitu:

1. Pengetahuan produk

Pengetahuan produk merupakan pengelompokan dari berbagai jenis informasi yang berbeda meliputi: (a) kesadaran akan kategori dan merk produk di dalam kategori produk, (b) terminologi produk, (c) atribut atau ciri produk, dan (d) kepercayaan tentang kategori produk serta umum dan mengenai merk spesifik. Dengan kata lain pengetahuan produk berkaitan dengan produk atau jasa yang diketahui nasabah. Peter dan Olson (2009) menyebutkan bahwa nasabah memiliki tingkat

pengetahuan produk yang berbeda-beda. Pengetahuan ini meliputi kelas produk (*product class*), bentuk produk (*product form*), merk (*brand*), model/fitur (*model/features*).

Peter dan Olson (2009) membagi tiga jenis pengetahuan produk yaitu sebagai berikut:

1. Pengetahuan karakteristik atau atribut produk

Pengetahuan yang lebih banyak mengenai atribut suatu produk akan memudahkan nasabah untuk memilih produk yang akan dibelinya. Atribut produk dibedakan menjadi 2 yaitu atribut fisik dan atribut abstrak. Atribut fisik adalah menggambarkan ciri-ciri fisik dari suatu produk. Sedangkan atribut abstrak menggambarkan karakteristik subjektif dari suatu produk berdasarkan persepsi nasabah.

2. Pengetahuan tentang manfaat produk

Nasabah akan merasakan dua jenis manfaat setelah mengkonsumsi suatu produk, yaitu manfaat fungsional dan manfaat psikososial. Manfaat fungsional adalah manfaat yang dirasakan nasabah secara fisiologis. Sedangkan manfaat psikologis adalah aspek psikologis dan aspek sosial yang dirasakan setelah mengkonsumsi produk.

3. Pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan produk bagi nasabah.

2. Pengetahuan pembelian

Ketika nasabah memutuskan akan membeli suatu produk, maka ia akan menentukan dimana ia membeli produk tersebut dan kapan akan membelinya. Keputusan nasabah mengenai tempat pembelian produk akan sangat ditentukan oleh pengetahuannya. Menurut Engel (2011)

pengetahuan pembelian terdiri dari pengetahuan tentang toko, lokasi, produk di dalam toko dan penempatan produk yang sebenarnya didalam toko tersebut. Pada proses pembelian terdapat urutan perilaku membeli yaitu store contact, product contact, dan transaction. store contact meliputi tindakan mencari outlate, pergi ke outlate, dan memasuki outlate. Pada *product contact*, nasabah akan mencari lokasi produk, mengambil produk, dan membawanya ke kasir. Sedangkan pada transaction, nasabah akan membayar produk tersebut dengan tunai, kartu debit, kartu kredit, alat-alat pembayaran lainnya (Sumarwan, 2015).

### 3. Pengetahuan pemakai

Pengetahuan pemakai mencakup informasi yang tersedia dalam ingatan nasabah mengenai bagaimana suatu produk dapat digunakan serta hal-hal yang diperlukan untuk memanfaatkan produk tersebut. Jadi kemungkinan pembelian oleh nasabah akan sangat kecil jika nasabah tidak memiliki informasi yang cukup mengenai manfaat produk yang akan dibeli.

Sejalan dengan meningkatnya pengetahuan nasabah, nasabah menjadi lebih terorganisir, menjadi lebih efisien, dan akurat dalam memproses informasi mereka, dan memberikan ingatan informasi yang lebih baik. Oleh karena itu, para manajer perlu mempertimbangkan tingkat pengetahuan nasabah ketika mengembangkan sebuah produk. Orang yang berbeda memiliki pengalaman dan pengetahuan yang berbeda tentang produk. Bagi para manajer pemasaran, informasi tentang seberapa luasnya pengetahuan nasabah akan mempengaruhi strategi promosi. Secara khusus, pesan yang ditujukan kepada prospek



yang berpengetahuan dapat lebih kompleks dari pada yang diarahkan untuk seorang pemula (Engel, 2011).

### **2.3.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengetahuan**

Menurut Muslich (2012) ada tujuh indikator yang dapat mempengaruhi pengetahuan seseorang, yaitu:

#### **1. Tingkat Pendidikan**

Pendidikan merupakan suatu usaha untuk mengembangkan kepribadian dan kemampuan seseorang agar dapat memahami suatu hal. Pendidikan mempengaruhi proses belajar, semakin tinggi pendidikan seseorang, semakin mudah orang tersebut menerima informasi.

#### **2. Pekerjaan**

Pekerjaan adalah suatu kegiatan yang harus dilakukan terutama untuk memenuhi kebutuhan setiap hari. Lingkungan pekerjaan dapat membuat seseorang memperoleh pengalaman dan pengetahuan baik secara langsung maupun tidak langsung.

#### **3. Umur**

Umur mempengaruhi terhadap daya tangkap dan pola pikir seseorang. Dengan bertambahnya umur individu, daya tangkap dan pola pikir seseorang akan lebih berkembang, sehingga pengetahuan yang diperolehnya semakin membaik.

#### **4. Minat**

Minat merupakan suatu keinginan yang tinggi terhadap sesuatu hal. Minat menjadikan seseorang untuk mencoba dan menekuni, sehingga seseorang memperoleh pengetahuan yang lebih mendalam.

#### **5. Pengalaman**

Pengalaman merupakan suatu kejadian yang dialami seseorang pada masa lalu. Pada umumnya semakin banyak pengalaman seseorang,

semakin bertambah pengetahuan yang didapatkan. Dalam hal ini, pengetahuan ibu dari anak yang pernah atau bahkan sering mengalami diare seharusnya lebih tinggi daripada pengetahuan ibu dari anak yang belum pernah mengalami diare sebelumnya.

#### 6. Lingkungan

Lingkungan merupakan segala sesuatu yang ada di sekitar individu, baik lingkungan fisik, biologis, maupun sosial. Lingkungan berpengaruh terhadap proses masuknya pengetahuan ke dalam individu yang berada didalam lingkungan tersebut. Contohnya, apabila suatu wilayah mempunyai sikap menjaga kebersihan lingkungan, maka sangat mungkin masyarakat sekitarnya mempunyai sikap menjaga kebersihan lingkungan.

#### 7. Informasi

Seseorang yang mempunyai sumber informasi yang lebih banyak akan mempunyai pengetahuan yang lebih luas. Pada umumnya semakin mudah memperoleh informasi semakin cepat seorang memperoleh pengetahuan yang baru.

### **2.3.4 Indikator Pengetahuan Nasabah**

Menurut Notoatmodjo (2012) menyebutkan bahwa indikator pengetahuan yang tercakup dalam domain kognitif menurut Notoatmodjo (2012) mempunyai 6 tingkatan, yaitu:

#### 1. Tahu (*know*)

Tahu diartikan sebagai mengingat kembali (*recall*) suatu materi yang telah dipelajari dan diterima dari sebelumnya. Tahu merupakan tingkatan yang paling rendah. Kata kerja untuk mengukur bahwa orang tahu tentang apa yang telah dipelajari antara lain mampu menyebutkan, menguraikan, mendefinisikan suatu materi secara benar.

## 2. Memahami (*comprehension*)

Memahami merupakan suatu kemampuan untuk menjelaskan dan menginterpretasikan materi yang diketahui secara benar. Orang yang telah paham terhadap suatu materi ataupun suatu objek harus dapat menyebutkan, menjelaskan, menyimpulkan, dan sebagainya. Sehingga dikategorikan faham.

## 3. Aplikasi (*application*)

Aplikasi merupakan kemampuan seseorang yang telah memahami suatu materi atau objek dapat menggunakan atau mengaplikasikan prinsip yang diketahui tersebut pada situasi atau kondisi yang sebenarnya. Aplikasi disini dapat diartikan sebagai aplikasi atau penggunaan hukum-hukum, rumus, metode, prinsip, dan sebagainya dalam konteks atau pada situasi yang lain.

## 4. Analisis (*analysis*)

Analisis merupakan suatu kemampuan seseorang untuk menjabarkan materi atau objek tertentu ke dalam komponen-komponen yang terdapat dalam suatu masalah dan berkaitan satu sama lain. Pengetahuan seseorang sudah sampai pada tingkat analisis, apabila orang tersebut telah dapat membedakan, memisahkan, mengelompokkan dan membuat diagram (bagan) terhadap pengetahuan atas objek tertentu.

## 5. Sintesis (*synthesis*)

Sintesis merupakan suatu kemampuan seseorang untuk meletakkan atau menghubungkan bagian-bagian suatu objek tertentu ke dalam bentuk keseluruhan yang baru. Dengan kata lain sintesis adalah suatu kemampuan untuk menyusun formulasi baru dari formulasi-formulasi yang telah ada.

## 6. Evaluasi (*evaluation*)

Evaluasi merupakan suatu kemampuan seseorang untuk melakukan penilaian terhadap suatu materi atau objek tertentu. Penilaian itu didasarkan pada suatu kriteria yang ditentukan sendiri, atau menggunakan kriteria-kriteria yang telah ada.

## 2.4 Religiusitas

### 2.4.1 Pengertian Religiusitas

Menurut Jalaluddin (2012) menyebutkan bahwa agama berasal dari kata *al-Din*, religi (*relegere, religare*) dan agama. *Al-Din* (*semit*) berarti undang-undang atau hukum. Kemudian dalam bahasa arab, kata ini mengandung arti menguasai, menundukkan, patuh, utang, balasan, kebiasaan. Sedangkan dari kata religi (latin) atau *relegere* berarti mengumpulkan dan membaca. Kemudian *religare* berarti mengikat. Selanjutnya, menurut Ali (2010) mendefinisikan religius merupakan sistem simbol, sistem keyakinan, sistem nilai dan system perilaku yang terlambangkan yang semuanya itu berpusat pada persoalan-persoalan yang dihayati sebagai yang paling maknawi (*ultimate meaning*).

Selanjutnya Jalaluddin (2012) mendefinisikan religiusitas merupakan suatu keadaan yang ada dalam diri seseorang yang mendorongnya untuk bertingkah laku sesuai dengan kadar ketaatannya terhadap agama. Religiusitas merupakan perilaku yang bersumber langsung atau tidak langsung. Dari uraian di atas dapat diambil kesimpulan bahwa religiusitas adalah suatu gambaran keadaan dalam diri seseorang yang mendorongnya bertingkah laku (baik tingkah laku yang tampak maupun tak tampak), bersikap, dan bertindak sesuai dengan ajaran-ajaran agama yang dianutnya.

## 2.4.2 Indikator Religiusitas

Menurut Jalaluddin (2012) menyebutkan bahwa religiusitas adalah sistem simbol, sistem keyakinan, sistem nilai, dan sistem perilaku yang terlembagakan, semua itu berpusat pada persoalan-persoalan yang dihayati sebagai yang paling maknawi. Selanjutnya, Jalaluddin (2012) juga menyebutkan bahwa indikator dimensi religiusitas terdapat lima indikator, yaitu:

### 1. Keyakinan atau Ideologis

Keyakinan adalah tingkatan sejauh mana seseorang menerima hal-hal yang dogmatik dalam agamanya, misalnya kepercayaan kepada Tuhan, malaikat, surga dan neraka. Pada dasarnya setiap agama juga menginginkan adanya unsur ketaatan bagi setiap pengikutnya. Adapun dalam agama yang dianut oleh seseorang, makna yang terpenting adalah kemauan untuk mematuhi aturan yang berlaku dalam ajaran agama yang dianutnya. Jadi indikator keyakinan lebih bersifat doktriner yang harus ditaati oleh penganut agama. Dengan sendirinya indikator keyakinan ini menuntut dilakukannya praktek-praktek peribadatan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.

### 2. Praktik Agama atau Ritualistik

Indikator praktik agama yaitu tingkatan sejauh mana seseorang mengerjakan kewajiban-kewajiban ritual dalam agamanya. Unsur yang ada dalam indikator ini mencakup pemujaan, ketaatan, serta hal-hal yang lebih menunjukkan komitmen seseorang dalam agama yang dianutnya. Wujud dari indikator ini adalah perilaku masyarakat pengikut agama tertentu dalam menjalankan ritual-ritual yang berkaitan dengan agama. Indikator praktek dalam agama Islam dapat dilakukan dengan menjalankan ibadah shalat, puasa, zakat, haji ataupun praktek muamalah lainnya.

### 3. Pengalaman atau Eksperiensial

Indikator pengalaman adalah perasaan-perasaan atau pengalaman yang pernah dialami dan dirasakan. Misalnya merasa dekat dengan Tuhan, merasa takut berbuat dosa, merasa doanya dikabulkan, diselamatkan oleh Tuhan, dan sebagainya.

### 4. Pengetahuan Agama atau Intelektual

Indikator pengetahuan agama adalah indikator yang menerangkan seberapa jauh seseorang mengetahui tentang ajaran-ajaran agamanya, terutama yang ada di dalam kitab suci manapun yang lainnya. Paling tidak seseorang yang beragama harus mengetahui hal-hal pokok mengenai dasar-dasar keyakinan, ritus-ritus, kitab suci dan tradisi. Indikator ini dalam Islam meliputi pengetahuan tentang isi Al-Quran, pokok-pokok ajaran yang harus diimani dan dilaksanakan, hukum Islam dan pemahaman terhadap kaidah-kaidah keilmuan ekonomi Islam/perbankan syariah.

### 5. Konsekuensi (pengamalan)

Indikator yang mengukur sejauh mana perilaku seseorang dimotivasi oleh ajaran-ajaran agamanya dalam kehidupan sosial misalnya apakah ia mengunjungi tetangganya sakit, menolong orang yang kesulitan, mendermakan hartanya, dan sebagainya. Esensi Islam adalah tauhid atau pengesaan Tuhan, tindakan yang menegaskan Allah sebagai Yang Maha Esa, penciptaan yang mutlak dan transenden, penguasa segala yang ada. Disamping tauhid atau akidah, dalam islam juga ada syariah dan akhlak. Pada dasarnya Islam dibagi menjadi tiga bagian, yaitu akidah, syariah, dan akhlak, di mana tiga bagian tadi satu sama lain saling berhubungan.

