

SKRIPSI

**PENGARUH RELIGIUSITAS DAN PERSEPSI
MASYARAKAT GAMPONG SEULIMEUM TERHADAP
MINAT MENABUNG DI BANK SYARIAH**



Disusun Oleh:

IDA JUMIA
NIM. 170603158

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2023/ 1445 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Ida Jumia
NIM : 170603158
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 mempertanggungjawabkan.*
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. *Menyerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggung jawab 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 Banda Aceh.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 25 Juli 2023

Yang Menyatakan



Ida Jumia

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

**PENGARUH RELIGIUSITAS DAN PERSEPSI MASYARAKAT
GAMPONG SEULIMEUM TERHADAP MINAT MENABUNG DI
BANK SYARIAH**

Disusun Oleh:

Ida Jumia

NIM: 170603158

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

Dr. Hafas Furqani, M.Ec

NIP: 196403141992031003

Pembimbing II

Ana Fitria, S.E., M. Sc

NIP199009052019032019

Ketua Program Studi
Perbankan Syariah,

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

NIP.197711052006042003

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

**Pengaruh Religiusitas Dan Persepsi Masyarakat Gampong
Seulimeum Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah**

Ida Jumia
NIM: 170603158

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 Syariah

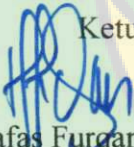
Pada Hari/Tanggal : Selasa, 25 Juli 2023 M
7 Muharram 1445 H

Banda Aceh

Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua Sidang

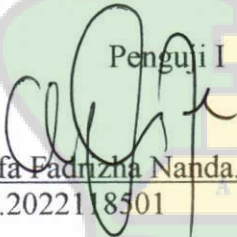
Sekretaris Sidang


Dr. Hafas Furgani, M.Ec
NIP.198006252009011009


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

Penguji I

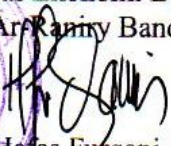
Penguji II


T. Syifa Padrizha Nanda, S.E., M.Acc
NIDN.2022118501


Rika Mulia, MBA
NIP.198906032020122013

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh


Dr. Hafas Furgani, M.Ec
NIP.198006252009011009



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh

Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922

Web: www.library.ar-raniry.ac.id Email: library@ar-raniry.ac.id

FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Ida Jumia

NIM : 170603158

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah

E-mail : 170603158@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 ☐ KKKU ☐ Skripsi

PENGARUH RELIGIUSITAS DAN PERSEPSI MASYARAKAT GAMPONG SEULIMEUM TERHADAP MINAT MENABUNG DI BANK SYARIAH

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 : 11 Agustus 2023

Mengetahui,

Penulis

Ida Jumia

NIM: 170603158

Pembimbing I

Dr. Hafas Furgani, M.Ec

NIP. 198006252009011009

Pembimbing II

Ana Fitria, S.E., M. Sc

NIP. 199009052019032019

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SW, atas segala rahmad dan karunia-Nya, Allah SWT telah memeberikan kesehatan dan kesempatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, shalawat dan salam penulis sanjungkan ke pangkuan Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga dan sahabat beliau yang telah memeberikan pencerahan bagi kita hingga dapat merasakan nikmatnya iman dan islam, serta nikmat kemuliaan dalam ilmu pengetahuan. Atas izin Allah SWT serta bantuan semua pihak penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang berjudul **“Pengaruh Religiusitas Dan Persepsi Masyarakat Gampong Seulimeum Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah ”**.

Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan penghargaan yang sebesar-besarnya sekaligus mengucapkan terima kasih yang setinggi-tingginya kepada:

1. Dr. Hafas Furqani, M.Ec, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan pembimbing I Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag., dan Inayatillah, MA.Ek. sebagai Ketua dan Sekretaris Program Studi Perbankan

Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh, yang selalu mendukung serta memberikan semangat dalam bidang kecerdasan akademik dan spiritual.

3. Hafiih Maulana, S.P., S.H.I., M.E selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memfasilitasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Ana Fitria, S.E., M.Sc. selaku pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu dan mencurahkan ilmu pengetahuannya sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Teuku Syifa Fadrizha Nanda, S.E., M.Acc dan Rika Mulia, MBA. selaku penguji I dan selaku penguji II yang telah memberikan masukan, saran, dan perbaikan untuk skripsi ini agar menjadi lebih baik lagi.
6. Seluruh dosen, pegawai dan staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam serta segenap pengurus dan pegawai perpustakaan utama Universitas Islam Negeri Ar-Raniry dan Ruang baca FEBI yang sudah memberikan fasilitas untuk mengadakan studi kepustaka.
7. Orang tua tercinta yang senantiasa mendoakan dan menasehati dengan setulus hati serta memberikan dukungan baik moril maupun materil. Terima kasih juga kepada Abang dan Adik yang saya sayangi karena turut membantu menyemangati dan selalu mengingatkan saya tanpa henti agar saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini tepat pada

waktunya, sehingga saya dapat menyelesaikan jenjang pendidikan perguruan tinggi ini dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi.

8. Sahabat-sahabat yang sangat saya sayangi yang turut berjasa dalam segala hal terutama membantu penulis dalam suka maupun duka, memberikan dukungan moril dan materil. Terimakasih juga kepada seluruh teman-teman seperjuangan khususnya Perbankan Syariah yang telah memberi semangat dan sama-sama berjuang dalam menyelesaikan tugas akhir demi mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi

Terimakasih penulis mengucapkan kepada paembimbing karena telah membantu pembimbing dalam memberikan motivasi serta semangat sehingga dapat menyelesaikan proposal ini. Penulis menyadari bahwa penulisan ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu penulis mengharap kritik dan saran yang membangun dari semua pihak untuk kesempurnaan proposal ini.

Semoga proposal ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan.

Banda Aceh, 25 JULI 2023

Penulis

IDA JUMIA

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P danK
Nomor: 158 Tahun 2019–Nomor: 0543 b/u/2019

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Ẓ
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	Ẓ	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	’
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

2. Vokal

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

a. Vokal Tunggal

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

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

b. Vokal Rangkap

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

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

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *haua*

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
اَ / اِي	<i>Fatḥah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
اِ / اِي	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
اُ / اِي	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

قَالَ : *qāla*

رَمَى : *ramā*

قِيلَ : *qīla*

يَقُولُ : *yaqūlu*

4. *Ta Marbutah* (ة)

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua.

a. *Ta marbutah* (ة) hidup

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

b. *Ta marbutah* (ة) mati

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

c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *ta marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta

bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	: <i>rauḍah al-aṭfāl/ rauḍatul aṭfāl</i>
الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ	: <i>al-Madīnah al-Munawwarah/ al-Madīnatul Munawwarah</i>
طَلْحَة	: <i>Ṭalḥah</i>

Catatan:

Modifikasi

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

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

ABSTRAK

Nama : Ida Jumia
NIM : 170603158
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Masyarakat
Gampong Seulimeum Terhadap Minat
Menabung Di Bank Syariah
Pembimbing I : Dr. Hafas Furqani, M.Ec
Pembimbing II : Ana Fitria, S.E., M. Sc.

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia dapat dilihat dari semakin beragamnya produk-produk bank syariah yang mampu membuat nasabah tertarik untuk memakai jasa bank syariah seperti pada produk penghimpunan dana yang akan diturunkan lagi menjadi produk tabungan, giro dan deposito. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh religiusitas dan persepsi masyarakat Gampong Seulimeum terhadap minat menabung di bank syariah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 208 responden. Hasil penelitian menunjukkan secara parsial maupun simultan variabel religiusitas dan persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung.

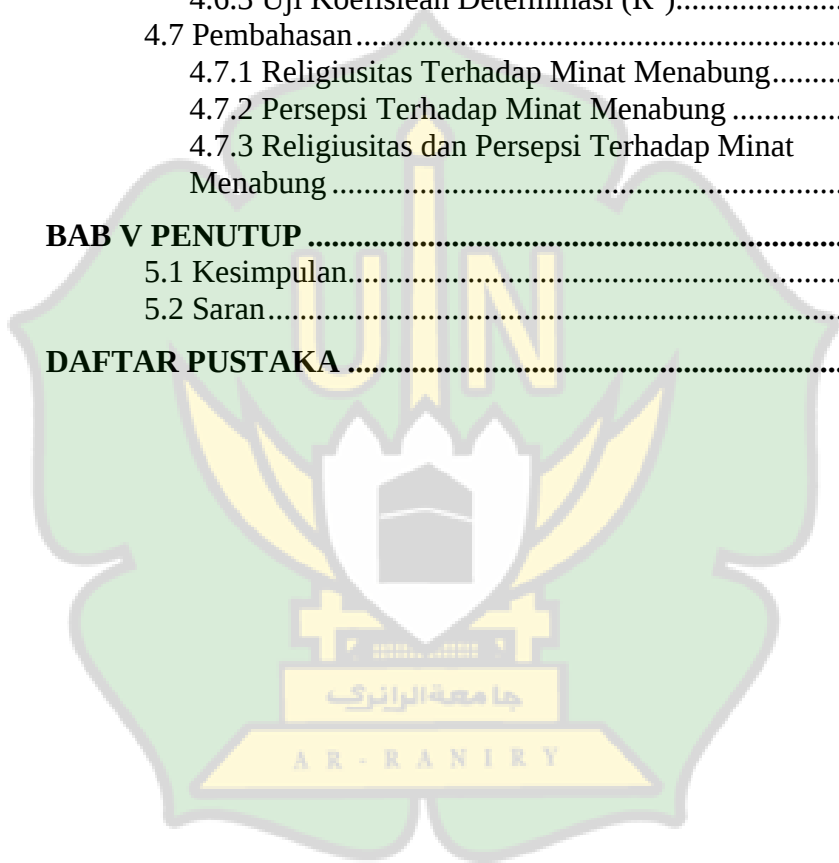
Kata kunci: Religiusitas, Persepsi, Minat Menabung, Bank Syariah.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iii
PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	iv
PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	v
FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK	vi
KATA PENGANTAR	vii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN	x
ABSTRAK	xiv
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Sistematika Pembahasan	10
BAB II LANDASAN TEORI.....	12
2.1 Bank Syariah	12
2.2 Pengertian Minat	13
2.2.1 Pengertian Minat Menabung	15
2.2.2 Faktor-faktor Minat Menabung	16
2.2.3 Indikator Minat Menabung.....	19
2.3 Religiusitas	20
2.3.1 Pengertian Religiusitas	21
2.3.2 Dimensi Religiusitas.....	22
2.3.3 Indikator Religiusitas.....	23
2.4 Persepsi.....	25
2.4.1 Pengertian Persepsi.....	25
2.4.2 Faktor-faktor Persepsi.....	26
2.4.3 Indikator Persepsi	27
2.5 Penelitian Terdahulu	31
2.5 Hubungan Antar Variabel	36