Selanjutnya Jalaluddin, (2012) menyebutkan bahwa sikap religiusitas yang tampak di dalam diri seseorang dalam menjalankan tugasnya, adalah sebagai berikut:

1. Kejujuran: Rahasia untuk meraih sukses menurut mereka adalah berkata jujur.
2. Keadilan: Salah satu *skill* orang yang religius adalah mampu bersikap adil kepada semua pihak, bahkan saat ia terdesak sekalipun.
3. Bermanfaat bagi orang lain: hal ini merupakan salah satu sikap yang tampak dari diri seseorang.
4. Rendah hati: merupakan sikap tidak sombong mau mendengarkan pendapat orang lain dan tidak memaksakan gagasan atau kehendaknya.
5. Bekerja efisien: mereka mampu memusatkan semua perhatiannya pada pekerjaan saat itu, begitu juga saat mereka mengerjakan pekerjaan selanjutnya.
6. Visi ke depan: mereka mampu mengajak orang kedalam angan-angannya. Kemudian menjabarkan begitu terinci, cara-cara untuk menuju kesana.
7. Disiplin tinggi: kedisiplinan mereka tumbuh dari semangat penuh gairah dan kesadaran, bukan berangkat dari keharusan dan keterpaksaan.
8. Keseimbangan: seseorang yang memiliki sikap religiusitas sangat menjaga keseimbangan hidupnya, khususnya empat aspek inti dalam kehidupannya, yaitu: keintiman, pekerjaan, komunitas dan spiritualitas.

## **2.5 Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu merupakan suatu kajian yang menguraikan hubungan antar variabel penelitian berdasarkan pendapat dan hasil penelitian terdahulu. Penelitian terdahulu berguna untuk mengetahui bagaimana metode

penelitian dan hasil-hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh peneliti lain.

Penelitian Muzammil (2021) berjudul “*Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas Terhadap Minat Menggunakan Produk Tabungan Haji di BRI Syariah KC. Madiun dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Pucanganom)*”. Objek penelitian ini pengaruh pengetahuan dan religiusitas minat. Subjek penelitian sebanyak 98 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pengetahuan secara parsial berpengaruh terhadap kepercayaan, religiusitas tidak berpengaruh terhadap kepercayaan. Sedangkan pengetahuan, religiusitas dan kepercayaan secara parsial berpengaruh terhadap minat Menggunakan Produk Tabungan Haji di BRI Syariah KC. Madiun.

Penelitian Abrori (2020) berjudul “*Pengaruh Pengetahuan, Fasilitas dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Generasi Milenial Kabupaten Sukoharjo di Bank Syariah*”. Objek penelitian ini pengaruh pengetahuan, fasilitas dan religiusitas terhadap minat menabung generasi milenial Kabupaten Sukoharjo di Bank Syariah. Subjek terdiri dari 100 nasabah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Regresi Linier Berganda. Variabel yang digunakan pengetahuan, fasilitas, religiusitas dan minat menabung. Hasil penelitian pengetahuan dan religiusitas mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung generasi milenial Kabupaten Sukoharjo di bank Syariah. Sedangkan fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung generasi milenial Kabupaten Sukoharjo di bank Syariah.

Penelitian Haryono (2020) berjudul “*Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kota Jambi)*”. Objek penelitian ini pengaruh faktor Pengetahuan, Religiusitas dan Kepercayaan terhadap minat menabung pada



Masyarakat Kota Jambi di perbankan syariah. Penelitian ini termasuk penelitian asosiatif kausal. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Subjek penelitian ini berjumlah 100 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pengetahuan, religiusitas dan kepercayaan di uji secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat Kota Jambi untuk menabung di bank syariah.

Astuti (2020) berjudul “*Pengaruh Pengetahuan dan Reputasi Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah di Kota Banda Aceh)*”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan maupun secara parsial variabel pengetahuan dan reputasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah (mahasiswa) menggunakan bank syariah. Penelitian Hartini (2019) berjudul “*Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas Terhadap Minat Santri Memilih Produk Perbankan Syariah (Studi Pada Pesantren di Aceh Besar)*”. Hasil penelitian menyebutkan bahwa pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat santri memilih produk perbankan syariah, Religiusitas berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Santri Memilih Produk Perbankan Syariah, Pengetahuan dan Religiusitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat santri memilih produk perbankan syariah.

Penelitian Hakim (2020) berjudul “*Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk Bank Syariah (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bandar Lampung Tahun 2019)*”. Hasil penelitian menjelaskan bahwa variabel pengetahuan dan religiusitas memiliki pengaruh signifikan secara parsial dan secara simultan terhadap minat nasabah menggunakan produk bank syariah. Penelitian Rudi (2021) berjudul “*Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kota*

*Jambi*)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan atau trust masyarakat berpengaruh signifikan terhadap minat menabung. Secara uji simultan ketika variabel Pengetahuan, religiusitas dan kepercayaan di uji secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap minat masyarakat sKota Jambi untuk menabung di bank syariah.

Penelitian Nugroho, dkk (2019) berjudul “*Pengaruh Pengetahuan, Reputasi, Lingkungan dan Religiusitas Terhadap Minat Pelajar Sekolah Menengah Kejuruan Prodi Perbankan Syariah dalam Menabung di Bank Syariah*”. Objek penelitian ini ialah faktor-faktor yang mempengaruhi pelajar SMK perbankan syariah berminat menabung di bank syariah. Subjek penelitian pelajar berjumlah 72 responden. Data dianalisis dengan uji regresi linear berganda. Variabel yang digunakan terdiri dari pengetahuan, reputasi, lingkungan, religiusitas dan minat menabung. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Reputasi dan variabel Religiusitas memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menabung pelajar di bank Syariah.

Penelitian Rahmanto (2016) berjudul “*Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pelayanan dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Desa Sraten Kab. Semarang Untuk Menabung di Bank Syariah*”. Objek penelitian ini pengaruh Tingkat Religiusitas, Kualitas Pelayanan dan Prmosi Terhadap Minat Masyarakat Untuk Menabung Di Bank Syariah. Subjek penelitian 98 orang. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan variabel religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung, variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung, variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. Kemudian variabel religiusitas, kualitas pelayanan, dan promosi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung.

**Tabel 2. 1**  
**Kajian Penelitian Terdahulu**

No	Nama Penulis	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Yuliatul Muzammi l (2021)	Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas Terhadap Minat Menggunakan Produk Tabungan Haji Di Bri Syariah Kc Madiun Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Pucanganom)	Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif .	Variabel pengetahuan secara parsial berpengaruh terhadap kepercayaan dan religiusitas tidak berpengaruh terhadap kepercayaan. Pengetahuan, religiusitas dan kepercayaan secara parsial berpengaruh terhadap minat.
2	Rudi Haryono (2021)	Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kota Jambi)	Pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian regresi	Kepercayaan atau trust masyarakat berpengaruh signifikan terhadap minat menabung. Secara uji simultan ketika variabel Pengetahuan, religiusitas dan kepercayaan di uji secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap minat masyarakat sKota Jambi untuk menabung di bank
3	Safa'atul Abrori (2020)	Pengaruh Pengetahuan Fasilitas Dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Generasi Milenial Kabupaten Sukoharjo Di Bank Syariah	Pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian regresi	Pengetahuan dan religiusitas mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung generasi milenial Kabupaten Sukoharjo di bank Syariah. Sedangkan fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung generasi milenial Kabupaten Sukoharjo di bank Syariah.

**Tabel 2. 2 Lanjutan**

4	Desi Tri Astuti (2020)	Pengaruh Pengetahuan dan Reputasi Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah di Kota Banda Aceh)	Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif .	Secara simultan maupun secara parsial variabel pengetahuan dan reputasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah (mahasiswa) menggunakan bank syariah
5	Rudi (2020)	Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kota Jambi)	Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif .	Variabel Pengetahuan, religiusitas dan kepercayaan di uji secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat sKota Jambi untuk menabung di bank syariah.
6	Faqih Wildan Hakim (2020)	Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk Bank Syariah (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bandar Lampung Tahun 2019)	Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif .	Variabel pengetahuan dan religiusitas memiliki pengaruh signifikan secara parsial dan secara simultan terhadap minat nasabah menggunakan produk bank syariah.
7	Yanti Afrida (2020)	Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Nagari Bank Syariah)	Pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian regresi	Terdapat pengaruh secara parsial dan simultan variabel pengetahuan, religiusitas dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah Bank Nagari Syariah

**Tabel 2. 3 Lanjutan**

8	Putri Hartini (2019)	Pengaruh Pengetahuan Dan Religiusitas Terhadap Minat Santri Memilih Produk Perbankan Syariah (Studi Pada Pesantren Di Aceh Besar)	Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif.	Pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat santri memilih produk perbankan syariah, Religiusitas berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Santri Memilih Produk Perbankan Syariah, Pengetahuan dan Religiusitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat santri memilih produk perbankan syariah.
9	Fajar Mujaddid, Pandu Tezar dan Adi Nugroho (2019)	Pengaruh Pengetahuan, Reputasi, Lingkungan dan Religiusitas Terhadap Minat Pelajar Sekolah Menengah Kejuruan Prodi Perbankan Syariah dalam Menabung di Bank Syariah	Pendekatan kuantitatif jenis penelitian regresi	Hasil penelitian menyebutkan bahwa variabel pengetahuan, reputasi, lingkungan, dan religiusitas berpengaruh terhadap minat menabung bagi mahasiswa di bank Syariah
10	Khanif Rahmanto (2016)	Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Desa Sraten Kab. Semarang Untuk Menabung Di Bank Syariah	Jenis Penelitian Kuantitatif dengan Menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda	Variabel religiusitas berpengaruh terhadap minat menabung, variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat menabung, dan variabel promosi berpengaruh terhadap minat menabung. Variabel religiusitas, pelayanan dan promosi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah

Sumber: Data Diolah, (2022)

## **2.6 Keterkaitan Antar Variabel**

### **2.6.1 Pengaruh Motif Rasional Terhadap Minat Masyarakat**

Nasabah dalam bank syariah selayaknya memiliki alasan atau motif tersendiri untuk melakukan keputusan menjadi nasabah. Sama halnya dengan alasan konsumen pada umumnya untuk menabung di bank konvensional, secara rasional konsumen juga memikirkan hal-hal duniawi atau yang bersifat keuntungan secara materi. Adanya hubungan variabel motif rasional terhadap keputusan nasabah, didukung oleh hasil penelitian Kharimah (2019) yang menunjukkan bahwa motif rasional berpengaruh signifikan terhadap minat memilih jasa perbankan Syariah. Penelitian Solekha (2020) juga menyebutkan bahwa motif rasional berpengaruh terhadap minat nasabah memilih jasa Bank Syariah. Begitu juga kajian Irwana (2021) menyebutkan bahwa motif rasional berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih jasa bank Syariah.

### **2.6.2 Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat**

Asas-asas islami bank syariah mulai menunjukkan pengaruh dan kekuatannya di sektor perekonomian Indonesia. Namun tidak sedikit dari masyarakat yang tidak mengetahui bagaimana sebenarnya prinsip dan konsep bank syariah. Karena pada dasarnya pengetahuan masyarakat tentang bank pada umumnya dan bank Syariah pada khususnya akan mempengaruhi minat masyarakat sendiri untuk menjadi nasabahnya.

Pengetahuan memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat seperti penelitian yang dilakukan Haryono (2021) yang menyebutkan pada hasil penelitiannya bahwa pengetahuan berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Demikian juga dengan penelitian Amrori (2020) dengan menyebutkan bahwa variabel pengetahuan masyarakat memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah untuk menabung. Dan dari hasil uji koefisien determinasi model summary

menunjukkan pengambilan keputusan menjadi nasabah di Bank Muamalat KCP Magelang dipengaruhi oleh variabel pengetahuan masyarakat.

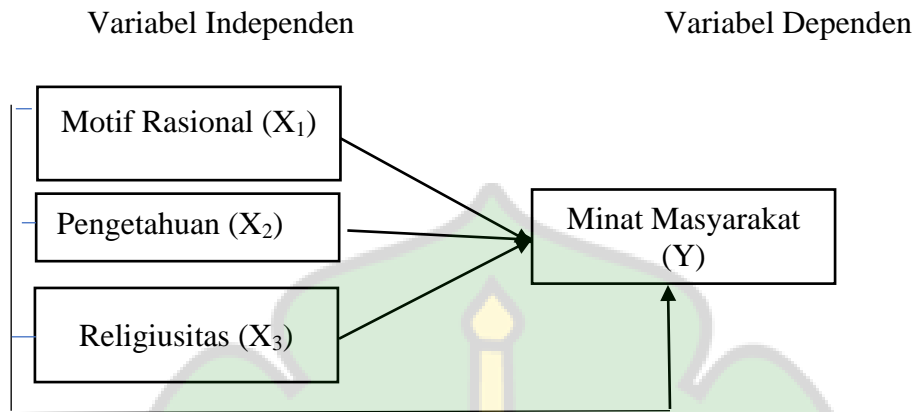
### **2.6.3 Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Masyarakat**

Religiusitas merupakan kondisi seberapa jauh akan pengetahuan, seberapa mantap keyakinan, seberapa besar pelaksanaan ibadah dan kaidah serta seberapa dalam penghayatan atas agama yang dianutnya. Menurut penelitian Rikky (2019) yang menyebutkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan tingkat religiusitas dan pengetahuan produk tabungan secara bersama-sama terhadap minat menabung santri di Bank Syariah dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  dengan koefisien determinasi ( $R^2$ ) dan persamaan regresi linier berganda. Selanjutnya penelitian Masruroh (2015) menyebutkan bahwa Hasil penelitian menunjukkan bahwa disposable income yang dimoderasi oleh tingkat religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung mahasiswa di perbankan Syariah.

## **2.7 Kerangka Pemikiran**

Kerangka berpikir merupakan kerangka konseptual tentang hubungan teori dengan faktor-faktor yang telah diidentifikasi yang menjadi masalah penting (Sugiyono, 2012:125). Adapun kerangka berfikir dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Gambar 2. 1**  
**Skema Kerangka Berpikir**



Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, maka dapat dijelaskan bahwa alur pemikiran peneliti dalam penelitian ini ialah mengkaji secara parsial dan simultan antara variabel pengetahuan, reputasi dan religiusitas terhadap minat masyarakat menjadi nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah.

## 2.8 Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara dalam penelitian yang perlu diuji kebenarannya yang menjadikannya sebagai objek penelitian. Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

- H<sub>1</sub> Terdapat pengaruh secara simultan motif rasional, pengetahuan dan religiusitas terhadap minat masyarakat menabung pada PT. Bank Aceh Syariah.
- H<sub>2</sub> Motif rasional berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung pada PT. Bank Aceh Syariah
- H<sub>3</sub> Pengetahuan berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung pada PT. Bank Aceh Syariah.
- H<sub>4</sub> Religiusitas berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung pada Bank Aceh Syariah.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Desain 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, 2016). Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka, atau data kuantitatif yang diangkat (*skoring*) (Sugiyono, 2016).

Jenis penelitian ini adalah asosiatif. Menurut Sugiyono (2014: 55) penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih, mencari peranan, pengaruh, dan hubungan yang bersifat sebab-akibat, yaitu antara variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat (*dependent*). Kajian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif karena untuk menganalisis tentang pengaruh motif rasional, pengetahuan dan religiusitas berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung masyarakat Rukoh Kota Banda Aceh pada Bank Aceh Syariah. Peneliti dalam menganalisis data yang diperoleh di lapangan menggunakan program *software spreadsheet* seperti *microsoft excel*, dan juga program statistik SPSS versi 26.

### **3.2. Jenis dan Sumber Data**

Jenis data dalam penelitian ini yaitu data primer. Data primer adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber asli. Dalam hal ini maka proses pengumpulan datanya perlu dilakukan dengan memperhatikan siapa sumber utama yang dijadikan objek penelitian, dengan demikian pengumpulan data primer merupakan bagian integral dari proses penelitian ekonomi yang digunakan untuk mengambil keputusan (Muhammad, 2008). Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari lapangan melalui data dari hasil kuesioner/angket yang dibagikan langsung kepada nasabah Bank Aceh Syariah.

### **3.3 Objek dan Ruang Lingkup**

Objek penelitian ialah sasaran dari penelitian, sasaran penelitian tersebut tidak tergantung pada judul dan topik penelitian, tetapi secara konkret tergambar dalam rumusan masalah penelitian (Bungin, 2011). Adapun yang menjadi objek penelitian dalam penelitian ini adalah pengaruh motif rasional, pengetahuan dan religiusitas berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung masyarakat Desa Rukoh Kota Banda Aceh pada Bank Aceh Syariah. Adapun ruang lingkup penelitian ini terdiri motif rasional, pengetahuan, religiusitas dan minat menabung masyarakat pada Bank Aceh Syariah.

### **3.4 Defenisi Oprasionalisasi 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, 2016). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas atau variabel independen (X) dan variabel terikat atau dependen (Y).

Variabel bebas atau variabel independen. Menurut Sugiyono (2016) variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi

sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel penelitian ini terdiri dari tiga variabel independen (bebas) yaitu : motif rasional ( $X_1$ ), pengetahuan ( $X_2$ ) dan religiusitas ( $X_3$ ), variabel dependen adalah minat masyarakat ( $Y$ ).

Operasionalisasi variabel diperlukan untuk dapat menentukan jenis dan indikator dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini. Selain itu, operasionalisasi variabel bertujuan untuk dapat menentukan skala pengukuran dari masing-masing variabel, sehingga pengujian hipotesis dengan menggunakan alat bantu dapat dilakukan dengan tepat. Operasionalisasi variabel dalam penelitiannya ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 3.1**  
**Operasional Variabel**

<b>Variabel</b>	<b>Definisi Operasional</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala ukur</b>
Minat (Y)	Minat adalah suatu keadaan dimana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu dan disertai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikan lebih lanjut (Walgito, 2013).	(1) Perasaan senang (2) Tertarik (3) Memperhatikan (4) Keterlibatan (Walgito, 2013).	Interval
Motif Rasional (X1)	Motif rasional adalah suatu dorongan untuk bertindak menurut pikiran yang sehat, patut, dan layak (Sangadji dan Sopiah, 2012).	(1) Merek yang dikenal dan terpercaya normalnya (2) Kualitas dan spesifikasi yang bagus (3) Harga yang terjangkau dan sesuai penetapan (4) Pelayanan yang baik dan ramah (Wahyuni, 2008)	Interval

**Tabel 3.1 Lanjutan**

<b>Variabel</b>	<b>Definisi Operasional</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala ukur</b>
Pengetahuan (X2)	Mowen dan Minor (2012) pengetahuan nasabah merupakan sebuah pengalaman dan informasi tentang produk dan jasa tertentu yang dimiliki oleh seseorang.	(1) Tahu (2) Memahami (3) Aplikasi (4) Analisis (5) Sistesis (6) Evaluasi (Notoatmodjo, 2012)	Interval
Religiusitas (X3)	Jalaluddin (2012:89) mendefinisikan religiusitas merupakan suatu keadaan yang ada dalam diri seseorang yang mendorongnya untuk bertingkah laku sesuai dengan kadar ketaatannya terhadap agama.	(1) Keyakinan atau Ideologis (2) Praktik Agama atau Ritualistik (3) Pengalaman atau Ekperiensial (4) Pengetahuan Agama atau Intelektual (5) Konsekuensi (Jalaluddin, 2012)	Interval

Sumber: Data Diolah (2022).

### **3.5 Populasi dan Sampel**

#### **3.5.1 Populasi Penelitian**

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 (Sugiyono, 2011). Populasi merupakan kumpulan dari individu dengan kualitas serta ciri-ciri yang telah ditetapkan. Populasi dalam penelitian ini yaitu masyarakat Desa Rukoh yang berjumlah 3853 orang di tanggal 31 Desember 2021 (BPS: Kecamatan Syaiah Kuala Dalam Angka, 2021).

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Di mana, sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili) (Sugiyono, 2011). Teknik *sampling* merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik *sampling* yang digunakan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan *probability sampling* dengan jenis *simple random sampling*. Menurut Sugiyono (2014) *Probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi sampel. Menurut Sugiyono (2014) bahwa dikatakan *simple* (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak sederhana tanpa memperhartikan strata yang ada dalam populasi itu. Cara demikian dilakukan bila anggota populasi dianggap homogen (Sugiyono, 2014).

Pada penelitian ini dilakukan teknik pengambilan sampel dengan menggunakan *random sampling*, hal ini dilakukan karena masyarakat Desa Rukoh memiliki peluang yang sama untuk dijadikan sampel. Untuk menentukan ukuran sampel yang akan diteliti dapat dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin dalam Sugiyono (2014) sebagai berikut:

$$\left( n = \frac{3853}{1+3853 (0,1)^2} \right) = 100 \text{ responden}$$

Keterangan:

n : Ukuran sampel

N : Ukuran populasi

e : Presentase ketidaktelitian karena kesalahan dalam pengambilan sampel dalam penelitian diambil 10%

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, maka diperoleh jumlah sampel dari total populasi sebanyak 100 orang masyarakat Desa Rukoh Kecamatan Syiah Kuala Kota Banda Aceh yang menabung di Bank Aceh Syariah.

### 3.6 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini data primer dikumpulkan menggunakan cara kuisisioner/angket. Kuisisioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang baik bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu juga, kuisisioner cocok digunakan apabila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuisisioner dapat berupa pertanyaan/ pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau melalui internet (Sugiyono, 2016).

Dalam hal ini, kuisisioner yang digunakan dalam menghimpun data primer lebih dahulu diuji validitas dan reliabilitas pertanyaan atau pernyataan. Tujuannya adalah agar mampu dipahami oleh responden guna mendapatkan data yang sesuai dengan yang diharapkan. Setelah melalui proses kesesuaian pada pertanyaan atau pernyataan, proses selanjutnya adalah melakukan penyebaran kuisisioner kepada responden dalam penelitian ini. Hasil dari kuisisioner tersebut kemudian dilakukan uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan *SPSS* versi 26.

Angket pada penelitian ini didasarkan pada penjumlahan sikap responden dalam merespons pertanyaan berkaitan indikator-indikator suatu konsep atau variabel yang sedang diukur. Dalam hal ini, responden diminta untuk menyatakan setuju atau tidak setuju terhadap setiap pertanyaan yang diberikan. Skala Likert lazim menggunakan lima titik dengan label netral di tengah (tiga). Skala Interval paling banyak dipakai sehingga lebih populer dibandingkan skala lainnya.

### 3.7 Skala Pengukuran Kuesioner

Angket yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala interval (*rating scale*). Skala pengukuran rating scale menurut Sugiyono (2016:113) adalah skala yang mengolah data mentah berupa angka, yang kemudian ditafsirkan dalam pengertian kualitatif. Skala interval adalah suatu skala di mana objek/ kategori dapat diurutkan berdasarkan suatu atribut tertentu, di mana jarak/ interval antara tiap objek/ kategori sama. Besarnya interval dapat ditambah atau dikurangi, dan juga urutan kategori data mempunyai jarak sama. Pada skala ini yang dijumlahkan bukanlah kuantitas atau besaran, melainkan interval dan tidak terdapat nilai nol.

Skala 1 sampai dengan 5 guna untuk memudahkan responden dalam menjawab pernyataan yang diajukan peneliti. Dari tiap-tiap pertanyaan/pernyataan akan dijawab oleh responden berdasarkan skala interval. Berdasarkan hipotesis, indikator pertanyaan mencakup variabel bebas di antaranya motif rasional, ( $X_1$ ) pengetahuan, ( $X_2$ ), religiusitas ( $X_3$ ) dan variabel dependen adalah minat nasabah ( $Y$ ).

**Tabel 3.2**  
**Skala Pengukuran Responden (skala Interval 1-5)**

No	Jawaban	Kode	Skor
1	Sangat Tidak Setuju	STS	1
2	Tidak Setuju	TS	2
3	Netral	N	3
4	Setuju	S	4
5	Sangat Setuju	SS	5

Sumber: Sanusi (2011:59)

## 3.8 Uji Kualitas Data Penelitian

### 3.8.1 Uji Validitas

Validitas adalah pengukuran yang menunjukkan tingkat ketepatan (keshihan) ukuran suatu instrumen terhadap konsep yang akan diteliti. Suatu instrumen adalah tepat untuk digunakan sebagai ukuran suatu konsep jika memiliki tingkat validitas yang tinggi. Sebaliknya, validitas yang rendah mencerminkan bahwa instrumen kurang tepat untuk diterapkan (Suharso, 2009).

Dengan menggunakan instrumen yang valid dan reliabel dalam pengumpulan data, maka diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan reliabel. Jadi instrumen yang valid dan reliabel merupakan syarat yang mutlak untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid dan reliable. hal ini tidak berarti bahwa dengan menggunakan instrumen yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya, otomatis hasil (data) penelitian menjadi valid dan reliable. Hal ini masih dipengaruhi oleh kondisi objek yang diteliti, dan kemampuan orang yang menggunakan instrumen untuk mengumpulkan data. Oleh karna itu peneliti harus mampu menggunakan instruen dan mangatur variabel yang diteliti (Sugiyono, 2016).

Uji validitas dapat dihitung dengan melakukan perbandingan antara nilai  $r$  hitung dengan nilai  $r$  tabel. Apabila  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel dan memiliki nilai positif, maka pertanyaan yang diuji dikatakan valid. Kriteria penilaian uji validitas yang digunakan tersebut yaitu:

- a. Jika  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel, maka komponen kuesioner dinyatakan valid.
- b. Jika  $r$  hitung lebih kecil dari  $r$  tabel, maka komponen kuesioner dinyatakan tidak valid.



### 3.8.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan instrumen yang digunakan dalam penelitian guna untuk dapat mengetahui sejauh mana hasil dari suatu pengukuran dapat relative konsisten meskipun pengukuran tersebut dilakukan berulang kali (Singarimbun, 2015). Uji reliabilitas ini dilakukan untuk dapat mengetahui sejauh mana kuesioner yang digunakan dapat memperlihatkan kestabilan dari hasil penelitian berikutnya dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* (Ghozali 2013). Kreteria penilaian uji reliabilitas yang digunakan tersebut yaitu:

- a. Jika hasil dari koefesien *alpha* lebih besar dari 0,60 maka koesioner tersebut dinyatakan reliabel.
- b. Jika hasil dari koefesien *alpha* lebih kecil dari 0,60 maka kuesioner tersebut dinyatakan tidak reliabel.

### 3.9 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan guna untuk mengetahui kelayakan dari suatu model regresi. Sebelum melakukannya dilakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu. Dalam penelitian ini, uji asumsi klasik yang di gunakan sebagai berikut:

#### 3.9.1 Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji untuk mengukurnapakah data kita memiliki distribusi normal sehingga dapat digunakan dalam statistic parametric. Salah satu motode yang digunakan untuk mendekteksi masalah normalitas adalah: Kolmogorov-smirnov yang digunakan untuk mengetahui apakah sampel berasal dari populasi berdistribusi normal. Pengujian normalitas data pada penelitian menggunakan uji *one sampel Kolmogorov-smirnov*, dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi  $>0,05$ , maka data tersebut berdistribusi normal
2. Jika nilai signifikansi  $<0,05$ , maka data tersebut tidak berdistribusi normal.

### 3.9.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas diterapkan untuk analisis regresi berganda yang terdiri atas dua atau lebih variabel bebas atau independen variabel ( $X_{1,2,3,\dots,n}$ ) di mana akan diukur keeratan hubungan antar variabel bebas tersebut melalui besaran koefisien korelasi ( $r$ ). Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Sunyoto, 2012). Indikator model regresi yang baik adalah tidak adanya korelasi di antara variabel independen (Ghozali, 2013). Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi (Ghozali, 2013), adalah sebagai berikut:

- (1) Jika  $R^2$  yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel-variabel independen banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen.
- (2) Menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen. Jika antar variabel independen ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya di atas 0,90), maka hal ini mengindikasikan adanya multikolinearitas. Tidak adanya korelasi yang tinggi antar variabel independen tidak berarti bebas dari multikolinearitas. Multikolinearitas dapat disebabkan karena adanya efek kombinasi dua atau lebih variabel independen.
- (3) Multikolinearitas juga dapat dilihat dari: tolerance value dan lawannya *Variance Inflation Factor* (VIF). Tolerance mengukur variabilitas

variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena  $VIF=1/tolerance$ ). Pengujian multikolinearitas dapat dilakukan sebagai berikut:

- Tolerance value  $< 0,10$  atau  $VIF > 10$  : terjadi multikolinearitas
- Tolerance value  $> 0,10$  atau  $VIF < 10$  : tidak terjadi multikolinearitas.