2.5.1 Pengaruh religiusitas terhadap minat menabung	36
2.5.2 Pengaruh persepsi terhadap minat menabung	37
2.5.3 Pengaruh religiusitas dan persepsi masyarakat terhadap	37
2.6 Kerangka Berpikir	38
2.7 Pengembangan Hipotesis	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	40
3.1 Jenis Penelitian	40
3.2 Populasi dan Sampel	41
3.2.1 Populasi	41
3.2.2 Sampel	41
3.3 Teknik Pengumpulan Data	42
3.4 Variabel Penelitian	43
3.4.1 Variabel Dependen (Y).....	43
3.4.2 Variabel Independen (X)	43
3.5 Skala Pengukuran.....	47
3.6 Uji Instrumen.....	48
3.6.1 Uji Validitas.....	48
3.6.2 Uji Reliabilitas	49
3.7 Uji Asumsi Klasik	49
3.7.1 Uji Normalitas	49
3.7.2 Uji Heteroskedastisitas	50
3.7.3 Uji Multikolinieritas	51
3.8 Analisis Regresi Linear Berganda.....	51
3.9 Uji Hipotesis.....	52
3.9.1 Uji Parsial (Uji-t)	52
3.9.2 Uji Simultan (Uji-F)	53
3.9.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	54
BAB IV HASIL PENELITIAN	55
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	55
4.2 Deskripsi Data Penelitian	55
4.2.1 Karakteristik Responden.....	55
4.3 Uji Instrumen Penelitian.....	62
4.3.1 Uji Validitas Instrumen	62
4.3.2 Uji Reliabilitas Instrumen.....	64
4.4 Uji Asumsi Klasik	64
4.4.1 Uji Normalitas	64

4.4.2 Uji Multikolonieritas	66
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	67
4.5 Uji Linear Berganda	68
4.6 Uji Hipotesis.....	70
4.6.1 Uji T (Parsial).....	70
4.6.2 Uji Simultan (Uji F).....	71
4.6.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	72
4.7 Pembahasan.....	73
4.7.1 Religiusitas Terhadap Minat Menabung.....	73
4.7.2 Persepsi Terhadap Minat Menabung	75
4.7.3 Religiusitas dan Persepsi Terhadap Minat Menabung	76
BAB V PENUTUP	78
5.1 Kesimpulan.....	78
5.2 Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA	81



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	34
Tabel 3.1 Definisi dan Operasional Variabel	44
Table 3.2 Skala Likert	48
Tabel 4.1 Karakteristik Menurut Jenis Kelamin.....	56
Tabel 4.2 Karakteristik Menurut Usia	56
Tabel 4.3 Karakteristik Menurut Pendidikan Terakhir.....	57
Tabel 4.4 Karakteristik Menurut Pendapatan	58
Tabel 4.5 Karakteristik Menurut Pekerjaan.....	59
Tabel 4.6 Tanggapan Responden.....	60
Tabel 4.7 Uji Validitas.....	63
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas.....	64
Tabel 4.9 Uji Normalitas	65
Tabel 4.10 Uji Multikolonieritas	67
Tabel 4.11 Uji Heteroskedastisitas	67
Tabel 4.12 Uji Linear Berganda	69
Tabel 4.13 Uji T (Parsial)	70
Tabel 4.14 Hasil Uji Simultan (Uji F)	72
Tabel 4.15 Uji Koefisiean Determinasi (R^2)	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	38
Gambar 4.1: <i>p plot</i>	66
Gambar 4.2: <i>Scatterplot</i>	68



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Secara umum, bank merupakan industri yang memberikan pelayanan jasa kepada masyarakat, merupakan badan atau lembaga keuangan yang bertugas untuk menghimpun dan menyalurkan dana di masyarakat. Di masa modern saat ini, masyarakat tidak dapat terlepas dari peran pentingnya perbankan, mulai dari menyimpan, meminjam, hingga melakukan transaksi-transaksi keuangan lainnya. Bank berasal dari kata Banco, yang berarti bangku. Bangku bankir yang melayani kegiatan operasional bank kepada para nasabah. Bank merupakan industri jasa yang memberikan pelayanan jasa kepada masyarakat dan merupakan badan atau lembaga keuangan yang tugas utamanya menghimpun dana dari pihak ketiga sebagai perantara untuk menyalurkan permintaan dan penawaran kredit pada waktu yang ditentukan (Slameto, 2018).

Menurut Askarya (2017) Bank syariah adalah suatu lembaga keuangan bank yang dalam operasionalnya dan produknya dikembangkan berlandaskan pada prinsip syariah Islam, dan tata cara operasinya mengacu kepada ketentuan Al-Quran dan Hadis. Selain itu menurutnya bank syariah adalah yang melakukan kegiatan usaha perbankan berdasarkan prinsip syariah sebagaimana telah ditegaskan dalam penjelasan umum UU perbankan syariah

bahwa kegiatan usaha yang tidak mengandung unsur riba, maisir, gharar, haram dan zalim.

Bank Syariah merupakan salah satu lembaga keuangan yang beroperasi dengan prinsip syariah, artinya aturan-aturan yang ada pada bank syariah harus berdasarkan hukum Islam antara bank dan nasabah dalam penyimpanan dana maupun pembiayaan kegiatan usaha. Bank Syariah sudah beroperasi di Indonesia sejak tahun 1992, yangmana dimulai dengan beroperasinya Bank Muamalat Indonesia. Bank Syariah diatur secara formal sejak diamandemennya UU No.7 tahun 1992 dengan UU No.10 tahun 1998 diubah dalam UU No.23 tahun 1999, dan UU No.9 tahun 2004 tentang Bank Indonesia kemudian diubah dalam UU No. 21 tahun 2008 tentang Bank Syariah. Perbankan syariah berkembang dengan sangat pesat, tercatat lebih dari 200 lembaga keuangan Islam yang beroperasi di seluruh dunia hingga akhir 1999, baik di Negara-Negara berpenduduk muslim maupun di Eropa, Australia dan Amerika (Sirajuddin, 2018).

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia dapat lihat dari semakin beragamnya produk-produk perbankan syariah yang mampu membuat nasabah tertarik untuk memakai jasa perbankan syariah seperti pada produk penghimpunan dana yang akan diturunkan lagi menjadi produk tabungan, giro dan deposito. Mulanya bank syariah hanya diketahui oleh sebagian kecil masyarakat, kemudian dengan terus berkembangnya bank syariah

sampai saat ini sudah banyak masyarakat di pelosok desa yang sudah tahu tentang perbankan syariah (Milenia, 2022).

Adapun masalah utama yang dihadapi lembaga keuangan syariah ini adalah bagaimana perusahaan menarik pelanggan dan mempertahankannya supaya perusahaan dapat bertahan dan berkembang. Cara bank syariah menarik pelanggannya dengan penerapan kesyariaan Islam dalam produk yang ditonjolkan kepada para nasabah. Oleh karena itu, semua bank syariah sudah tentu menjaring nasabah yang beragama Islam. Mereka akan menjadi sasaran untuk menggunakan berbagai produk perbankan dengan prinsip syariah. Pihak bank syariah tentu saja harus menjamin kemurnian dan ketaatan dalam menjalankan prinsip syariah di bidang perbankan. Dengan begitu, para nasabah terutama yang benar-benar ingin menabung dan menyimpan dananya yang terbebas dari bunga bank yang diharamkan, dapat terwujudkan semua itu. Sementara itu, bank syariah juga tidak menutup bagi para nasabah dari agama dan kepercayaan lain. Silakan untuk bergabung dan memanfaatkan berbagai produk perbankan dengan prinsip syariah. Nasabah non Islam pasti juga sudah mengetahui secara umum tentang prinsip syariah yang diterapkan. Dengan begitu, mereka akan mengetahui untung ruginya jika menyimpan dananya di bank syariah. Untuk mewujudkan tujuan tersebut maka diperlukan strategi pemasaran yang tepat supaya pemasaran yang dilakukan sesuai sasaran. Untuk menentukan sasaran yang tepat maka pihak pemasaran harus sangat memperhatikan perilaku

nasabah dengan baik, seperti penentuan pasar sasaran, penciptaan produk dan promosi yang tepat sesuai kebutuhan nasabah (Milenia, 2022).