### **3.9.3 Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas dalam persamaan regresi berganda perlu juga diuji mengenai sama atau tidak varian dari residual dari observasi yang satu dengan observasi yang lain (Sunyoto, 2016). Jika residualnya mempunyai varian yang sama disebut terjadi Homoskedastisitas dan jika variansnya tidak sama atau berbeda disebut terjadi Heteroskedastisitas. Persamaan regresi yang baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas.

Ada beberapa cara untuk mendeteksi heteroskedastisitas yaitu, dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara ZPRED dan SRESID dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi Y sesungguhnya) yang telah distudentized (Ghozali, 2013). Homoskedastisitas terjadi jika pada scatterplot titik-titik hasil pengolahan data antara ZPRED dan SRESID menyebar di bawah maupun di atas titik origin (angka 0) pada sumbu Y dan tidak mempunyai pola yang teratur.

### **3.10 Analisis Regresi Berganda**

Analisis regresi linier berganda adalah suatu analisis yang mengukur pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat Analisis regresi berganda mempunyai kaedah yang sama seperti analisis regresi sederhana (Danang, 2013).

Jadi analisis ini bertujuan untuk mengukur pengaruh motif rasional, pengetahuan dan religiusitas terhadap minat masyarakat menabung pada Bank Aceh Syariah. Model regresi linier berganda adalah:

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

(3.1)

Di mana:

Y	= Minat
$\alpha$	= Konstanta
$b_{1,2}$	= Koefisien regresi variabel bebas
$x_1$	= Motif rasional
$x_2$	= Pengetahuan
$x_3$	= Religiusitas
e	= Error

### 3.11 Uji Hipotesis

Hipotesis adalah asumsi atau dugaan mengenai suatu hal yang dibuat untuk menjelaskan suatu hal yang sering dituntut untuk melakukan pengecekannya. Hipotesis statistik merupakan perumusan hipotesis statistik, antara hipotesis nol ( $H_0$ ) dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) selalu berpasangan, bila salah satu ditolak, maka yang lain pasti diterima sehingga keputusan yang tegas, yaitu kalau  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima (Sugiyono, 2016).

#### 3.11.1 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Uji F (uji simultan) adalah untuk melihat apakah variabel independen secara bersama-sama (serentak) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Pada pengujian secara simultan akan diuji pengaruh kedua variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat. Pada

pengujian ini juga menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% atau 0,05. Prosedur Uji F ini adalah sebagai berikut:

$H_0$  : jika nilai probabilitas  $F > 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya motif rasional, pengetahuan dan religiusitas berpengaruh secara simultan terhadap minat masyarakat menabung pada Bank Aceh Syariah.

$H_a$  : jika nilai probabilitas  $F < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya motif rasional, pengetahuan dan religiusitas tidak berpengaruh secara simultan terhadap minat masyarakat menabung pada Bank Aceh Syariah.

### 3.11.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji $t$ )

Pengujian ini bertujuan untuk menguji bagaimana pengaruh secara parsial dari variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu dengan membandingkan  $t$  tabel dan  $t$  hitung. Masing-masing  $t$  hasil perhitungan ini kemudian dibandingkan dengan  $t$  tabel yang diperoleh dengan menggunakan taraf kesalahan 0,05 (Sugiyono, 2016). Pengujian secara individu untuk melihat pengaruh masing-masing variabel sebab terhadap variabel akibat. Untuk pengujian pengaruh parsial, digunakan uji signifikansi terhadap hipotesis yang ditentukan melalui uji  $t$  dengan pengujian sebagai berikut:

$H_{01}$  : nilai signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya motif rasional berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung pada Bank Aceh Syariah

$H_{a1}$  : nilai signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya motif rasional, tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung pada Bank Aceh Syariah

$H_{02}$  : nilai signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya pengetahuan berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung pada Bank Aceh Syariah

$H_{a2}$  : nilai signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung pada Bank Aceh Syariah

$H_{03}$  : nilai signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya religiusitas berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung pada Bank Aceh Syariah

$H_{a3}$  : nilai signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung pada Bank Aceh Syariah

### **3.12 Koefisien Determinasi $R^2$**

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi dari variabel dependen atau variabel terikat. Koefisien determinasi juga menjelaskan besarnya masing-masing pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, sehingga dapat diketahui variabel bebas mana yang memiliki efek paling dominan terhadap variabel terikat (Ghozali, 2013). Nilai koefisien determinasi memiliki interval antara 0 sampai 1. Jika nilai  $R$  semakin mendekati 1, menandakan hasil untuk model regresi tersebut baik atau variabel independen secara keseluruhan dapat menjelaskan variabel dependen. Sedangkan jika nilai  $R$  semakin mendekati 0, maka berarti variabel independen secara keseluruhan tidak dapat menjelaskan variabel dependen.

$$R^2 = r^2 \times 100\% \quad (3.2)$$

Keterangan :

$R^2$  = Koefisien Determinasi

$r^2$  = Koefisien Korelasi



## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

Rukoh merupakan sebuah desa di Kecamatan Syiah Kuala Kota Banda Aceh yang keadaan topografinya terdiri dari dataran yang padat penduduk dengan luas wilayah pertahun 2014 adalah 124,82 Ha dengan rincian sebagai Berikut: 1. Luas Perkebunan 24 Ha 2. Luas Tambak 16,42 Ha 3. Luas lahan Sawah 60 Ha 4. Sarana Pendidikan 20 Ha 5. Pertokoan 10 Ha Jarak Desa Rukoh dengan pusat kota Banda Aceh berkisar sekitar 4 km atau ¼ jam. Hal ini memudahkan bagi masyarakat sekitar untuk melakukan aktivitas sehari-hari baik administrasi maupun aktivitas ekonomi masyarakat yang mudah di jangkau (Sumber: Kantor Geuchik Gampong Rukoh, 2022).

Adapun batas-batas wilayah Desa Rukoh sebagai berikut:

- a. Sebelah Utara berbatasan dengan Desa Baet kecamatan Baitussalam
  - b. Sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Kopelma Darussalam dan Tanjung Selamat Kecamatan Syiah Kuala/ Darussalam
  - c. Sebelah Timur berbatasan dengan Desa Blang Krueng Kecamatan Darussalam
  - d. Sebelah Barat berbatasan dengan Krueng Aceh Kecamatan Syiah Kuala
- (Sumber: Kantor Geuchik Desa Rukoh, 2022).

Desa Rukoh terdiri dari 5 dusun yaitu: Dusun Meunasah Tuha, Meunasah Baroe, Lam Ara, Lamnyong, dan Dusun Silang. Dalam satu kepala desa dibantu oleh seorang sekretaris desa, seorang imam desa dan peutuha desa dengan sembilan orang majelis serta di bantu oleh perangkat staf bidang kebutuhan administrasi di desa (Sumber: Kantor Geuchik Desa Rukoh, 2022).



Visi desa Rukoh adalah mewujudkan desa yang Damai, Makmur, dan Islami.

Misi desa Rukoh adalah sebagai berikut:

- a. Mewujudkan pelaksanaan syariat Islam secara kaffah
- b. Mewujudkan tata kelola pemerintahan yang baik
- c. Menumbuhkan masyarakat yang berintelektualitas sehat dan sejahtera
- d. Memperkuat ekonomi kerakyatan
- e. Melanjutkan pembangunan infrastruktur dan pariwisata yang islami
- f. Meningkatkan partisipasi perempuan dalam bidang ekonomi, publik, keagamaan dan perlindungan anak.
- g. Meningkatkan peran generasi muda sebagai kekuatan pembangunan
- h. Membina hubungan yang sinergis dengan pemerintah untuk kemajuan desa (Sumber: Kantor Geuchik Desa Rukoh, 2022).

Jumlah penduduk terbanyak di Kecamatan Syiah Kuala pada tahun 2021 adalah desa Rukoh dengan jumlah penduduk jiwa 3.853. Banyaknya pendatang yang tinggal di desa Rukoh menyebabkan adanya perpaduan adat, bahasa, maupun budaya berbaur menjadi satu di kalangan masyarakat desa Rukoh. Dengan jumlah penduduk tersebut, desa Rukoh membutuhkan perencanaan tata ruang yang bagus dalam peningkatan kualitas hidup melalui tempat tinggal, tempat bekerja, kemudahan transportasi serta kemudahan dalam memperoleh kebutuhan (Sumber: Kantor Geuchik Desa Rukoh, 2022).

Banyaknya masyarakat desa Rukoh yang berprofesi sebagai pegawai pemerintahan, pegawai swasta, dan juga sebagai tenaga jasa dan buruh lepas, hal ini di dukung oleh letak geografis desa Rukoh yang berada di pinggiran Kota banda Aceh serta jarak yang dekat antara Universitas UIN Ar-Raniry dan Universitas Syiah Kuala. Dilihat dari potensi ekonomi, wilayah di desa Rukoh

sangat strategis untuk pengembangan sektor properti, baik berupa rumah kontrakan maupun kos-kosan bagi pendatang. Di samping untuk investasi properti, letak desa Rukoh juga strategis untuk aspek perdagangan (Sumber: Kantor Geuchik Desa Rukoh, 2022).

## **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 4.1. berikut:

**Tabel 4.1**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

<b>No.</b>	<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
1	Laki-laki	38	38 %
2	Perempuan	62	62 %
Total Responden		100	100 %

Sumber: Data primer diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui bahwa dari 100 responden yang terpilih, didominasi oleh responden yang berjenis kelamin perempuan dengan jumlah responden sebanyak 62 orang (62%) hal ini dikarenakan selama penelitian peneliti banyak menjumpai kalangan laki-laki yang menggunakan produk-produk Bank Aceh Syariah, khususnya cabang Darussalam. Kemudian jumlah responden laki-laki sebanyak 38 orang (38%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sebagian besar masyarakat Rukoh yang menjadi sampel ialah adalah perempuan.

### **4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

Tingkat usia seseorang dapat menunjukkan tingkat kematangan seorang sehingga dapat mempengaruhi perilaku orang tersebut dalam pengambilan suatu keputusan. Salah satunya adalah menentukan minat pada PT. Bank Aceh

Syariah Cabang Darussalam. Pembagian kelompok usia responden dapat dilihat pada table 4.2 berikut:

**Tabel 4.2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

No.	Kelompok Usia	Frekuensi	Persentase
1	< 20 Tahun	5	5%
2	21 – 40 Tahun	76	76%
3	41 – 50 Tahun	11	11%
4	>50 Tahun	5	5%
Total Responden		100	100 %

Sumber: Data primer diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa dari 100 responden yang terpilih, didominasi oleh responden pada kelompok usia 21 – 40 Tahun dengan jumlah responden sebanyak 76 orang (76%). Hal ini dikarenakan rata-rata responden yang peneliti jumpai kalangan mahasiswa dan pedagang kaki lima yang berusia antara 21 – 40 tahun, dan sebagian lainnya berprofesi mulai dari PNS, pedagang Pasar Rukoh dan kepala keluarga. Kemudian diikuti oleh kelompok usia 41-50 Tahun dengan jumlah responden sebanyak 11 orang (11%), dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sebagian besar masyarakat Rukoh yang menjadi sampel adalah dari kelompok usia 21 - 30 Tahun.

#### **4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

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

**Tabel 4.3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

No.	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1	Pelajar/Mahasiswa	16	16%
2	PNS	21	21%
3	Wirausaha	34	34%
4	Karyawan/Buruh	22	22%
4	Lainnya	7	7%
Total Responden		100	100 %

Sumber: Data primer diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui bahwa dari 100 responden yang terpilih, didominasi oleh responden yang mempunyai pekerjaan sebagai wirausaha dengan jumlah responden 34 orang (34%). Hal ini dikarenakan rata-rata responden yang peneliti jumpai kalangan pedagang kaki lima dan mahasiswa. Kemudian diikuti oleh responden yang mempunyai buruh dengan jumlah responden 22 orang (22%), dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sebagian besar sampel penelitian adalah PNS dan petani yang tidak tersebut dalam kuesioner penelitian ini.

#### 4.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman

Pada penelitian ini peneliti menetapkan sampel yang memiliki pengalaman menggunakan jasa PT. Bank Aceh Syariah minimal 2 (Dua) tahun. Adapun pembagian jumlah pengalaman dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut:

**Tabel 4.4**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Menjadi Nasabah**

No.	Pengalaman Belanja	Frekuensi	Persentase
1	1 Tahun	14	14 %
2	2 – 3 tahun	29	29 %
3	4 – 5 tahun	48	48%
4	>5 tahun	9	9 %
Total Responden		100	100 %

Sumber: Data primer diolah (2020)

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui bahwa dari 100 responden yang terpilih, didominasi oleh responden yang mempunyai pengalaman menabung 4 tahun dengan jumlah responden 48 orang (48%). Hal ini dikarenakan responden yang peneliti jumpai sudah menjadi masyarakat tetap Gampong Rukoh sejak tahun 2017 hingga saat ini. Kemudian diikuti oleh responden yang mempunyai pengalaman menabung selama 3 tahun dengan jumlah responden 29 orang (29%), dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sebagian besar nasabah yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah nasabah yang mempunyai pengalaman menggunakan jasa PT. Bank Aceh Syariah 3 – 4 tahun.

### **4.3 Uji Instrumen Penelitian**

#### **4.3.1 Uji Validitas**

Uji validitas menunjukkan kemampuan kuesioner dalam mengungkapkan sesuatu yang akan diukur. Uji validitas merupakan ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan suatu instrumen/kuesioner (Afifudin, 2009:56). Sudarmanto (2005:76) berpendapat bahwa kriteria yang digunakan atau batas minimum suatu instrument atau tingkat angket dinyatakan valid, apabila:

1. Nilai koefisien korelasi yang diperoleh dari analisis dibandingkan dengan nilai koefisien korelasi pada table dengan tingkat kepercayaan yang telah dipilih.
2. Dibuat suatu ukuran tertentu, suatu instrument dinyatakan valid bila nilai koefisien  $r_{tabel} < r_{hitung}$  maka dinyatakan valid, apabila  $r_{tabel} > r_{hitung}$  maka tidak valid (Arikunto, 2002).

Hasil pengujian instrumen penelitian dari segi validitas *item-total statistics* terhadap 100 responden sebagaimana tertera pada tabel berikut, menunjukkan bahwa semua item pernyataan mempunyai nilai korelasi  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  (lihat tabel  $r_{tabel}$  (0,05) pada lampiran). Dengan demikian

berarti item pernyataan untuk semua variabel adalah valid. Ringkasan dari hasil uji validitas disajikan dalam Tabel 4.5.