Perbankan syariah sedang mengalami tren kemajuan dibuktikan dengan adanya fenomena bank syariah di Indonesia mencapai peringkat 1 *Islamic Finance Country Index* (IFCI) pada 2020 dan pada tahun 2021 terdapat gebrakan penggabungan 3 bank syariah besar yaitu Bank Syariah Mandiri, Bank BRI Syariah, dan Bank Mandiri Syariah menjadi Bank Syariah Indonesia. Strategi pemasaran semakin bersaing kompetitif tersebut mampu mengikis pangsa pasar bank konvensional yang menandakan terjadinya *switching behavior* nasabah di Indonesia (Milenia, 2022).

Strategi yang diambil oleh pemasar harus melihat faktor yang mempengaruhi perilaku nasabah. Perilaku nasabah dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain: faktor kebudayaan, kelas sosial, keluarga, status, kelompok atau komunitas, usia, pekerjaan, gaya hidup dan lain-lain. Selain faktor tersebut terdapat faktor-faktor lain yang nasabah miliki.

Didalam kehidupan sehari-hari perilaku nasabah berbeda-beda, yangmana di dalam Islam perilaku nasabah harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah SWT. Islam telah mengatur seluruh perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya, yangmana perilaku tersebut tidak menyimpang dari ajaran agama Islam. Sehingga seluruh umat manusia harus mampu memutuskan pilihan yang akan diambil, dan tentunya sesuai

dengan kebutuhan dan keinginannya dan tidak menyimpang dari ketentuan agama. Sehingga sensitifitas *religiusitas* juga merupakan salah satu faktor pembentuk perilaku nasabah. Seorang muslim akan memilih jalan yang dibatasi Allah dan tidak memilih jalan haram, tidak kikir, dan tidak serakah agar kehidupannya selamat baik di dunia maupun di akhirat (Fahriah, 2017).

Religiusitas adalah sikap atau kesadaran yang muncul pada diri seseorang yang didasarkan atas keyakinan atau kepercayaan seseorang terhadap suatu agama. Sikap keagamaan ini merupakan suatu keadaan yang ada pada diri seseorang dan mampu mendorongnya untuk bertingkah laku sesuai dengan kadar ketaatannya terhadap agama (Jalaluddin, 2017). Aktivitas beragama bukan hanya terjadi ketika seseorang melakukan perilaku ritual (beribadah), tetapi juga terjadi saat melakukan aktivitas lain yang didorong oleh kekuatan lain. Yangmana bukan hanya berkaitan dengan kegiatan yang tampak dan dapat dilihat dengan mata, tetapi juga aktivitas yang tidak tampak dan terjadi pada diri seseorang. Sehingga berdasarkan sikap ini manusia akan melakukan suatu aktivitas sesuai dengan ketentuan agama, sesuai dengan perintah tuhanNya dengan tujuan mendapatkan keridhaan-Nya.

Persepsi adalah anggapan langsung atas sesuatu. Menurut Slameto (2018) pengertian persepsi adalah proses yang berkaitan dengan masuknya pesan atau informasi kedalam otak manusia, melalui persepsi manusia terus menerus mengadakan hubungan dengan lingkungannya. Agar nasabah berminat menggunakan jasa

keuangan syariah, maka pihak pemasaran harus mampu membentuk persepsi yang positif terhadap nasabah terhadap produk dan jasa yang ditawarkan.

Hingga saat ini masih banyak perbedaan persepsi yang dikemukakan oleh masyarakat tentang bank syariah. Sehingga menjadi tantangan tersendiri bagi perbankan syariah untuk mengubah persepsi masyarakat sehingga menimbulkan kesamaan persepsi yang positif terhadap adanya perbankan syariah.

Adanya bank tentu harus adanya nasabah didalamnya, dimana mereka harus mempunyai niat ataupun tujuan dari diri sendiri dan lingkungan sosial. Hal ini menyangkut pada minat dari seseorang yang menabung di bank tersebut. Menurut Kotler (dalam Syahriyal, 2018), mengemukakan bahwa minat menabung diasumsikan sebagai minat beli, merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian. Perilaku seseorang juga berkaitan dengan pengambilan keputusan sesuai dengan kebutuhan dan pertimbangan orang tersebut (Roisah & Riana, 2016). Tidak ada pembelian yang terjadi jika nasabah tidak pernah menyadari kebutuhan dan keinginannya. Nasabah mencari atau mengumpulkan informasi sebanyak mungkin tentang produk yang dia inginkan. Oleh karena itu, pengaruh minat menabung terhadap bank syariah sangat mempunyai peran terhadap masyarakat sekitar.

Penelitian oleh Afiah (2016) tentang pengaruh religiusitas dan persepsi masyarakat Desa Bode Lor terhadap minat menabung

di perbankan syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh positif terhadap minat menabung, persepsi juga berpengaruh terhadap minat menabung.

Penelitian oleh Ningsih (2017) tentang pengaruh persepsi, tingkat religiusitas dan *disposable income* terhadap minat menabung di perbankan syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi dan religiusitas berpengaruh positif terhadap minat menabung.

Penelitian oleh Hidayati (2018) tentang pengaruh persepsi, minat dan kepuasan terhadap keputusan menabung pasca konversi PT. Bank Aceh Syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung sedangkan minat dan kepuasan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung. Persepsi, minat dan kepuasan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung.

Mencermati dari beberapa pembahasan di atas yang berhubungan dengan religiusitas dan persepsi. Maka peneliti bermaksud untuk menjadikan religiusitas dan persepsi sebagai variabel penelitian yang akan peneliti lakukan. Yang mana seperti yang kita ketahui bahwa antara religiusitas dan persepsi masing-masing individu tidak sama. Sehingga peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut. Dan peneliti memilih santri sebagai obyek penelitian.

Berdasarkan penjelasan yang telah dipaparkan di atas, penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Masyarakat Gampong Seulimeum Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah.”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah religiusitas masyarakat Gampong Seulimeum berpengaruh terhadap minat menabung di Bank Syariah?
2. Apakah persepsi masyarakat Gampong Seulimeum berpengaruh terhadap minat menabung di Bank Syariah?
3. Apakah religiusitas dan persepsi masyarakat Gampong Seulimeum secara simultan berpengaruh terhadap minat menabung di Bank Syariah?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini, maka tujuan dari penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh religiusitas masyarakat Gampong Seulimeum terhadap minat menabung di bank syariah.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi masyarakat Gampong Seulimeum terhadap minat menabung di bank syariah.

3. Untuk mengetahui pengaruh religiusitas dan persepsi masyarakat Gampong Seulimeum secara simultan terhadap minat menabung di bank syariah.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan diadakannya penelitian ini, diharapkan mampu memberikan manfaat bagi berbagai pihak berdasarkan tujuan di atas maka manfaat penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Dengan adanya penelitian ini, dapat memperkuat teori-teori yang dikemukakan oleh para ahli dalam perbankan syariah.
 - b. Dapat menambah wawasan tentang pemahaman pengaruh religiusitas dan persepsi masyarakat Gampong Seulimeum terhadap minat menabung di perbankan syariah.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi masyarakat kampung Seulimeum, penelitian ini sebagai tambahan pengetahuan bagi masyarakat setempat dan memberikan pemahaman serta keyakinan para warga.
 - b. Bagi LKS, dapat dijadikan catatan untuk koreksi agar dapat apabila ada kekurangan dan kelemahannya sehingga nasabah

berminat terhadap Lembaga Keuangan Syariah.

3. Manfaat Kebijakan

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak Bank Syariah dalam meningkatkan kinerja terutama sistem syariahnya dan dapat membantu mengatasi masalah agar nasabah tetap berminat terhadap Bank Syariah. Penelitian ini diharapkan juga dapat bermanfaat bagi Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Bank Indonesia selaku pengawas lembaga keuangan yang dapat menjadikan sebagai acuan mengawasi lembaga keuangan di Indonesia.