**Tabel 4.5.**  
**Uji Validitas**

Variabel		$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Ket
Minat Masyarakat (Y)	MM1	0,677	0,321	Valid
	MM2	0,676	0,321	Valid
	MM3	0,686	0,321	Valid
	MM4	0,687	0,321	Valid
Motif Rasional (X1)	MR1	0,708	0,321	Valid
	MR2	0,634	0,321	Valid
	MR3	0,613	0,321	Valid
	MR4	0,608	0,321	Valid
Pengetahuan (X2)	P1	0,654	0,321	Valid
	P2	0,744	0,321	Valid
	P3	0,735	0,321	Valid
	P4	0,744	0,321	Valid
	P5	0,664	0,321	Valid
	P6	0,610	0,321	Valid
Religiusitas (X3)	R1	0,700	0,321	Valid
	R2	0,626	0,321	Valid
	R3	0,655	0,321	Valid
	R4	0,724	0,321	Valid
	R5	0,670	0,321	Valid

Sumber: Data Diolah, 2022.

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 0,321 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

(Baktiar, 2010). 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.

Selanjutnya, hasil pengujian instrument penelitian dari segi reliabilitas *item-total statistics* terhadap 100 responden. Output hasil dari uji reliabilitas menggunakan program *SPSS Statistic 26.0* ringkasan dari hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada Tabel 4.6.

**Tabel 4.6**  
**Uji Reliabilitas**

<b>Reliability Statistics</b>		
Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
Minat Masyarakat (Y)	0,860	4
Motif Rasional (X1)	0,874	4
Pengetahuan (X2)	0,909	6
Religiusitas (X3)	0,861	5

Sumber: Data Diolah, 2022.

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 Deskripsi Variabel

Pada bagian ini diuraikan tingkat persetujuan responden terhadap masing-masing variabel penelitian dengan melihat hasil jawaban responden berdasarkan tiap item penelitian.

##### 4.4.1 Deskripsi Variabel Motif Rasional

Variabel motif rasional ini terdiri dari empat pertanyaan dengan tingkat persetujuan responden pada Tabel 4.7.

**Tabel 4.7**  
**Deskripsi Variabel Motif Rasional**

No	PERNYATAAN	Kenyaataan					Mean
		SS	S	KS	TS	STS	
1	Berbagai produk Bank Aceh Syariah memiliki merek yang menarik	10	24	40	40	10	3,08
2	Kualitas produk dan karyawan Bank Aceh Syariah sudah baik	8	32	43	10	7	3,24
3	Biaya dalam penentuan menjadi nasabah pada Bank Aceh Syariah sudah sesuai dengan kemampuan	5	31	43	13	8	3,12
4	Kualitas pelayanan pada Bank Aceh Syariah sesuai dengan nilai-nilai yang ditetapkan	9	33	39	11	8	3,24
Total							3,17

##### 4.4.2 Deskripsi Variabel Pengetahuan

Variabel pengetahuan ini terdiri dari enam pertanyaan dengan tingkat persetujuan responden pada Tabel 4.8.

**Tabel 4.8**  
**Deskripsi Variabel Pengetahuan**

No	PERNYATAAN	Kenyaataan					Mean
		SS	S	KS	TS	STS	
1	Saya memiliki pengetahuan banyak tentang Bank Syariah	19	31	30	12	8	3,41



2	Saya memahami berbagai ketentuan menjadi nasabah di Bank Syariah	20	2 5	28	16	11	2,27
3	Saya mengaplikasikan apa yang saya ketahui tentang Bank Syariah dalam memutuskan keputusan	18	3 5	29	10	8	3,45
4	Lingkungan Bank Syariah sangat bersih dan nyaman sehingga nasabah merasa aman dalam melakukan transaksi	20	2 5	28	16	11	3,27
5	Saya menganalisa terlebih dahulu apa yang saya ketahui tentang Bank Syariah	19	3 3	25	14	9	2,25
6	Semua informasi terkait Bank Syariah saya melakukan evaluasi terlebih dahulu	16	2 7	33	15	9	3,26
Total							3,15

#### 4.4.3 Deskripsi Variabel Religiusitas

Variabel religiusitas ini terdiri dari lima pertanyaan dengan tingkat persetujuan responden pada Tabel 4.9.

**Tabel 4.9**  
**Deskripsi Variabel Religiusitas**

No	PERNYATAAN	Kenyaataan					Mean
		SS	S	KS	TS	STS	
1	Saya memilih jadi nasabah Bank Syariah karena terjamin nilai syariatnya	13	30	33	15	9	3,23
2	Semua aspek yang ditawarkan serta pelayanan pada Bank Syariah berlandaskan agama Islam	13	26	33	19	9	3,15
3	Saya memilih menjadi nasabah Bank Syariah karena para karyawannya	11	27	40	14	8	3,19

	sudah berpengalaman di bidang perbankan syariah						
4	Saya berminat menjadi nasabah Bank Syariah karena mendapatkan tambahan pengetahuan agama tentang bank syariah	10	25	43	14	8	3,15
5	Saya memilih menjadi nasabah Bank Syariah karena meyakini tidak terdapatnya transaksi terlarang yang dijalankan oleh Bank Syariah	8	22	47	17	6	3,09
Total							3,16

#### 4.4.4 Deskripsi Variabel Minat Masyarakat

Variabel pendapatan ini terdiri dari empat pertanyaan dengan tingkat persetujuan responden pada Tabel 4.10.

**Tabel 4.10**  
**Deskripsi Variabel Minat Masyarakat**

No	PERNYATAAN	Kenyaataan					Mean
		SS	S	KS	TS	STS	
1	Saya sangat senang menjadi nasabah pada Bank Aceh Syariah	4	14	35	29	18	2,83
2	Saya tertarik menjadi nasabah Bank Aceh Syariah	20	35	32	11	2	3,60
3	Saya selalu memperhatikan berbagai jasa dan produk saat hendak menjadi nasabah pada Bank Aceh Syariah	14	27	43	14	2	3,37
4	Saya terlibat secara langsung menjadi nasabah Bank Aceh Syariah	18	32	38	12	0	3,56
Total							3,34

## 4.5. Uji Asumsi Klasik

### 4.5.1 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 K-S:

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 4.11**  
**Uji Normalitas**

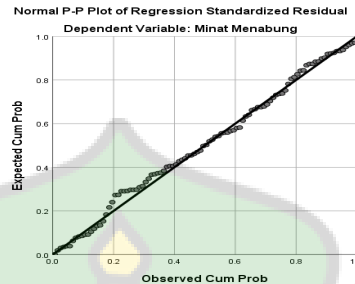
<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		<b>Unstandardized Residual</b>
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.32408688
Most Extreme Differences	Absolute	.070
	Positive	.037
	Negative	-.070
Test Statistic		.070
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

Sumber: Data Diolah, (2022).

Berdasarkan tabel output SPSS tersebut, diketahui bahwa nilai signifikansi variabel kualitas produk *Asymp.Sig (2-tailed)* sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05. Maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas kolmogorov-smirnov di atas, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Uji normalitas didukung juga oleh hasil P-Plot dibawah ini:

Gambar 4.1 Normal P-plot



Dari hasil grafik P-plot di atas dapat disimpulkan bahwa titik-titik dalam diagram mengikuti garis diagonalnya dan tidak menyebar menjauh dari garis normal.

#### 4.5.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas merupakan bagian dari uji asumsi klasik (normalitas dan heteroskedastisitas) dalam analisis regresi linear berganda. Tujuan digunakannya uji multikolinieritas dalam penelitian adalah untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi (hubungan kuat) antar variabel bebas atau variabel independent. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas atau tidak terjadi gejala multikolinieritas.

Untuk mendeteksi ada tidaknya gejala multikolinieritas dalam model regresi, maka dapat dilakukan dengan beberapa cara, yaitu: (1) Melihat nilai korelasi antar variabel independent. (2) Melihat nilai *condition index* dan *eigenvalue*. (3) Melihat nilai *tolerance* dan *variance inflating factor* (VIF). Dalam kesempatan kali ini kita akan memprektekkan cara melakukan uji multikolinieritas dengan melihat nilai *tolerance* dan VIF menggunakan program SPSS.

Dasar Pengambilan Keputusan dalam Uji Multikolinearitas (Tolerance dan VIF) Seperti yang kita ketahui, bahwa setiap uji statistik yang dilakukan pasti ada dasar pengambilan keputusannya. Adapun dasar pengambilan keputusan pada uji multikolinearitas dengan Tolerance dan VIF adalah sebagai berikut:

Pedoman Keputusan Berdasarkan Nilai VIF (*Variance Inflation Factor*).

1. Jika nilai VIF < 0,10 maka artinya tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi.
2. Jika nilai VIF > 0,10 maka artinya terjadi multikolinieritas dalam model regresi.

Kedua dasar pengambilan keputusan dalam uji multikolinearitas di atas akan menghasilkan kesimpulan yang sama (tidak akan bertentangan).

**Tabel 4.12**  
**Uji Multikolinieritas**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Motif Rasional (X <sub>1</sub> )	.654	1.530
	Pengetahuan (X <sub>2</sub> )	.676	1.480
	Religiusitas (X <sub>3</sub> )	.556	1.798

Sumber: Data Diolah, (2022).

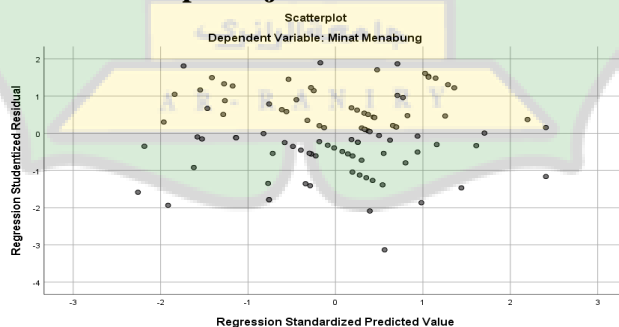
Pengambilan keputusan dalam uji multikolinearitas ini, dapat dilakukan dengan cara melihat nilai Tolerance dan VIF. Berdasarkan tabel output "*Coefficients*" pada bagian "*Collinearity Statistics*" diketahui nilai *Tolerance* untuk variabel (X<sub>1</sub>) sebesar 0,654 dan variabel (X<sub>2</sub>) sebesar 0,676 dan variable (X<sub>3</sub>) sebesar 0,556 lebih besar dari 0,10.

Sementara, nilai VIF untuk variabel ( $X_1$ ) sebesar 1,530 variabel ( $X_2$ ) sebesar 1.480 dan variable ( $X_3$ ) sebesar 1,798 lebih kecil dari 10. Maka mengacu pada dasar pengambilan keputusan dalam uji multikolinearitas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolineritas dalam model regresi.

#### 4.5.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah dalam suatu model regresi terdapat persamaan atau perbedaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastissitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homokedastisitas. Deteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat dengan ada atau tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot. Jika ada pola tertentu maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Tetapi jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali: 2009).

**Gambar 4.2**  
**Sacatterplot Uji Heteroskedastisitas**



Dari gambar di atas kita bisa melihat hasil uji heteroskedastisitas menggunakan *scatterplot* telah memenuhi syarat heteroskedastisitas karena pada grafik scatterplot diatas titik-titiknya tidak membentuk pola tertentu dan

tidak teratur, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadinya masalah heteroskedastisitas atau bebas dari masalah heteroskedastisitas.

## 4.6 Hasil Penelitian

### 4.6.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan data yang diotput dalam SPSS dengan model analisis regresi linear berganda didapatkan hasil pada tabel 4.13.

**Tabel 4.13**  
**Analisis Regresi Linier Berganda**

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.784	1.050		3.604	.000
	Motif Rasional (X <sub>1</sub> )	.297	.084	.312	3.531	.001
	Pengetahuan (X <sub>2</sub> )	.124	.048	.223	2.567	.012
	Religiusitas (X <sub>3</sub> )	.249	.074	.324	3.376	.001

a. Dependent Variable: Minat Menabung

Sumber: Data Diolah, (2022).

Tabel "*Unstandardized Coefficients B*" memberikan informasi tentang persamaan regresi yaitu seberapa besar variabel motif rasional (X<sub>1</sub>) pengetahuan (X<sub>2</sub>) dan variabel religiusitas (X<sub>3</sub>) berpengaruh secara simultan terhadap variabel minat menabung (Y). Adapun rumus persamaan regresi dalam analisis atau penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

$$Y = 3,784 + 0,297 (X_1) + 0,124 (X_2) + 0,249 (X_3) + e$$

Berdasarkan persamaan regresi berganda diatas dapat diartikan bahwa:

1. Koefisien regresi  $X_1$ , yang diperoleh dari nilai ( $b_1$ ) yaitu sebesar 0,297 atau 29,7% atau 1% bernilai positif. Yang artinya apabila variabel motif rasional mengalami peningkatan sebesar 1% maka semakin meningkat minat sebesar 0,297.
2. Koefisien regresi  $X_2$ , yang diperoleh dari nilai ( $b_2$ ) yaitu sebesar 0,124 atau 12,4% bernilai positif. Yang artinya apabila variabel pengetahuan mengalami peningkatan sebesar 1% maka semakin meningkat tingkat minat sebesar 0,124.
3. Koefisien regresi  $X_3$ , yang diperoleh dari nilai ( $b_3$ ) yaitu sebesar 0,249 atau 24,9% bernilai positif. Yang artinya apabila variabel religiusitas mengalami peningkatan sebesar 1% maka semakin meningkat tingkat minat sebesar 0,249.

## 4.6.2 Uji Hipotesis

### 4.6.2.1 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 4.14 Uji t**

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.784	1.050		3.604	.000
	Motif Rasional (X <sub>1</sub> )	.297	.084	.312	3.531	.001
	Pengetahuan (X <sub>2</sub> )	.124	.048	.223	2.567	.012
	Religiusitas (X <sub>3</sub> )	.249	.074	.324	3.376	.001

a. Dependent Variable: Minat Menabung

Sumber: Data Diolah (2022).