1.5 Sistematika Pembahasan

Agar lebih jelas dan mudah untuk dipahami tentang pembahasan skripsi ini, peneliti membuat sistematika pembahasan yang terdiri dari V (lima) bab yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Meliputi, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian serta sistematika pembahasan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Berisi tentang teori-teori relevan dengan penelitian, teori ini sebagai dasar penyusunan dalam hipotesis. Meliputi: Menerangkan pengertian perbankan syariah, religiusitas dan persepsi masyarakat terhadap minat menabung.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

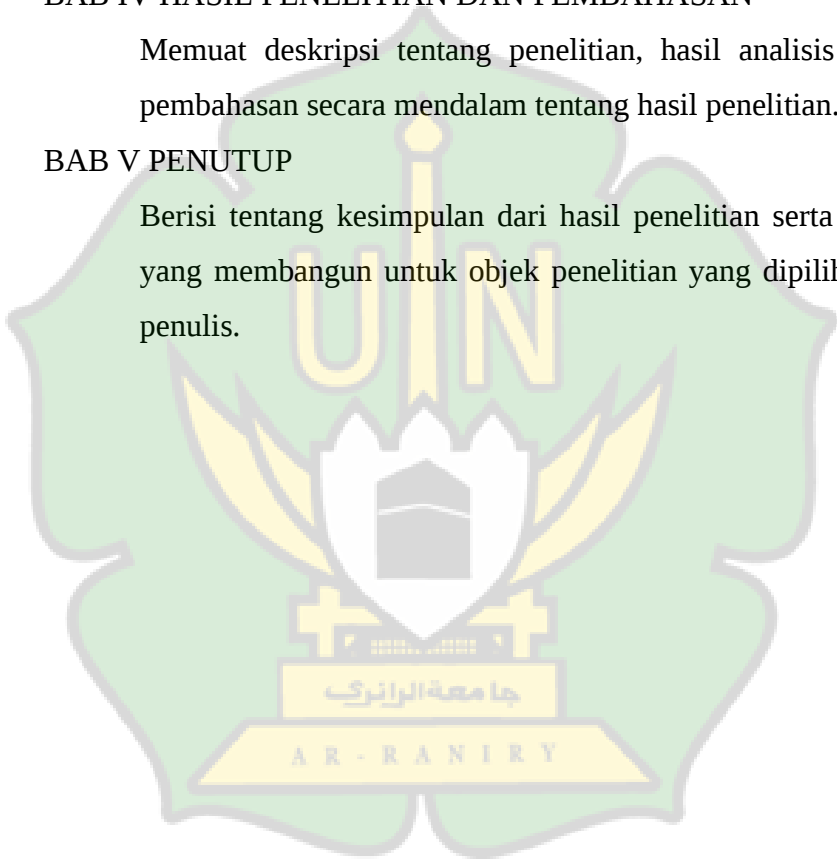
Bab ini membahas tentang metode penelitian, membahas jenis dan sumber data penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, definisi dan pengukuran variable penelitian serta teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Memuat deskripsi tentang penelitian, hasil analisis serta pembahasan secara mendalam tentang hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian serta saran yang membangun untuk objek penelitian yang dipilih oleh penulis.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Bank Syariah

Bank pada dasarnya adalah entitas yang melakukan penghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk pembiayaan atau dengan kata lain melaksanakan fungsi intermediasi keuangan. Sesuai UU No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah, bank syariah adalah bank yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau prinsip hukum Islam yang diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) seperti prinsip keadilan dan keseimbangan ('adl wa tawazun), kemaslahatan (maslahah), universalisme (alamiyah), serta tidak mengandung gharar, maysir, riba, zalim dan objek yang haram (Andrianto, 2019).

Bank syariah merupakan bank yang kegiatannya mengacu pada hukum islam dan dalam kegiatannya tidak membebankan bunga maupun tidak membayar bunga kepada nasabah. Imbalan bank syariah yang diterima maupun yang dibayarkan pada nasabah tergantung dari akad dan perjanjian yang dilakukan oleh pihak nasabah dan pihak bank, perjanjian yang terdapat di perbankan syariah harus tunduk pada syarat dan rukun akad sebagaimana diatur dalam syariat Islam.

Adapun fungsi bank syariah untuk memberikan pelayanan dalam bentuk jasa bank syariah yaitu (Andrianto, 2019):

1. Fungsi bank syariah untuk menghimpun dana masyarakat

Fungsi bank syariah yang pertama adalah menghimpun dana dari masyarakat yang kelebihan dana. Bank syariah mengumpulkan atau menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dalam menggunakan akad al-wadiah dan dalam bentuk investasi dengan menggunakan akad al-mudharabah.

2. Fungsi bank syariah sebagai penyalur dana kepada masyarakat

Adalah menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan, bank syariah menyalurkan dana kepada masyarakat dengan menggunakan bermacam-macam akad, antara lain akad jual beli dan akad kemitraan atau kerja sama usaha.

3. Fungsi bank syariah memberikan pelayanan jasa bank

Adalah menghimpun dana dan menyalurkan dana kepada masyarakat, bank syariah memberikan pelayanan jasa perbankan kepada nasabahnya, aktivitas pelayanan jasa merupakan aktivitas yang diharapkan oleh bank syariah untuk dapat meningkatkan pendapatan bank yang berasal dari fee atas pelayanan jasa bank.

2.2 Pengertian Minat

Minat adalah aspek kejiwaan dan bukan hanya mewarnai perilaku seseorang untuk melakukan aktifitas yang menyebabkan seseorang merasa tertarik kepada sesuatu. Selain itu minat memiliki

makna yang luas, karena dengan minat akan mampu merubah sesuatu yang belum jelas menjadi lebih jelas (Nur dan Taufiq, 2019).

Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) minat di artikan sebagai suatu kecenderungan hati atas suatu gairah atau keinginan, minat seseorang terhadap sesuatu biasanya disertai keinginan dari orang tersebut untuk mengetahui dan mempelajari kemudian membuktikan tentang objek yang ia inginkan.

Djamarah dalam Damayanti (2017) menyatakan bahwa minat adalah kecenderungan yang menetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa aktivitas. Seseorang yang berminat terhadap suatu aktivitas akan memperhatikan aktivitas itu secara konsisten dengan rasa senang.

Dalam dunia perbankan maka sumber dana terbesar bersumber dari para nasabah yang melakukan transaksi dalam hal ini nasabah yang melakukan transaksi menabung, sehingga pihak lembaga keuangan mempunyai aturan yang ketat kepada pengelolaan keuangan yang bersumber dari masyarakat atau nasabah. Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, “Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Sebagai salah satu penyangga tiang perekonomian di Indonesia, maka perbankan sebagai lembaga keuangan diatur oleh

bank central, sehingga tingkat persaingan dan perputaran uang bisa dikontrol dari bank sentral tersebut.

2.2.1 Pengertian Minat Menabung

Menurut Howard dan Sheth dalam Priansa (2017), minat menabung merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana nasabah untuk memilih produk tertentu. Minat menabung juga dapat dikatakan sebagai pernyataan mental dari nasabah untuk pemilihan produk tabungan tertentu.

Assael dalam Priansa (2017) menyatakan bahwa minat menabung merupakan kecenderungan nasabah untuk memilih suatu produk atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pemilihan untuk tingkat kemungkinan nasabah melakukan penyimpanan.

Minat merupakan sebuah kecenderungan seseorang yang berhubungan dengan perasaan terutama rasa senang terhadap suatu hal yang dianggap berharga atau sesuai dengan kebutuhannya dan dapat memberikan kepuasan tersendiri. Jika sesuatu tersebut dianggap cocok dengan kebutuhannya maka ia akan berusaha melakukannya (Nur dan Taufiq, 2019).

Dapat disimpulkan bahwa minat menabung adalah situasi seseorang sebelum melakukan tindakan sebagai respon terhadap keinginan nasabah untuk melakukan pencarian informasi pada produk tertentu atau kecenderungan nasabah untuk memilih suatu

produk tabungan yang nasabah rasa cocok sehingga seseorang yang memiliki minat akan memperhatikan produk tersebut.

Minat menabung dapat terlihat dalam berbagai ukuran dimensi, disebutkan bahwa secara umum dimensi tersebut berkenaan dengan empat dimensi pokok, yaitu: (Priansa, 2017)

- 1) Minat Transaksional,
- 2) Minat Referensial,
- 3) Minat Preferensial, dan
- 4) Minat Eksploratif.

2.2.2 Faktor-faktor Minat Menabung

Lamb, Hair dan McDaniel dalam (Andespa, 2017) menyebutkan ada beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah dalam minat menabung, yaitu:

1) Faktor *Marketing Mix*

Marketing Mix adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus-menerus mencapai tujuan pemasarannya di Pasar sasaran. Keputusan dalam melakukan pemasaran dikelompokkan dalam beberapa bauran:

- a. Produk, merupakan benda yang mempunyai manfaat dan kegunaan agar dapat ditawarkan ke Pasar untuk mendapatkan perhatian dari pembeli.
- b. Harga, adalah faktor utama yang harus ditemukan sebelum suatu produk diluncurkan ke Pasar sasaran.

- c. Distribusi, merupakan tempat penempatan produk, penyebaran produk yang sangat menentukan keberhasilan pemasaran.
- d. Promosi, mengkomunikasikan produk kepada masyarakat agar tembus ke Pasar sasaran dan disukai oleh pembeli.

2) Faktor Budaya

- a. Budaya, merupakan karakter penting yang membedakannya dengan tradisi atau budaya dahulu lainnya.
- b. Kelas Sosial, pembagian masyarakat yang relatif homogen dan permanen yang tersusun secara hierarkis dan yang anggotanya menganut nilai-nilai, minat dan perilaku yang serupa. Kelas sosial menunjukkan preferensi produk dan merek yang berbeda dalam banyak hal.

3) Faktor Sosial

- a. Kelompok Acuan, menghadapi seseorang pada perilaku dan gaya hidup baru, mempengaruhi perilaku dan konsep pribadi seseorang serta menciptakan tekanan untuk mengikuti kebiasaan kelompok yang mungkin mempengaruhi pilihan produk dan merek aktual seseorang.
- b. Keluarga, merupakan nasabah yang sangat penting karena secara kuat mempengaruhi nilai, sikap, konsep pribadi dan perilaku sendirian.
- c. Peran dan Status, seseorang berpartisipasi dalam banyak kelompok, keluarga, klub dan organisasi. Yang mana semua ditentukan dengan adanya peran dan status. Peran merupakan

kegiatan yang diharapkan untuk dilakukan oleh seseorang. Status merupakan masing-masing dari peran tersebut akan menghasilkan status.

4) Faktor Pribadi

Keputusan pembelian juga dipengaruhi karakteristik pribadi yang terdiri dari:

- a. Usia dan Tahap Siklus Hidup, orang dewasa mengalami ‘perjalanan’ dan ‘perubahan’ dalam hidupnya. Pemasar memberikan perhatian yang besar pada perubahan situasi hidup dan dampak situasi itu terhadap perilaku konsumsi.
- b. Gaya Hidup, merupakan pola hidup seseorang yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, opininya dan lingkungan sekitarnya.
- c. Kepribadian dan Konsep Diri, merupakan karakteristik psikologis seseorang yang berbeda dengan orang lain yang menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungannya.

5) Faktor Psikologis

Pilihan pembelian nasabah dipengaruhi oleh empat faktor psikologis, yang terdiri dari:

- a. Motivasi, merupakan suatu kebutuhan yang cukup besar dalam mendorong nasabah untuk bertindak.
- b. Persepsi, seseorang yang termotivasi bertindak akan dipengaruhi oleh persepsinya (pandangan atau pemikiran) terhadap situasi tertentu.

- c. Pembelajaran, perilaku manusia adalah hasil dari belajar. Teori pembelajaran mengajarkan kepada para pemasar bahwa mereka dapat membangun permintaan atas sebuah produk yang mengaitkannya pada dorongan yang kuat, dengan menggunakan petunjuk yang memberikan dorongan atau motivasi dan penguatan yang positif.

2.2.3 Indikator Minat Menabung

Menurut Schiffman & Kanuk dalam Sari (2017) indikator-indikator dari minat menabung tersebut antara lain:

1. Tertarik untuk mencari informasi mengenai produk.
Konsumen yang terangsang kebutuhannya akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak. Terdapat dua level rangsangan atau stimulan kebutuhan konsumen, yaitu level pencarian informasi yang lebih ringan atau penguatan perhatian dan level aktif mencari informasi yaitu dengan mencari bahan bacaan, bertanya pada teman, atau mengunjungi toko untuk mempelajari produk tertentu.
2. Mempertimbangkan untuk membeli.
Melalui pengumpulan informasi, konsumen mempelajari merek-merek yang bersaing serta fitur merek tersebut. Melakukan evaluasi terhadap pilihan-pilihan dan mulai mempertimbangkan untuk membeli produk.
3. Tertarik untuk mencoba.

Setelah konsumen berusaha memenuhi kebutuhan, mempelajari merek-merek yang bersaing serta fitur merek tersebut, konsumen akan mencari manfaat tertentu dari solusi produk dan melakukan evaluasi terhadap produk-produk tersebut. Evaluasi ini dianggap sebagai proses yang berorientasi kognitif. Maksudnya adalah konsumen dianggap menilai suatu produk secara sangat sadar dan rasional hingga mengakibatkan ketertarikan untuk mencoba.

4. Ingin mengetahui produk.

Setelah memiliki ketertarikan untuk mencoba suatu produk, konsumen akan memiliki keinginan untuk mengetahui produk. Konsumen akan memandang produk sebagai sekumpulan atribut dengan kemampuan yang berbeda-beda dalam memberikan manfaat yang digunakan untuk memuaskan kebutuhan.

5. Ingin memiliki produk.

Setelah memiliki ketertarikan untuk mencoba suatu produk, konsumen akan memiliki keinginan untuk mengetahui produk. Konsumen akan memandang produk sebagai sekumpulan atribut dengan kemampuan yang berbeda-beda dalam memberikan manfaat yang digunakan untuk memuaskan kebutuhan.

2.3 Religiusitas

2.3.1 Pengertian Religiusitas

Religiusitas cenderung menaati suatu keyakinan, memiliki nilai hukum, dan menjalani suatu ketaatan yang berhubungan dengan keyakinan seseorang. Rohmatun & Dewi (2017) memaparkan bahwa agama sebagai pedoman hidup manusia. Tingkat religiusitas seseorang dapat menentukan perilaku seseorang dalam kehidupan sehari-hari.

Menurut Wijayani (2017) menjelaskan bahwa dalam Al-Qur'an surah Al-Baqarah ayat 275, 278-279, Ali-Imran ayat 130, dan An-Nisa' ayat 29 sistem perbankan syariah dijalankan atas dasar filosofi religiusitas, landasan keadilan, dan orientasi falah. Hal ini menunjukkan bahwa bank syariah perlu membuat sebuah strategi yang mengeluarkan produk di dalam agama itu diperbolehkan.

Menurut Nugroho (2017) menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan religiusitas yaitu suatu komitmen yang dapat dilihat oleh sikap dan perilaku setiap orang yang memiliki hubungan dengan keyakinan, kepercayaan dan agama, religiusitas tidak selalu berupa ibadah seperti sholat melainkan juga berupa kegiatan yang dapat dilihat dimata dan di hati.

Menurut Rohaeni (2018) memaparkan sama seperti cara seseorang dalam berpakaian yang sopan dan sesuai dengan norma-norma agama. Religiusitas nasabah dapat berkembang menjadi minat apabila penerapan sikap religius dalam segala aspek, misalnya dalam pengelolaan keuangan.

Berdasarkan beberapa pengertian religiusitas oleh para ahli di atas maka penulis simpulkan bahwa religiusitas adalah sistem keyakinan atau aturan-aturan yang harus dilaksanakan, yang berhubungan dengan pendekatan diri dengan yang sakral untuk menumbuhkan pemahaman tentang hubungan dan tanggung jawab seseorang terhadap sekelompok orang dan tuhan, maka terlihatlah sejauh mana seseorang berkomitmen pada agamanya kemudian diaktualisasikan dalam perbuatan dan tingkah laku sehari-hari.

2.3.2 Dimensi Religiusitas

Menurut Glock dan Stark dalam Asrul (2020) Religiusitas memiliki beberapa dimensi, antara lain:

- a. Ideologis
- b. Ritualistik (praktek)
- c. Eksperensial (pengalaman)
- d. Intelektual (pengetahuan)
- e. Konsekuensi (pengalaman)

Jika di ukur dengan lima dimensi di atas maka dapat disimpulkan bahwa tingkat religiusitas setiap orang tidak sama, ada yang tingkat religiusitasnya dalam beragama tinggi dan ada juga yang rendah.

2.3.3 Indikator Religiusitas

Indikator-indikator religiusitas sebagai berikut (Rohmatun & Dewi, 2017):

1. Iman

Yaitu menyangkut keyakinan dan hubungan manusia dengan Tuhan, Malaikat, para Nabi dan sebagainya. Iman adalah suatu konsep yang penting dalam agama, terutama dalam Islam. Dalam konteks Islam, Iman mengacu pada keyakinan mendalam dan hubungan manusia dengan Tuhan (Allah), Malaikat, para Nabi, dan sebagainya. Ini adalah salah satu dari enam rukun iman dalam Islam.

Arti iman dalam menabung dalam Islam harus dilakukan dengan cara yang halal, tanpa melanggar prinsip-prinsip agama atau mengambil jalan pintas yang merugikan orang lain. Juga, menabung harus sejalan dengan niat yang baik dan ikhlas karena Allah, dengan harapan bahwa Allah akan memberkahi usaha dan pengorbanan tersebut.

2. Islam

Yaitu menyangkut frekuensi, intensitas pelaksanaan ibadah yang telah ditetapkan, misalnya: zakat, puasa, dan haji.

Dalam Islam menabung mencerminkan pandangan agama Islam tentang pentingnya pengelolaan keuangan yang bijaksana dan tanggung jawab terhadap harta yang diberikan Allah kepada manusia.

3. Kebaikan

Yaitu menyangkut pengalaman dan perasaan tentang kehadiran Tuhan, takut larangan dan sebagainya.

Kebaikan dalam menabung terutama dalam konteks keuangan pribadi dan stabilitas kehidupan. Menabung bukan hanya tentang menyimpan uang, tetapi juga tentang menciptakan stabilitas dan kebebasan finansial. Hal ini memungkinkan seseorang untuk menghadapi tantangan keuangan dan merencanakan masa depan dengan lebih baik. Penting untuk memulai menabung sesegera mungkin dan konsisten dalam melakukannya agar manfaatnya dapat dirasakan dalam jangka panjang.

4. Ilmu

Yaitu menyangkut pengetahuan seseorang tentang ajaran agamanya. Misalnya pengetahuan tentang fiqh, tauhid dan sebagainya.

Ilmu dalam menabung ini saling terkait dan membantu seseorang memahami cara terbaik untuk mengelola keuangan pribadi, mencapai tujuan keuangan, dan menciptakan stabilitas finansial. Mengetahui berbagai ilmu ini memungkinkan seseorang membuat keputusan keuangan yang lebih cerdas dan efektif dalam perjalanan menuju kebebasan finansial.

5. Amal

Yaitu menyangkut bagaimana tingkah laku seseorang dalam kehidupan bermasyarakat, misalnya menolong orang lain, membela orang yang lemah dan sebagainya.

Amal dalam menabung harus dilakukan dengan niat yang ikhlas karena Allah dan sesuai dengan ajaran Islam. Amal ini harus diimbangi dengan perbuatan baik lainnya, seperti sedekah, ibadah, dan berbuat baik kepada sesama. Dengan melakukan menabung dengan niat yang baik dan ikhlas, seseorang dapat menganggapnya sebagai bentuk ibadah dan cara untuk mendekatkan diri kepada Allah.