Berdasarkan nilai  $t_{hitung}$  pada tabel 4.14 maka dapat dilakukan kaidah pengujiannya dengan nilai  $t_{tabel}$ ,  $\alpha = 0,05$  dan  $n = 100$ , uji satu pihak  $dk = n - k - 1/ dk = 100 - 4 - 1 = 95$ , sehingga diperoleh nilai  $t_{tabel} = 1,661$  dan hasilnya dapat disimpulkan bahwa:

1. Motif Rasional (X<sub>1</sub>)

Nilai  $t_{hitung}$  variabel motif rasional (X<sub>1</sub>) sebesar 3,531 dengan nilai  $t_{tabel}$  1,661 menunjukkan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  (3,531 > 1,661), dengan nilai signifikan (0,001 < 0,05) sehingga dapat diartikan bahwa variabel motif rasional (X<sub>1</sub>) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat (Y).

2. Pengetahuan (X<sub>2</sub>)

Nilai  $t_{hitung}$  variabel pengetahuan (X<sub>2</sub>) sebesar 2,567 dengan nilai  $t_{tabel}$  menunjukkan bahwa  $t_{hitung} < t_{tabel}$  (2,567 < 1,661), dengan nilai signifikan (0,012 < 0,05) sehingga dapat diartikan bahwa variabel pengetahuan (X<sub>2</sub>) secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat (Y).

### 3. Religiusitas $X_3$ )

Nilai  $t_{hitung}$  variabel religiusitas ( $X_3$ ) sebesar 1,626 dengan nilai  $t_{tabel}$  1,660 menunjukkan bahwa  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $3,376 < 1,660$ ), dengan nilai signifikan ( $0,001 < 0,05$ ) sehingga dapat diartikan bahwa variabel religiusitas ( $X_3$ ) secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat ( $Y$ ).

#### 4.5.2.1 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji $F$ )

Dasar pengambilan keputusan dalam Uji  $F$  Ada variable yang variable gunakan sebagai acuan atau pedoman untuk melakukan uji hipotesis dalam uji  $F$ . Pertama adalah membandingkan nilai signifikansi (Sig.) atau nilai probabilitas hasil output Anova. Kedua adalah membandingkan nilai  $F$  hitung dengan nilai  $F$  tabel. Berdasarkan Nilai Signifikansi (Sig.) dari Output Anova:

Pada penelitian ini uji  $F$  dilakukan dengan bantuan SPSS versi 26 dengan taraf signifikan 5% atau 0,05. Dengan taraf signifikan sebesar 0,05,  $df_1$  ( $N_1$ ) =  $k-1 = 4 - 1 = 3$  dan  $df_2$  ( $N_2$ ) =  $n - k = 100 - 3 = 97$ , dimana  $k$  adalah jumlah variabel dan  $n$  adalah banyaknya jumlah sampel, maka dapat ditentukan  $F_{tabel}$  pada penelitian ini sebesar 3,94. Hasil uji  $F$  dapat dilihat pada tabel 4.15 berikut ini:

**Tabel 4.15**  
**Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	553.103	3	184.368	33.099	.000 <sup>b</sup>
	Residual	534.737	96	5.570		
	Total	1087.840	99			
a. Dependent Variable: Minat Menabung						
b. Predictors: (Constant), Religiusitas, Pengetahuan, Motif Rasional						

Sumber: Data Diolah, 2022.

Berdasarkan tabel 4.15 dapat diketahui bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar dan nilai  $F_{tabel}$  sebesar atau  $F_{hitung} 33,099 > 3,94$  dan probabilitas signifikan  $0,000 < 0,05$  maka hipotesis diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel motif rasional ( $X_1$ ) pengetahuan ( $X_2$ ) dan variabel religiusitas ( $X_3$ ) berpengaruh secara simultan terhadap variabel minat masyarakat menabung ( $Y$ ). Dengan demikian, maka persyaratan agar kita dapat memaknai nilai koefisien determinasi dalam analisis regresi linear berganda sudah terpenuhi.

#### 4.7 Uji Koefisien Determinasi

Perhitungan nilai koefisien determinasi sering diartikan sebagai seberapa besar kemampuan variable bebas dalam menjelaskan varians dari variabel terikatnya atau untuk menyatakan besarnya kontribusi Variabel terhadap variabel  $Y$ .

**Tabel 4.16**  
**Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.713 <sup>a</sup>	.508	.493	2.360
a. Predictors: (Constant), Religiusitas, Pengetahuan, Motif Rasional				
b. Dependent Variable: Minat Menabung				

Sumber: Data Diolah (2022).

Berdasarkan tabel output SPSS "Model Summary" di atas, diketahui nilai koefisien determinasi atau R Square adalah sebesar 0,508. Nilai R Square 0,508 ini berasal dari pengkuadratan nilai koefisien korelasi atau "R", yaitu  $0,713 \times 0,713 = 0,508$ . Besarnya angka koefisien determinasi (R Square) adalah 0,508 atau sama dengan 50,8%. Angka tersebut mengandung arti bahwa variabel motif rasional ( $X_1$ ), pengetahuan ( $X_2$ ) dan variabel religiusitas ( $X_3$ ) sebesar 48,9% mempengaruhi variabel minat menabung masyarakat. Sedangkan sisanya ( $100\% - 50,8\% = 49,2\%$ ) dipengaruhi oleh variabel lain di luar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti, seperti kualitas pelayanan, produk, promosi dan sebagainya.

#### **4.8 Pembahasan**

Berdasarkan hasil analisa terhadap temuan penelitian di atas, maka dapat dijelaskan bahwa dari tiga (3) variabel yang dijadikan variabel ketiga aspek tersebut mempengaruhi minat menabung masyarakat Desa Rukoh pada Bank Aceh Syariah, baik variabel motif rasional, pengetahuan dan religiusitas.

##### **4.8.1 Pengaruh Variabel Motif Rasional Terhadap Minat Menabung Masyarakat**

Motif adalah sebab-sebab yang menjadi dorongan. Rasional adalah menurut pikiran yang sehat, patut, dan layak. Motif rasional adalah suatu dorongan untuk bertindak menurut pikiran yang sehat, patut, dan layak (Setiadi, 2010). Dalam konteks pemasaran istilah rasionalitas menyatakan bahwa para konsumen memilih sasaran didasarkan pada kriteria yang betul-betul objektif, seperti ukuran, berat, harga, dan sebagainya (Schiffman dan Kanuk, 2004). Motif yang berdasarkan rasional akan menentukan pilihan terhadap suatu produk dengan memikirkan secara matang serta dipertimbangkan terlebih

dahulu untuk membeli produk tersebut. Kecenderungan yang akan dirasakan oleh konsumen terhadap produk tersebut sangat puas (Setiadi, 2008: 78).

Motif rasional merupakan suatu dorongan untuk bertindak menurut pikiran yang sehat, patut, dan layak (Sangadji dan Sopiah, 2012). Untuk mengujur motif rasional menurut Dipyantoro dkk (2013) terdapat beberapa indikator yakni harga, kualitas, pelayanan dan lokasi. Berdasarkan hasil penelitian dari hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel motif rasional terhadap minat menabung masyarakat Desa Rukoh pada Bank Aceh Syariah. Hal tersebut terlihat dari nilai signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$  sehingga dapat diartikan bahwa variabel.

Adanya pengaruh motif terhadap terhadap minat menabung didukung oleh penelitian Mirandhawati (2020) menyebutkan motif rasional berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah. Penelitian Calista dan Suparna (2015) yang menunjukkan bahwa motif rasional secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih jasa bank syariah.

#### **4.8.2 Pengaruh variabel Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Masyarakat**

Pengetahuan nasabah merupakan sebuah pengalaman dan informasi tentang produk dan jasa tertentu yang dimiliki oleh seseorang. Dengan meningkatnya pengetahuan nasabah, hal ini memungkinkan bagi nasabah tersebut untuk berfikir tentang produk diantaranya sejumlah dimensi besar dan membuat perbedaan yang baik diantara merek-merek yang ada (Mowen dan Minor, 2012). Seorang nasabah dikatakan memiliki pengetahuan tentang bank, apabila dapat memiliki indikator tahu, memahami, mengaplikasikan dan menganalisis pengetahuan tersebut (Notoatmodjo, 2012). Berdasarkan hasil penelitian dari hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan

antara variabel pengetahuan terhadap minat menabung masyarakat Desa Rukoh pada Bank Aceh Syariah. Hal tersebut terlihat dari nilai signifikansi sebesar  $0,012 < 0,05$  sehingga dapat diartikan bahwa variabel.

Adanya pengaruh pengetahuan terhadap minat nasabah, sudah dibuktikan dengan beberapa kajian sebelumnya, seperti penelitian Sari (2015) yang menyebutkan bahwa masyarakat yang memiliki kurang pengetahuan terhadap bank syariah, akan lebih memilih bank konvensional daripada bank Syariah. Hasil yang sama juga ditunjukkan penelitian Wahyuni (2017) yang menyebutkan bahwa ada pengaruh pengetahuan terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah dikalangan masyarakat. Hal ini berbeda dengan penelitian Purwanto (2016) yang menyatakan variabel pengetahuan berpengaruh negatif terhadap minat masyarakat menabung di Bank Syariah.

#### **4.8.3 Pengaruh variabel Religiusitas Terhadap Minat Menabung Masyarakat**

Religiusitas merupakan suatu keadaan yang ada dalam diri seseorang yang mendorongnya untuk bertingkah laku sesuai dengan kadar ketaatannya terhadap agama. Religiusitas merupakan perilaku yang bersumber langsung atau tidak langsung (Jalaluddin, 2012). Ajaran-ajaran agama yang menjadi wacana keseharian manusia secara sadar maupun di bawah sadar menjadi dorongan teologis untuk melakukan berbagai aktivitas, termasuk kegiatan ekonomi. Aktifitas beragama tidak terjadi hanya ketika seseorang melakukan perilaku ibadah saja. Akan tetapi diapresiasi ke dalam kehidupan sosial kemasyarakatan, termasuk praktek perbankan sebagai bagian dari muamalah ekonomi. Religiusitas ditentukan dalam konteks bahwa individu berkomitmen pada agamanya dan yang mana agama tersebut tercermin dalam sikap dan perilaku individu (Rahman, dkk, 2015:151).

Berdasarkan hasil penelitian dari hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel religiusitas terhadap minat menabung masyarakat Desa Rukoh pada Bank Aceh Syariah. Hal tersebut terlihat dari nilai signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$  sehingga dapat diartikan bahwa variabel. Adanya pengaruh religiusitas terhadap minat nasabah juga didukung oleh kajian Mujaddid dan Nugroho (2019) yang menyebutkan bahwa variabel religiusitas memiliki pengaruh signifikansi terhadap minat menabung nasabah. Penelitian Saodin (2018) juga menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan nasabah.

#### **4.8.4 Pengaruh Variabel Motif Rasional, Pengetahuan, Religiusitas Terhadap Minat Menabung Masyarakat**

Berdasarkan hasil uji hipotesis secara simultan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel motif rasional, pengetahuan dan religiusitas terhadap minat menabung masyarakat Desa Rukoh pada Bank Aceh Syariah. Hal tersebut terlihat dari nilai signifikansi uji F sebesar  $0,000 < 0,05$  sehingga dapat diartikan bahwa variabel. Adanya pengaruh secara simultan ini dibuktikan juga dengan beberapa kajian sebelumnya, seperti kajian Fajar (2019) mengatakan variabel pengetahuan dan religiusitas berpengaruh terhadap minat menabung bagi mahasiswa di bank Syariah. Yuliatu (2021) dalam penelitiannya juga menyebutkan variabel pengetahuan dan religiusitas berpengaruh terhadap minat nasabah.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, yang telah dilakukan mengenai Pengaruh Motif Rasional, Pengetahuan, Dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank Aceh Syariah (Studi Kasus Masyarakat Desa Rukoh Kecamatan Syiah Kuala Kota Banda Aceh) maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Variabel motif rasional ( $X_1$ ), berdasarkan uji yang telah dilakukan secara parsial dinyatakan variable motif rasional berpengaruh positif terhadap minat menabung masyarakat Rukoh pada Bank Aceh Syariah.
- 2) Variabel pengetahuan ( $X_2$ ), berdasarkan uji yang telah dilakukan secara parsial dinyatakan variable pengetahuan berpengaruh positif terhadap minat menabung masyarakat Rukoh pada Bank Aceh Syariah.
- 3) Variabel religiusitas ( $X_3$ ), berdasarkan uji yang telah dilakukan secara parsial dinyatakan variable religiusitas berpengaruh positif terhadap minat menabung masyarakat Rukoh pada Bank Aceh Syariah.
- 4) Variabel motif rasional, pengetahuan dan religiusitas berdasarkan uji yang telah dilakukan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat Rukoh pada Bank Aceh Syariah.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas mengenai pengaruh motif rasional, pengetahuan dan religiusitas terhadap minat menabung di bank aceh syariah maka di ketahui hasil yang telah didapatkan sebagai berikut:



- 1) Bagi akademisi disarankan agar terus melakukan penelitian lebih lanjut terkait minat menabung masyarakat pada Bank Aceh Syariah dengan melihat faktor selain dari faktor motif rasional, pengetahuan dan religiusitas. Misalnya faktor kualitas motivasi, jumlah uang dan pekerjaan.
- 2) Bagi masyarakat, agar terus meningkatkan pengetahuannya tentang lembaga keuangan syariah, khususnya Bank Aceh Syariah sehingga tidak salah dalam memilih bank sebagai tempat transaksi.
- 3) Bagi pihak Bank Aceh Syariah, agar terus melakukan kebijakan dalam meningkatkan minat menabung masyarakat dengan melakukan sosialisasi dan promosi terkait bank. Dengan cara membagikan brosur produk perbankan kepada masyarakat, memberikan pelatihan kepada masyarakat untuk meningkatkan minat menabung di bank aceh syariah dan memberikan informasi perbankan melalui sosial media seperti Instagram, Facebook dan lain sebagainya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abrori. (2020). Pengaruh Pengetahuan, Fasilitas dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Generasi Milenial Kabupaten Sukoharjo di Bank Syariah. *Skripsi*. Surakarta: IAIN Surakarta.
- Ali, M, D. (2010). *Pendidikan Agama Islam*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Asnawi. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Nasabah BNI Syariah Yogyakarta). *Skripsi*. Yogyakarta: UIN Suka Yogyakarta.
- Assauri. (2016). *Manajemen Operasi Produksi*, Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Astuti. (2020). Pengaruh Pengetahuan dan Reputasi Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah di Kota Banda Aceh). *Skripsi*. Banda Aceh: UIN Ar-Raniry.
- Bakhtiar, A. (2014). *Filsafat Ilmu: Edisi Revisi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Blackwell dan Miniard. (2004). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Bungin, Burhan. (2011). *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Predana Media. Group.
- Charles. (2011). *Manajemen Keuangan. Edisi 8*. Jakarta: Penerbit. Erlangga.
- Danang, Sunyoto. (2013). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika.
- Dipyantoro, Nirwan R dan Ade R. (2013). Pengaruh Motif Rational terhadap Keputusan Pembelian Steak (Studi Kasus di Waroeng Steak and Shake. Jalan Amgkatan 66 No. 426 Palembang. *Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi (JENIUS)*, Vol. 3. No. 2.
- Djaali. (2014). *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Engel, F. J. (2011). *Perilaku Konsumen, Jilid I Edisi Keenam. Alih Bahasa Oleh Budi Janto*. Jakarta Barat: Binarupa Aksara.