2.4 Persepsi

2.4.1 Pengertian Persepsi

Menurut supiani (2021) yang dimaksud dengan persepsi adalah suatu tindakan menyusun, mengenali, menafsirkan suatu informasi dan menilai sesuatu yang diamati dengan menggunakan indera dan pemahaman atas karakter yang dimiliki sehingga muncul keanekaragaman gambaran dan pemahaman terhadap lingkungan. Tindakan ini juga dapat terjadi kepada siapa saja yang sedang mendapatkan informasi seperti informasi produk, konsep dasar, bonus, nisbah bagi hasil dan sebagainya dalam bank syariah, pada akhirnya seseorang akan menilai dengan akal pikirannya dan membentuk persepsi terhadap komponen informasi yang ia peroleh, persepsi setiap individu dapat muncul akibat pengalaman yang didapat baik pengalaman atas suatu hal yang dilakukan sendiri atau

pengalaman dari orang lain, dari pengalaman ini seseorang akan membentuk pola pikir yang bergeser menjadi opini dan di asumsikan sehingga menjadi kesimpulan atas sesuatu yang alami.

2.4.2 Faktor-faktor Persepsi

Menurut Toha dalam penelitian yang dilakukan oleh Moegiri (2016) faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi setiap individu antara lain:

1. Faktor internal

Yang termasuk faktor internal yaitu: sikap, perasaan, kepribadian, prasangka, keinginan, harapan, fokus, proses pembelajaran, gangguan jiwa, nilai dan kebutuhan.

2. Faktor Eksternal

Yang termasuk faktor eksternal yang mempengaruhi persepsi setiap orang yaitu: latar belakang keluarga, informasi yang didapat, pengetahuan dan kebutuhan, intensitas, keberlawanan, ukuran, pengetahuan, atau ketidak asingan suatu objek.

Dalam bank syariah, menurut Imran (2017) persepsi yang muncul di masyarakat dapat berupa persepsi bunga bank, persepsi tentang sistem bagi hasil dan persepsi tentang pengetahuan atas suatu produk bank syariah. Sedangkan menurut zahra (2019) persepsi yang muncul di masyarakat dapat berupa persepsi atas kualitas baik, kualitas pelayanan dan sebagainya, selanjutnya persepsi atas nilai, yakni nilai yang dirasakan akibat keuntungan yang diterima nasabah lain. Sehingga beberapa persepsi yang masih negatif di masyarakat terhadap bank syariah dapat diperbaiki

melalui sosialisasi dan pemahaman terhadap masyarakat secara meluas terkait persepsi yang hingga saat ini belum dipahami secara betul oleh masyarakat terutama muslim.

2.4.3 Indikator Persepsi

Menurut Supiani (2021) beberapa indikator persepsi bank syariah sebagai berikut:

1. Sesuai dengan prinsip-prinsip syariah

Bagi hasil merupakan sistem pembagian keuntungan yang ditetapkan oleh perbankan syariah berdasarkan prinsip syariah yang dianjurkan oleh Islam.

Menabung sesuai dengan prinsip-prinsip syariah memungkinkan seseorang untuk mengelola harta secara etis dan sesuai dengan ajaran Islam. Dengan mematuhi prinsip syariah, menabung menjadi amal yang diberkahi oleh Allah dan mendekatkan diri kepada-Nya.

2. Menguntungkan

Sistem bagi hasil yang dipakai oleh bank adalah sistem bagi hasil yang dapat diterima karena bersifat menguntungkan baik bagi pihak bank maupun nasabah karena menggunakan sistem syariah sesuai dengan al-Quran.

Menabung sesuai dengan prinsip-prinsip syariah memiliki beberapa keuntungan dan manfaat yang dapat

membuatnya menjadi pilihan yang menguntungkan bagi umat Muslim. Berikut adalah beberapa keuntungan menabung syariah:

- a. Keberkahan dan Pahala: Menabung sesuai syariah dianggap sebagai bentuk ibadah karena dilakukan dengan niat yang ikhlas karena Allah. Dalam Islam, setiap amal yang baik akan mendapat keberkahan dan pahala dari Allah, termasuk menabung secara syariah.
- b. Menghindari Riba: Salah satu keuntungan utama menabung syariah adalah menghindari riba atau bunga yang diharamkan dalam Islam. Dengan memilih produk keuangan syariah yang bebas dari riba, seseorang dapat menyimpan dan mengelola harta tanpa melibatkan praktek yang bertentangan dengan ajaran agama.
- c. Berbagi Risiko dan Keuntungan: Produk keuangan syariah berbasis pada akad-akad yang adil dan berbagi risiko dan keuntungan. Dalam mudharabah dan musharakah, misalnya, pengembalian dana bersifat proporsional dengan keuntungan yang diperoleh dari investasi, sehingga memberikan rasa keadilan bagi kedua belah pihak.
- d. Investasi Beretika: Investasi dalam produk keuangan syariah cenderung menghindari

perusahaan atau sektor yang terlibat dalam aktivitas yang diharamkan dalam Islam, seperti alkohol, perjudian, atau riba. Ini memungkinkan seseorang untuk berinvestasi secara beretika dan sesuai dengan nilai-nilai Islam.

- e. **Meminimalkan Gharar dan Maisir:** Menabung sesuai syariah membantu meminimalkan risiko gharar (ketidakpastian) dan maisir (perjudian) dalam transaksi keuangan. Produk keuangan syariah didesain untuk menghindari spekulasi yang berlebihan dan mendukung transaksi yang jelas dan adil.
- f. **Melindungi Aset dan Harta:** Dalam menabung syariah, aset dan harta seseorang dikelola dengan hati-hati dan sesuai dengan prinsip-prinsip keuangan Islam. Hal ini dapat membantu melindungi harta dari risiko dan ketidakstabilan ekonomi.
- g. **Dukungan dari Lembaga Keuangan Islami:** Di banyak negara, terdapat lembaga keuangan yang menawarkan produk dan layanan keuangan sesuai syariah. Lembaga-lembaga ini menerapkan prinsip-prinsip keuangan Islam dan memberikan dukungan dan bimbingan dalam menabung sesuai syariah.

3. Adil bagi semua pihak

Memenuhi rasa keadilan bagi pihak bank dan nasabah serta dengan mematuhi prinsip keadilan dalam menabung syariah, semua pihak yang terlibat diharapkan merasa diperlakukan dengan adil dan mendapatkan manfaat yang setara sesuai dengan peran dan kontribusinya. Ini memastikan bahwa menabung sesuai syariah tidak hanya menguntungkan secara finansial, tetapi juga membawa nilai-nilai moral dan etika yang mencerminkan prinsip keadilan dalam seluruh proses transaksi keuangan.

4. Tidak memberatkan nasabah

Kerugian ditanggung bersama kedua belah pihak. Artinya menabung sesuai dengan prinsip syariah juga mengutamakan tidak memberatkan nasabah atau pihak yang terlibat dalam transaksi keuangan. Prinsip-prinsip keuangan syariah menekankan pada kesetaraan dan keadilan dalam bertransaksi, sehingga nasabah atau pihak yang menggunakan produk keuangan syariah tidak mengalami beban atau kerugian yang tidak adil.

Melalui penerapan prinsip-prinsip keuangan syariah yang adil dan transparan, menabung sesuai syariah dapat memberikan perlindungan dan manfaat yang lebih baik bagi nasabah. Hal ini membantu memastikan bahwa proses menabung tidak menimbulkan beban atau kesulitan

bagi nasabah, melainkan memberikan nilai tambah dan kesejahteraan finansial yang seimbang.

2.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini bertujuan mendapatkan bahan perbandingan, sebagai bahan rujukan dan informasi terkait dengan penelitian sebelumnya yang pernah diteliti. Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Sari dan Anwar (2018) dengan judul “Pengaruh Tingkat Religiusitas Santri Pondok Pesantren Darussalam Kediri Terhadap Minat. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa Tingkat Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung santri dengan nilai pengaruh sebesar 24,5% dan terbukti t hitung (4,343) lebih besar dari ($>$) t tabel (2,002), sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi Tingkat Religiusitas maka semakin tinggi pula minat menabung santri di perbankan syariah.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Mujaddid dan Nugroho (2019) mereka meneliti “Pengaruh Pengetahuan, Reputasi, Lingkungan dan Religiusitas Terhadap Minat Pelajar Sekolah Menengah Kejuruan Prodi Perbankan Syariah dalam Menabung di Bank Syariah. Hasil temuan ini dapat memberikan peluang kepada bank syariah untuk meningkatkan sosialisasi kepada masyarakat muslim yang

belum mengetahui bank syariah salah satunya dengan mendukung kegiatan islami seperti pengajian, majelis taklim serta mengedukasi para ustadz tentang bank syariah agar dapat membantu mensosialisasikan dan mengkampanyekan gerakan menabung di bank syariah.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Hidayatulloh (2021) meneliti “Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Santri Terhadap Minat Menabung Pada Perbankan Syariah di Pesantren Motivator Qur’an Ekselensia Indonesia. Hasil penelitian menghasilkan bahwa terdapat pengaruh antara religiusitas terhadap minat menabung di bank syariah dengan hasil perhitungan nilai thitung lebih besar dari nilai ttabel ($2,846 > 1,665$). Dan tidak terdapat pengaruh antara persepsi terhadap minat menabung di bank syariah dengan hasil perhitungan nilai thitung lebih kecil dari nilai ttabel ($1,045 < 1,665$).
4. Parastika, Hartini dan Amri (2021) meneliti “Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah dengan Minat.” Sebagai Variabel Intervening. Hasil analisis menunjukkan bahwa religious berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menabung di Bank Syariah, pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung di Bank Syariah, Dan variabel Minat berpengaruh positif dan signifikan dalam mediasi antara religiusitas dan

pengetahuan terhadap keputusan menabung di bank syariah dengan minat sebagai variabel intervening

5. Novianti dan Hakim (2021) mereka meneliti “Pengaruh Pengetahuan, Produk dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung dengan Variabel Moderating Persepsi”. Hasilnya menunjukkan terdapat pengaruh pengetahuan perbankan syariah terhadap minat menabung, terdapat pengaruh produk bank terhadap minat, terdapat pengaruh religiusitas terhadap minat menabung, persepsi bukan merupakan variabel moderating pengetahuan perbankan syariah dengan minat menabung, persepsi bukan merupakan variabel moderating produk bank dengan minat menabung, persepsi merupakan variabel moderating religiusitas dengan minat menabung.
6. Amelia dan Eka (2021) meneliti “Pengaruh Persepsi Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Pada Masyarakat Tembilahan Kota”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. Yang artinya persepsi masyarakat terhadap bank syariah mempengaruhi minat masyarakat untuk menabung di bank syariah. Semakin positif persepsi masyarakat terhadap bank syariah, maka semakin besar pula minat masyarakat untuk menabung di bank syariah tersebut.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti dan judul penelitian	Metode penelitian	Persamaa	Perbedaan
1.	Fitria Nurma Sari, Moch Khoirul Anwar, (2018). “Pengaruh Tingkat Religiusitas Santri Pondok Pesantren Darussalam Kediri Terhadap Minat Menabung di Perbankan Syariah.”	Kuantitatif	Memiliki persamaan terhadap Variabel Independen, yaitu sama-sama menggunakan variabel Religiusita. Dan sama-sama menggunakan Variabel Dependen, yaitu variabel Minat Menabung	Terdapat perbedaan Variabel Independen, yaitu pada variabel Pengetahuan, Reputasi dan Lingkungan. Perbedaan pada Variabel Dependen, yaitu pada dampak terjadinya pada Pelajar SMK Prodi Perbankan Syariah
2.	Fajar Mujaddid, Pandu Tezar Adi Nugroho, (2019). “Pengaruh Pengetahuan, Reputasi, Lingkungan dan Religiusitas Terhadap Minat Pelajar Sekolah Menengah Kejuruan Prodi Perbankan Syariah dalam Menabung di Bank Syariah.	Kuantitatif	Memiliki persamaan terhadap Variabel Independen, yaitu sama-sama menggunakan variabel Religiusitas. Dan Variabel Dependen, yaitu sama-sama menggunakan variabel Minat Menabung.	Terdapat perbedaan dalam Variabel Dependen, yaitu terjadi dalam Santri Pondok Pesantren Darussalam Kediri terhadap Minat Menabung di Perbankan Syariah.
3.	Siti Fatimah Hidayatulloh, (2021). “Pengaruh Religiusitas Dan Persepsi Santri Terhadap Minat Menabung Pada Perbankan Syariah	Kuantitatif	Memiliki persamaan terhadap Variabel Independen, yaitu sama-sama menggunakan variabel	Terdapat perbedaan pada pada subjek yang diteliti yaitu minat santri menabung

Tabel 2.1 Lanjutan

3.	Di Pesantren Motivator Qur'an Ekselensia Indonesia".		Religiusitas, dan persepsi sedangkan Variabel Dependen, yaitu sama-sama menggunakan variabel Minat Menabung	
4.	Parastika, Titin Hartini, Ulil Amri, (2021). "Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah dengan Minat." Sebagai Variabel Intervening.	Kuantitatif	Memiliki Persamaan pada Variabel Independen, yaitu sama-sama menggunakan variabel Religiusitas. Pada Variabel Dependen, yaitu sama-sama menggunakan variabel Minat Menabung	Terdapat perbedaan pada Variabel Independen, yaitu pada variabel Pengetahuan. Dan pada Variabel Dependen, yaitu adanya Keputusan Menabung di Bank Syariah dengan Minat sebagai Variabel Intervening.
5.	Alifah Dwi Novianti, Luqman Hakim, (2021). "Pengaruh Pengetahuan, Produk dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung dengan Variabel Moderating Persepsi."	Kuantitatif	Memiliki persamaan pada Variabel Independen, yaitu sama-sama menggunakan variabel Religiusitas. Pada Variabel Dependen, yaitu juga sama-sama menggunakan variabel Minat Menabung.	Terdapat perbedaan dalam Variabel Independen, yaitu pada variabel Pengetahuan dan Produk. Dan dalam Variabel Dependen memiliki perbedaan Menabung dengan Variabel Moderating.

Tabel 2.1 Lanjutan

6.	Amelia, Eka (2021), “Pengaruh Persepsi Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Pada Masyarakat Tembilaan Kota”	Kuantitatif	Memiliki persamaan pada Variabel Independen, yaitu menggunakan variabel persepsi. Pada Variabel Dependen, yaitu juga sama-sama menggunakan variabel Minat Menabung.	Terdapat perbedaan dalam Variabel Independen, yaitu pada variabel religiusitas dan meneliti pada bank Syariah Seulimuem.
----	--	-------------	---	--

Sumber : Data diolah (2022)

2.5 Hubungan Antar Variabel

2.5.1 Pengaruh religiusitas terhadap minat menabung di Bank Syariah

Religiusitas menunjukkan bahwa nasabah mempengaruhi minat menabung di bank syariah, penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Iranati (2017). Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Khotimah (2018), dalam penelitiannya religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menabung di bank syariah. Dengan hasil nilai koefisien jalur yang bernilai positif sebesar 0.159, dengan nilai R^2 dapat dilihat pada *effect size*, dimana nilainya sebesar 0,119 berarti bahwa variabel religiusitas mempengaruhi variabel minat menabung sebesar 11.9% dan sisanya 88,1% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Penelitian dari Iranati (2017), dalam penelitiannya religiusitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat

Kota Tangerang Selatan menabung di bank syariah. Dengan hasil nilai signifikan $0,020 < 0,05$.

2.5.2 Pengaruh persepsi terhadap minat menabung di Bank Syariah

Menurut Supiani (2021) yang dimaksud dengan persepsi adalah suatu tindakan menyusun, mengenali, menafsirkan suatu informasi dan menilai sesuatu yang diamati dengan menggunakan indera dan pemahaman atas karakter yang dimiliki sehingga muncul keanekaragaman gambaran dan pemahaman terhadap lingkungan.

Menurut Tri persepsi berpengaruh positif terhadap keputusan menabung. Persepsi itu tidak datang secara tiba-tiba, tetapi melalui sebuah proses dan untuk menimbulkan sebuah persepsi itu berbeda-beda untuk setiap orang. “karakteristik pribadi yang mempengaruhi persepsi meliputi sikap, kepribadian, minat, pengalaman masa lalu, dan harapan-harapan seseorang.

2.5.3 Pengaruh religiusitas dan persepsi masyarakat terhadap minat menabung di Bank Syariah

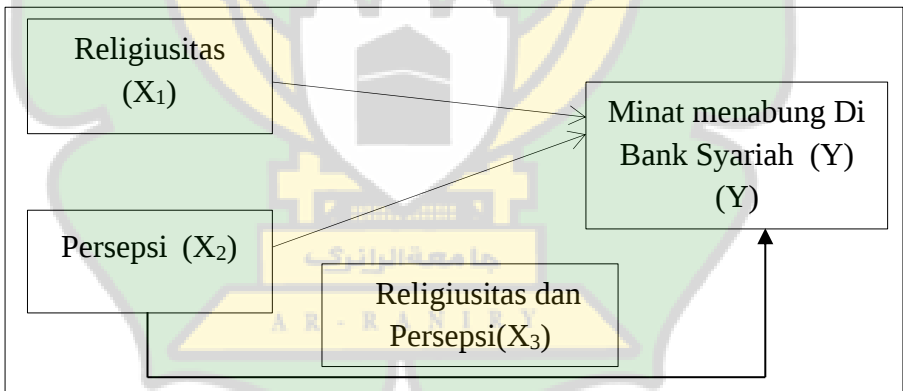
Religiusitas menunjukkan bahwa nasabah mempengaruhi minat menabung di bank syariah, penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Iranati (2017). Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Khotimah (2018), dalam penelitiannya religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menabung bank syariah. Menurut Kumalasari (2016)

dalam penelitiannya persepsi berpengaruh positif terhadap keputusan menabung. Persepsi itu tidak datang secara tiba-tiba, tetapi melalui sebuah proses dan untuk menimbulkan persepsi itu berbeda-beda untuk setiap orang, sehingga persepsi berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam menabung di bank syariah.

Dimana hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa variabel X_1 (religiusitas), variabel X_2 (persepsi) berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen yaitu variabel Y (minat menabung).

2.6 Kerangka Berpikir

Gambar 2.1
Kerangka Berpikir



Dalam kerangka berpikir di atas dapat dilihat bahwa hubungan antara dua variabel tersebut sangat berpengaruh. Religiusitas mempunyai pengaruh tersendiri terhadap orang yang ingin menabung di bank syariah, sedangkan persepsi memiliki pandangan dari kalangan masyarakat untuk menabung di bank

tersebut. Jadi daya ikat variabel disini adalah apakah pengaruh religiusitas akan membuat persepsi masyarakat tentang minat menabung di bank syariah semakin banyak, karena hal ini tergantung dengan tingkatan religiusitas dan persepsi. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengkaji penelitian ini agar dapat mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel.