- Fahmi, I. (2016). *Pengantar Manajemen Keuangan*. Bandung : Alfabeta.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hakim. (2020). Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk Bank Syariah (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bandar Lampung Tahun 2019). *Skripsi*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.
- Hartini. (2019). Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas Terhadap Minat Santri Memilih Produk Perbankan Syariah (Studi Pada Pesantren di Aceh Besar). *Skripsi*. Banda Aceh: UIN Ar-Raniry.
- Haryono. (2020). Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kota Jambi). *Journal of Comprehensive Islamic Studies*. Volume I Nomor 1.
- Jalaluddin. (2012). *Psikologi Agama* Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Mowen, J., & Minor, M. (2012). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Muhammad. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. Malang: UMMP Press.
- Mukhlis dan Miskarina. (2016). Pengetahuan Masyarakat Umum Dan Masyarakat Santri Terhadap Bank Syariah. *Journal Of Economic Management & Business*. Vol,17. No,1. 2016
- Muslich, Masnur. (2012). *Melaksanakan PTK itu Mudah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Muslimin, Imam. (2013). *Pemimpin Perubahan*. Malang: UIN Maliki Press.
- Muzammil. (2021). Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas Terhadap Minat Menggunakan Produk Tabungan Haji di BRI Syariah KC. Madiun dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Pucanganom). *Skripsi*. Ponorogo: IAIN Ponorogo.
- Nazir, Moh. (2014). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.

- Notoatmodjo S. (2012). *Promosi Kesehatan dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Nugroho, dkk (2019). Pengaruh Pengetahuan, Reputasi, Lingkungan dan Religiusitas Terhadap Minat Pelajar Sekolah Menengah Kejuruan Prodi Perbankan Syariah dalam Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Islam Vol 10 No 1*.
- Peter, J. P. D. & Olson, J. C. (2009). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, edisi kesembilan. Jakarta: Salemba Empat.
- Prasetijo, R dan Ihalauw. (2005). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi offset.
- Prasetijo, Ristiyanti dan John J.O.I. Ihalauw. (2005). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andy.
- Purwanto. (2016), Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Tingkat Pendapatan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah Boyolali. *Skripsi*, IAIN Salatiga.
- Rahmanto, Khanif. (2016) *Pengaruh Tingkat Religiusitas, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Desa Sraten Kab. Semarang Untuk Menabung di Bank Syariah*. Thesis, IAIN Salatiga.
- Rudi, & dkk. (2021). Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kota Jambi). *Skripsi*. Jambi: UIN Jambi.
- Sari, & dkk. (2019). Pengaruh Latar Pendidikan Nasabah Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri di Rejang Lebong. *Skripsi*. IAIN Curup.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. (2012). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi
- Setiadi. (2014). *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group

- Silviana. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah di Pegadain Syariah Kantor Cabang Sidoarjo. *Skripsi*. Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.
- Singarimbun. (2015). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES
- Slameto. (2011). *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2016), *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&R*. Bandung: Alfabeta.
- Suharso Puguh. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Bisnis*. Jakarta: Remaja Rosida Karya.
- Sumarwan, Ujang. (2015). *Perilaku Konsumen Teori Penerapannya dalam Pemasaran Edisi Kedua. Cetakan Ketiga*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia
- Sunyoto. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Suwandi, Sarwiji. (2011). *Penelitian Tindakan Kelas (PTK) dan Penulisan Karya Ilmiah*, Surakarta: Yuma Pustaka.
- Syah, Muhibbin. (2012). *Psikologi Belajar*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Wahyuni. (2008). Pengaruh Motivasi, Presepsi, dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda di Surabaya. *Jurna Manajemen dan Kewirausahaan Vol 10 Nomor 1*.
- Walgito. (2013). *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi Offset

## *Lampiran 1. Kuesioner Penelitian*

### **KATA PENGANTAR**

Kepada Yth. Bpk/Ibu/Sdr.....

Di tempat

Dengan hormat, Sehubungan dengan penyelesaian Tugas Akhir Skripsi (TAS) yang berjudul **“Pengaruh Motif Rasional, Pengetahuan dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank Aceh Syariah (Studi Kasus Masyarakat Desa Rukoh Kecamatan Syiah Kuala Kota Banda Aceh)”** maka saya:

Nama : Putri Machfirah

NIM : 170603186

Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah

Bermaksud untuk memohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr untuk meluangkan waktu guna mengisi angket ini untuk keperluan penelitian. Jawaban Bapak/Ibu/Sdr merupakan pendapat pribadi sesuai dengan yang Bapak/Ibu/Sdr alami. Identitas dan keterangan yang telah Bapak/Ibu/Sdr berikan akan dijaga kerahasiaannya, karena hanya untuk kepentingan penelitian penyusun skripsi. Atas kesediaan Bapak/Ibu/Sdr dalam meluangkan waktu untuk mengisi angket ini peneliti mengucapkan terimakasih.

Peneliti

Putri Machfirah  
NIM. 170603186

## KUESIONER

1	Nama	(boleh tidak diisi)	
2	Alamat		
3	Jenis Kelamin	<input type="checkbox"/> Laki-laki	<input type="checkbox"/> Perempuan
4	Usia	<input type="checkbox"/> < 20 Tahun <input type="checkbox"/> 20-29 Tahun <input type="checkbox"/> 30-39 Tahun	<input type="checkbox"/> 40-49 Tahun <input type="checkbox"/> > 50 Tahun
5	Pendidikan Terakhir	<input type="checkbox"/> SMA <input type="checkbox"/> DIPLOMA III <input type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> S2 <input type="checkbox"/> Lainnya....
6	Pendapatan	<input type="checkbox"/> < Rp 1.000.000 <input type="checkbox"/> Rp 1.100.000-3.000.000 <input type="checkbox"/> Rp 3.100.000-5.000.000	<input type="checkbox"/> Rp 5.100.00-10.000.000 <input type="checkbox"/> > Rp 10.000.000
7	Perkerjaan	<input type="checkbox"/> Karyawan/Buruh <input type="checkbox"/> PNS/Honorer <input type="checkbox"/> Pelajar	<input type="checkbox"/> Wirausaha <input type="checkbox"/> Lainnya...
8	Pengalaman menjadi nasabah Bank Aceh Syariah	<input type="checkbox"/> 1 Tahun <input type="checkbox"/> 2 – 3 Tahun <input type="checkbox"/> 4 – 5 Tahun	<input type="checkbox"/> > 6 Tahun

### Minat Nasabah

No	PERNYATAAN	Pilihan Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
1	Saya senang menjadi nasabah pada Bank Aceh Syariah					
2	Saya tertarik menjadi nasabah Bank Aceh					
3	Saya selalu memperhatikan berbagai jasa dan produk saat hendak menjadi nasabah pada Bank Aceh					
4	Saya terlibat secara langsung menjadi nasabah Bank Aceh					

### Motif Rasional

No	PERNYATAAN	Pilihan Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
1	Berbagai produk Bank Aceh Syariah memiliki merek yang menarik					
2	Kualitas produk dan karyawan Bank Aceh Syariah sudah baik					
3	Biaya dalam penentuan menjadi nasabah pada Bank					



	Aceh Syariah sudah sesuai dengan kemampuan					
4	Kualitas pelayanan pada Bank Aceh sesuai dengan nilai-nilai yang ditetapkan					

### Pengetahuan

No	PERNYATAAN	Pilihan Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
1	Saya memiliki pengetahuan banyak tentang Bank Syariah					
2	Saya memahami berbagai ketentuan menjadi nasabah di Bank Syariah					
3	Saya mengaplikasikan apa yang saya ketahui tentang Bank Syariah dalam memutuskan keputusan					
4	Lingkungan Bank Syariah sangat bersih dan nyaman sehingga nasabah merasa aman dalam melakukan transaksi					
5	Saya menganalisa terlebih dahulu apa yang saya ketahui tentang Bank Syariah					

6	Semua informasi terkait Bank Syariah saya melakukan evaluasi terlebih dahulu					
---	--	--	--	--	--	--

### Religiusitas

No	PERNYATAAN	Pilihan Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
1	Saya memilih jadi nasabah Bank Syariah karena terjamin nilai syariatnya					
2	Semua aspek yang ditawarkan serta pelayanan pada Bank Syariah berlandaskan agama Islam					
3	Saya memilih menjadi nasabah Bank Syariah karena para karyawannya sudah berpengalaman di bidang perbankan syariah					
4	Saya berminat menjadi nasabah Bank Syariah karena mendapatkan tambahan pengetahuan agama tentang bank syariah					

5	<p>Saya memilih menjadi nasabah Bank Syariah karena meyakini tidak terdapatnya transaksi terlarang yang dijalankan oleh Bank Syariah</p>					
---	--	--	--	--	--	--



NO	<i>Motif Rasional</i> (X1)				<i>Pengetahuan</i> (X2)						<i>Religiusitas</i> (X3)					<i>Minat Menabung</i> (Y)			
	1	2	3	4	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	1	2	3	4
1	2	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3
2	2	4	4	4	2	2	3	2	2	2	2	2	5	4	3	2	4	4	4
3	5	5	3	4	3	5	5	5	5	3	5	5	4	4	5	5	5	3	4
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	1	1	5	4	5	5	5	5
6	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
7	4	4	4	4	5	1	3	1	1	4	1	3	4	1	3	4	4	4	4
8	1	1	1	2	1	2	1	2	3	2	1	2	1	2	2	1	1	1	2
9	2	2	3	3	4	1	1	1	1	1	2	2	3	2	1	2	2	3	3
10	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3
11	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	3	5	5	5	5
12	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	4	2	3	3	3	2	2	2
13	4	4	3	3	4	5	4	5	5	5	4	3	3	3	4	4	5	4	5
14	3	3	2	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1	2	2	1	1	1	2
15	2	2	2	1	3	3	4	3	4	4	2	2	3	1	2	3	3	4	4
16	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	2	2	3	3	4	3	4
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
18	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4
19	2	3	3	3	3	4	3	4	4	1	3	2	3	4	1	3	4	3	4

20	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4
21	4	4	4	4	3	2	4	2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
22	3	3	3	4	4	4	3	4	2	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4
23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
24	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
25	1	1	1	1	5	3	2	3	2	1	3	5	3	3	3	3	5	3	3
26	3	2	3	3	1	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3
27	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2
28	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
29	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
30	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
31	2	3	3	3	1	1	3	1	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3
32	1	2	3	3	2	1	2	1	2	3	2	3	2	2	1	3	4	3	3
33	3	3	4	4	5	1	5	1	1	1	2	2	3	3	3	4	4	3	4
34	3	3	3	3	2	5	4	5	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3
35	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	3	5	5	3	3	3	5	5	5
36	3	3	3	2	2	2	3	2	1	2	2	2	2	2	3	3	3	2	3
37	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3
38	3	4	3	3	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	5	5	4	5
39	2	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	2	3	4	4
40	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

41	4	4	4	4	4	2	2	2	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	4
42	3	3	3	3	5	3	5	3	5	5	4	4	4	4	3	2	2	2	2
43	3	3	3	3	5	5	3	5	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3
44	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	2	1	1	3	2	3	5	4	4
45	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	1	1	1	3	3	3	3	3
46	3	3	4	4	5	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5
47	4	2	3	4	4	2	2	2	2	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
48	4	4	3	3	3	4	4	4	4	5	4	3	3	3	3	3	4	4	4
49	2	2	2	3	4	5	5	5	5	4	4	3	4	3	1	4	4	3	3
50	1	1	1	1	5	5	5	5	5	5	2	2	2	2	1	3	3	3	3
51	3	1	1	1	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3
52	1	1	2	1	3	2	4	2	3	3	1	1	4	1	2	1	4	3	4
53	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2
54	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2
55	4	4	1	3	4	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	4	3	3
56	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	1	2	5	5	4	5	5	5	5
57	3	3	2	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
59	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	5	5	4	4	2	4	4	3	5
60	3	3	3	3	3	2	4	2	5	3	5	5	4	4	2	4	4	3	4
61	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	2	3	4	4	4	4

62	2	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	3	3
63	5	4	4	4	2	2	3	2	3	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4
64	4	4	3	3	4	2	4	2	2	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
65	5	5	4	5	3	4	5	4	5	4	5	5	5	4	3	4	4	5	5
66	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4
67	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4
68	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	3	3	4	4	5	3	3	3
69	2	2	3	2	2	3	2	3	4	2	3	3	3	3	3	2	4	4	4
70	3	4	4	5	5	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	5	5	3	3
71	1	1	1	1	3	2	1	2	2	1	2	2	3	3	2	2	3	2	3
72	1	3	3	3	1	1	2	1	2	3	1	2	2	2	2	4	2	2	2
73	4	3	3	4	2	3	4	3	4	2	2	3	4	3	4	4	3	3	3
74	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
75	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	2	2	2
76	3	4	3	4	3	4	3	4	2	3	4	1	2	3	3	4	3	3	3
77	3	4	4	4	2	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3
78	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4
79	4	4	3	4	2	3	1	3	1	4	1	3	3	3	3	4	3	4	3
80	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5
81	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	2	3
82	1	4	3	5	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1	1	3	3	3	3

83	3	3	3	3	3	1	1	1	1	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3
84	5	2	2	2	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	5	2	5	4	4
85	4	3	3	3	4	4	4	4	5	4	4	2	3	4	4	3	3	3	3
86	3	1	2	1	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	1	5	5	5
87	4	3	2	2	4	3	4	3	3	1	2	2	2	3	4	2	4	4	4
88	3	3	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	3	2	4	4	4
89	2	4	1	3	3	2	3	2	3	3	3	1	1	1	3	3	4	3	3
90	1	4	4	4	1	1	4	1	1	2	1	1	2	1	2	5	3	3	3
91	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
92	2	4	4	4	3	3	3	3	3	2	5	4	3	4	4	5	4	3	4
93	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	2	2	2	2	4	2	2	2
94	5	3	3	3	1	2	5	2	5	4	4	2	2	2	2	4	2	2	2
95	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3
96	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5	3	5	5	5
97	4	4	4	4	5	5	4	5	4	2	5	3	3	3	3	5	3	3	3
98	4	4	3	3	5	5	4	5	4	2	5	5	5	5	4	5	5	5	5
99	4	5	4	5	4	3	4	3	2	3	4	4	3	5	5	4	4	3	5
100	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	3	4	4	3	4



## Lampiran 2. Hasil Uji Validitas

### Correlations

		X 1	X 2	X 3	X 4	X 5	X 6	X 7	X 8	X 9	X 10	X 11	X 12	X 13	X 14	X 15	X 16	X 17	X 18	X 19	TO TA L	
X1 Pearson	Pearson	1	.58	.49	.48	.32	.44	.44	.42	.39	.44	.44	.44	.37	.51	.74	.43	.44	.44	.44	.44	.70
	Correlation		.9*	.0*	.9*	.2*	.7**	.7**	.6*	.4*	.1*	.7*	.4*	.6*	.9*	.2*	.2*	.1*	.3*			.8**
	Sig. (2-tailed)		.00	.00	.00	.01	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00
X2 Pearson	Pearson		1	.69	.76	.21	.34	.31	.22	.33	.33	.22	.22	.33	.44	.66	.33	.33	.33	.33	.33	.63
	Correlation			.9*	.3*	.4*	.3*	.5*	.7**	.6*	.2*	.3*	.3*	.4*	.5*	.1*	.0*	.5*	.3*	.0*		.4**
	Sig. (2-tailed)			.00	.00	.03	.01	.00	.01	.02	.00	.00	.01	.01	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00
X3 Pearson	Pearson			1	.81	.23	.23	.33	.22	.19	.24	.33	.33	.33	.33	.66	.22	.33	.44	.44	.44	.61
	Correlation				.9*	.2*	.9*	.9*	.1*	.4*	.2*	.8*	.6*	.7*	.1*	.8*	.9*	.3*	.6*			.3**
	Sig. (2-tailed)				.00	.03	.00	.00	.01	.04	.02	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00
N																						

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
X4	Pearson Correlation	.489*	.764*	.819*	.131*	.236*	.323*	.236*	.159*	.245*	.425*	.235*	.345*	.438*	.379*	.290*	.336*	.332*	.608**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
X5	Pearson Correlation	.322*	.213*	.221*	.171*	.577**	.547**	.577**	.412*	.426*	.363*	.331*	.446*	.436*	.333*	.339*	.459*	.454*	.444*	.654**
	Sig. (2-tailed)	.001	.004	.005	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10

X6	Pearson	.42	.32	.23	.23	.57	1.00	.65	1.00	.75	.53	.51	.30	.30	.46	.35	.34	.42	.41	.38	.744**
	Correlation	.2*	.3*	.6*	.6*	.7*	.9*	.0**	.4*	.4*	.3*	.6*	.6*	.5*	.7*	.3*	.5*	.7*	.8*		
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.008	.008	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
X7	Pearson	.44	.41	.35	.32	.54	1.59	.65	.73	.55	.46	.27	.49	.39	.32	.47	.43	.38	.40	.735**	
	Correlation	.7*	.5*	.9*	.7*	.4**	.6**	.8*	.5*	.5*	.2*	.9*	.1*	.6*	.1*	.6*	.1*	.0*			
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.006	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000
X8	Pearson	.42	.32	.23	.23	.57	1.00	.65	.75	.53	.51	.30	.30	.46	.35	.34	.42	.41	.38	.744**	
	Correlation	.2*	.3*	.6*	.6*	.7*	.9*	.0**	.4*	.4*	.3*	.6*	.6*	.5*	.7*	.3*	.5*	.7*	.8*		
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.008	.008	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000

N	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000		
X9 Pearson Correlation	.396*	.229*	.191	.158*	.419*	.754**	.735**	.754**	1.000	.594*	.517*	.322*	.336*	.326*	.228*	.277*	.332*	.311*	.311*	.311*	.664**	
Sig. (2-tailed)	.000	.023	.056	.014	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.001	.000	.000	.020	.003	.005	.012	.022	.000	.000	
N	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	
X10 Pearson Correlation	.424*	.322*	.244*	.288*	.456*	.534**	.534**	.534**	.534**	1.000	.336*	.265*	.336*	.265*	.265*	.336*	.265*	.336*	.265*	.265*	.610**	
Sig. (2-tailed)	.000	.001	.008	.005	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.008	.000	.008	.004	.001	.001	.000	.001	.000	.000	
N	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	
X11 Pearson Correlation	.431*	.381*	.421*	.445*	.356*	.513**	.456*	.513**	.513**	.317*	1.000	.632*	.429*	.528*	.329*	.429*	.329*	.329*	.329*	.329*	.329*	.700**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
X12	Pearson Correlation	.47	.23	.38	.29	.33	.27	.33	.26	.33	.26	.61	.71	.64	.37	.33	.33	.33	.33	.62	.66
	Sig. (2-tailed)	.000	.012	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
X13	Pearson Correlation	.37	.24	.32	.34	.45	.34	.33	.33	.47	.71	.64	.37	.33	.33	.33	.33	.33	.33	.65	.65
	Sig. (2-tailed)	.000	.005	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10

X1 4	Pearson	.51	.39	.38	.41	.44	.43	.43	.26	.58	.61	.61	1	.61	.44	.44	.44	.44	.724**	
	Correlation	.6*	.5*	.7*	.3*	.6*	**	.1*	**	.1*	.5*	.2*	.8*	.4*	.9*	.8*	.6*	.6*	.5*	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
X1 5	Pearson	.72	.48	.39	.33	.33	.33	.33	.22	.24	.39	.44	.44	.61	1	.44	.44	.51	.51	.670**
	Correlation	.9*	.1*	.1*	.8*	.7*	**	.6*	**	.8*	.5*	.1*	.3*	.8*	.9*	.9*	.5*	.4*	.5*	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
X1 6	Pearson	.46	.65	.64	.72	.33	.33	.47	.33	.27	.33	.44	.33	.33	.44	1	.43	.37	.37	.677**
	Correlation	.2*	.0*	.8*	.9*	.7*	**	.1*	**	.7*	.9*	.8*	.7*	.3*	.8*	.9*	.0*	.6*	.8*	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.001	.001	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N		1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000

N	1	1	1	1	1	10	1	10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
X17 Pearson Correlation	.37	.31	.29	.29	.49	.42	.43	.42	.32	.25	.34	.33	.44	.44	.44	.44	1	.80	.86	.676**
	2*	5*	9*	0*	2*	**	6*	**	5*	5*	1*	0*	2*	6*	5*	0*	1*	1*	1*	1*
	*	*	*	*	*		*		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Sig. (2-tailed)	.000	.001	.002	.003	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	1	1	1	1	1	10	1	10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
X18 Pearson Correlation	.43	.34	.38	.31	.45	.47	.38	.47	.33	.37	.33	.33	.54	.42	.54	.33	.81	.86	.686**	
	1*	3*	3*	6*	0*	**	1*	**	0*	2*	9*	4*	1*	6*	4*	6*	1*	8*	8*	8*
	*	*	*	*	*		*		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.001	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	1	1	1	1	1	10	1	10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
X19 Pearson Correlation	.42	.35	.40	.33	.44	.38	.44	.33	.33	.26	.33	.33	.44	.44	.54	.33	.81	.86	1	.687**
	2*	5*	0*	1*	4*	88*	0*	88*	1*	6*	6*	8*	9*	7*	1*	7*	6*	6*	1*	8*
	3*	0*	6*	2*	1*	**	0*	**	0*	6*	7*	6*	4*	5*	5*	8*	1*	8*	1*	8*
	*	*	*	*	*		*		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*

Sig. (2- taile d)	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.00		
	0	0	0	0	0	00	0	00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
	0	0	0	2	0		0		2	8	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
N	1	1	1	1	1	10	1	10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10		
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
	0	0	0	0	0		0		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
TO TA L	Pear son Corr elati on	.7 0 8*	.6 3 4*	.6 1 3*	.6 0 8*	.6 5 4*	.7 44 **	.7 3 5*	.7 44 **	.6 6 4*	.6 1 0*	.7 0 0*	.6 2 6*	.6 5 5*	.7 2 4*	.6 7 0*	.6 7 7*	.6 7 6*	.6 8 6*	.6 8 7*	1
Sig. (2- taile d)	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0
	0	0	0	0	0	00	0	00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0		0		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
N	1	1	1	1	1	10	1	10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0		0		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

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

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



### Lampiran 3. Hasil Uji Reliabilitas

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.933	19

#### Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables		Method
		Entered	Removed	
1	Religiusitas, Pengetahuan, Motif Rasional <sup>b</sup>			Enter

a. Dependent Variable: Minat Menabung

b. All requested variables entered.

## Lampiran 4. Hasil Uji R<sup>2</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.713 <sup>a</sup>	.508	.493	2.360

a. Predictors: (Constant), Religiusitas, Pengetahuan, Motif Rasional

b. Dependent Variable: Minat Menabung

## Lampiran 5. Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	553.103	3	184.368	33.099	.000 <sup>b</sup>
	Residual	534.737	96	5.570		
	Total	1087.840	99			

a. Dependent Variable: Minat Menabung

b. Predictors: (Constant), Religiusitas, Pengetahuan, Motif Rasional

## Lampiran 6. Hasil Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.784	1.050		3.604	.000		
	Motif Rasional	.297	.084	.312	3.531	.001	.654	1.530
	Pengetahuan	.124	.048	.223	2.567	.012	.676	1.480
	Religiusitas	.249	.074	.324	3.376	.001	.556	1.798

a. Dependent Variable: Minat Menabung

### Lampiran 7. Hasil Uji Multikolinearitas

**Collinearity Diagnostics<sup>a</sup>**

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	(Constant)	Variance Proportions		
					Motif Rasional	Pengetahuan	Religiusitas
1	1	3.891	1.000	.00	.00	.00	.00
	2	.045	9.342	.12	.25	.80	.00
	3	.037	10.230	.87	.28	.00	.14
	4	.027	11.923	.01	.47	.19	.86

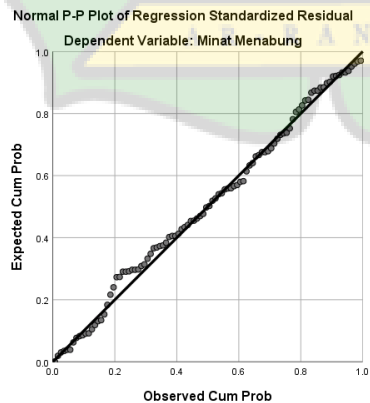
a. Dependent Variable: Minat Menabung

## Lampiran 8. Analisis Regresi Linear Berganda

Residuals Statistics <sup>a</sup>					
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	8.62	19.65	13.96	2.364	100
Std. Predicted Value	-2.260	2.407	.000	1.000	100
Standard Error of Predicted Value	.242	1.028	.448	.150	100
Adjusted Predicted Value	8.86	19.85	13.94	2.374	100
Residual	-7.289	4.449	.000	2.324	100
Std. Residual	-3.088	1.885	.000	.985	100
Stud. Residual	-3.133	1.895	.004	1.007	100
Deleted Residual	-7.502	4.497	.021	2.431	100
Stud. Deleted Residual	-3.289	1.922	.003	1.018	100
Mahal. Distance	.051	17.805	2.970	2.853	100
Cook's Distance	.000	.072	.012	.017	100
Centered Leverage Value	.001	.180	.030	.029	100

a. Dependent Variable: Minat Menabung

## Lampiran 9. Hasil Uji Normalitas



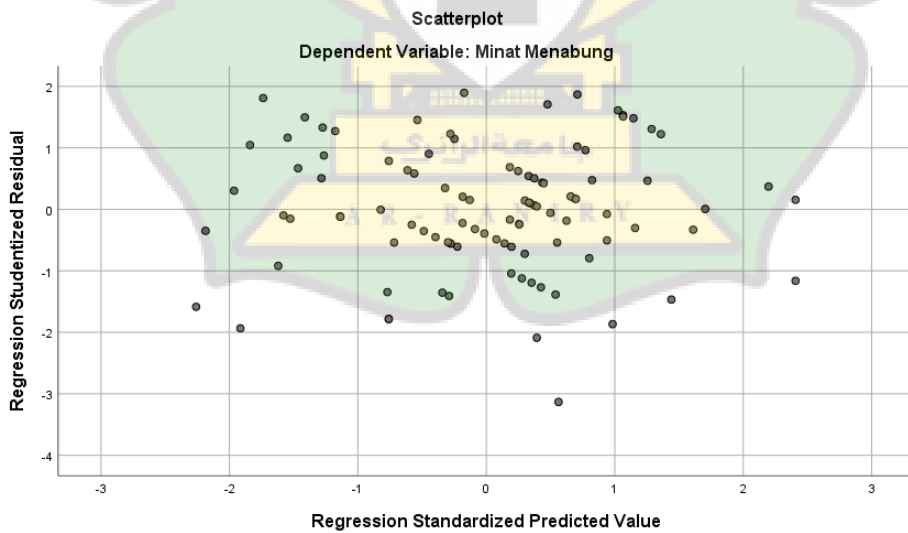
## One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardized

		Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.32408688
Most Extreme Differences	Absolute	.070
	Positive	.037
	Negative	-.070
Test Statistic		.070
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

### Lampiran 10. Hasil Uji Heteroskedastisitas



**Tabel T Tabel**

Pr	<b>0.5</b>	<b>0.2</b>	<b>0.1</b>	<b>0.05</b>	<b>0.02</b>	<b>0.01</b>	<b>0.002</b>
df	<b>0.25</b>	<b>0.1</b>	<b>0.05</b>	<b>0.025</b>	<b>0.01</b>	<b>0.005</b>	<b>0.001</b>
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891

49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374

**Tabel F Tabel**

Df untuk penyebut (N2)	Df untuk pembilang (N1)									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	161.45	199.50	215.71	224.58	230.16	233.99	236.77	238.88	240.54	241.88
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10



38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97

71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93