2.7 Pengembangan Hipotesis

Seperti yang telah digambarkan diatas, pengaruh religiusitas dan persepsi masyarakat banyak berdampak pada minat menabung, sehingga peneliti dapat menarik hipotesis. Menurut Sugiyono (2016) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dikatakan sementara jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum ada faktafakta yang empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Hipotesis penelitian ini dijelaskan pada hubungan antar variabel sebagai berikut:

H_1 : Terdapat pengaruh positif *religiusitas* terhadap minat menabung di Bank Syariah

H_2 : Terdapat pengaruh positif persepsi terhadap minat menabung di Bank Syariah.

H_3 = Religiusitas dan persepsi masyarakat Gampong Seulimeum berpengaruh positif terhadap minat menabung di Bank Syariah.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Metode penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode ini sebagai metode ilmiah/*scientific* karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Sedangkan jenis penelitian yang akan digunakan adalah jenis penelitian kuantitatif asosiatif, yaitu penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Hubungan yang digunakan dalam penelitian ini adalah hubungan kausal (Sugiyono, 2016).

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu menganalisis dalam bentuk data-data yang berupa angka. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer. Data primer merupakan data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian. Data diambil dari hasil kuesioner yang dibagikan kepada responden.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Berdasarkan definisi populasi, maka yang dijadikan populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Gampong Seulimeum Kec. Seulimeum Kab. Aceh Besar, yang pada bulan Agustus tahun 2020 jumlah penduduknya sebanyak 429 jiwa.

3.2.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2016) adapun rumus yang digunakan untuk menentukan besar sampel adalah Rumus Slovin yaitu:

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

Ket:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = standar *error*.

Jumlah populasi pada penelitian ini sebanyak 429, untuk populasi dalam jumlah yang besar presentase kelonggaran 5%

(0,1). Hasil perhitungan dapat dibulatkan agar mencapai kesesuaian. Perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{429}{1+429(0.05)^2}$$

$$n = \frac{429}{1+429(0.0025)}$$

$$n = \frac{429}{2.07}$$

$$n = 207,2$$

$$n = 208$$

Berdasarkan rumus Slovin tersebut dengan tingkat kesalahan 5%, diperoleh sampel sebanyak 208 sampel.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Data adalah sekumpulan informasi yang diperoleh oleh peneliti. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut Sugiyono (2016) data primer adalah data yang didapat dari hasil pengamatan secara langsung oleh peneliti pada tempat yang menjadi objek penelitian atau data yang respondennya langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer yang dikumpulkan dalam penelitian ini diperoleh langsung dari responden masyarakat yang ada di Gampong Seuliemum dengan membagikan kuesioner yang berisi pertanyaan tentang penelitian.

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data menggunakan teknik survei melalui penyebaran kuesioner. Menurut Sugiyono (2016) kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau

pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuisioner yang disajikan kepada responden adalah berupa kertas kuisioner. Kuesioner dalam penelitian ini difokuskan kepada seluruh masyarakat yang ada di Gampong Seulimeum dengan mengajukan beberapa pertanyaan yang berhubungan dengan religiusitas dan persepsi masyarakat Gampong Seulimeum terhadap minat menabung masyarakat di perbankan syariah.

3.4 Variabel Penelitian

3.4.1 Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel independen atau bebas (Sugiyono, 2016). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat menabung masyarakat di perbankan syariah.

3.4.2 Variabel Independen (X)

Variabel independen adalah variabel yang menjadi penyebab atau memiliki kemungkinan teoritis berdampak pada variabel lain. Variabel bebas umumnya dilambangkan dengan huruf X. Dengan demikian, jika ditinjau keberadaannya, variabel bebas pada umumnya terlebih dahulu muncul (ada), dan akan diikuti variabel yang lainnya. Dalam rangkaian kegiatan ilmiah, peneliti dalam menentukan variabel bebas tidak boleh secara sembarangan. Variabel bebas bukanlah suatu kondisi yang terlepas sama sekali dengan keberadaan variabel terikat.

Tabel 3.1
Definisi dan Operasional Variabel

No	Variable	Definisi	Indikator	Skala
1	Religiusitas (X1)	Religiusitas cenderung menaati suatu keyakinan, memiliki nilai hukum, dan menjalani suatu ketaatan yang berhubungan dengan keyakinan seseorang. Rohmatun & Dewi (2017) memaparkan bahwa agama sebagai pedoman hidup manusia. Tingkat religiusitas seseorang dapat menentukan perilaku seseorang dalam kehidupan sehari-hari.	Menurut Rohmatun & Dewi (2017) indikator-indikator religiusitas sebagai berikut: 1. Iman yaitu menyangkut keyakinan dan hubungan manusia dengan Tuhan, Malaikat, para Nabi dan sebagainya. 2. Islam yaitu menyangkut frekuensi, intensitas pelaksanaan ibadah yang telah ditetapkan, misalnya: zakat, puasa, dan haji. 3. Ihsan yaitu menyangkut pengalaman dan perasaan tentang kehadiran Tuhan, takut larangan dan sebagainya.	Interval

Tabel 3.1 Lanjutan

No	Variable	Definisi	Indikator	Skala
1			4. Ilmu yaitu menyangkut pengetahuan seseorang tentang ajaran agamanya. Misalnya pengetahuan tentang fiqh, tauhid dan sebagainya. 5. Amal yaitu menyangkut bagaimana tingkah laku seseorang dalam kehidupan bermasyarakat, misalnya menolong orang lain, membela orang yang lemah dan sebagainya.	Interval
2	Persepsi (X2)	Menurut Supiani (2021) yang dimaksud dengan persepsi adalah suatu tindakan menyusun, mengenali, menafsirkan suatu informasi dan menilai sesuatu yang diamati dengan menggunakan indera dan	Menurut Supiani (2021) beberapa Indikator Persepsi yaitu: 1. Sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, bagi hasil merupakan sistem pembagian keuntungan yang ditetapkan oleh perbankan syariah berdasarkan prinsip syariah yang dianjurkan oleh islam. 2. Menguntungkan, sistem bagi hasil yang dipakai oleh bank adalah sistem bagi hasil yang dapat diterima karena	Interval

Tabel 3.1 Lanjutan

No	Variable	Definisi	Indikator	Skala
2		pemahaman atas karakter yang dimiliki sehingga muncul keanekaragaman gambaran dan pemahaman terhadap lingkungan	karena menggunakan sistem syariah sesuai dengan al-Quran. 3. Adil bagi semua pihak,memenuhi rasa keadilan bagi pihak bank dan nasabah. 4. Tidak memberatkan nasabah, kerugian ditanggung bersama kedua belah pihak.	Interval
3	Minat Menabung (Y)	Menurut Howard dan Sheth dalam (Priansa, 2017), minat menabung merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana nasabah untuk memilih produk tertentu. Minat menabung juga dapat dikatakan sebagai pernyataan mental dari	Menurut Schiffman & Kanuk (2017) indikator-indikator dari minat menabung tersebut antara lain: 1. Tertarik untuk mencari informasi mengenai produk. 2. Mempertimbangkan untuk membeli. 3. Tertarik untuk mencoba. 4. Ingin mengetahui produk. 5. Ingin memiliki produk.	Interval

Tabel 3.1 Lanjutan

No	Variable	Definisi	Indikator	Skala
3		nasabah untuk memilih produk tertentu. Minat menabung juga dapat dikatakan sebagai pernyataan mental dari nasabah untuk pemilihan produk tabungan tertentu.		

3.5 Skala Pengukuran

Penelitian ini menggunakan skala likert sebagai skala pengukuran. Skala likert adalah pengukuran dimana responden diminta untuk menyatakan tingkat persetujuannya. Skala likert dirancang dengan tujuan memungkinkan responden menjawab berbagai tingkatan pertanyaan. Dalam penelitian ini skala likert yang digunakan adalah skala likert dengan interval 1-5. Menurut Augusty (2017) skala interval merupakan alat ukur yang dapat menghasilkan measurement yang memungkinkan perhitungan rata-rata, deviasi standar, uji statistik parameter, korelasi dan

sebagainya. Penentuan nilai skala likert dengan menggunakan lima tingkatan jawaban dapat dilihat dari table 3.2

Table 3.2
Skala Likert

Keterangan	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-Ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2016)

3.6 Uji Instrumen

3.6.1 Uji Validitas

Menurut Ghazali (2016) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner. Suatu kuisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut. Untuk melakukan uji validitas ini menggunakan program SPSS (*Statistic Product and Service Solution*) versi 23. Uji validitas ini dapat disampaikan hal-hal pokoknya, sebagai berikut: (1) Uji ini sebenarnya untuk melihat kelayakan butir-butir pertanyaan dalam kuisioner tersebut dapat mendefinisikan suatu variabel. (2) Daftar pertanyaan ini pada umumnya untuk mendukung suatu kelompok variabel tertentu. (3) Uji validitas dilakukan setiap butir soal. Hasilnya dibandingkan dengan r tabel untuk *degree of freedom* $df = n-k$ dengan tingkat kesalahan 5%. (4) Jika $r \text{ tabel} < r \text{ hitung}$ maka butir soal disebut valid (Noor, 2011).

3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2016) uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dalam penelitian ini uji reliabilitas menggunakan SPSS untuk mengidentifikasi seberapa baik item-item dalam kuesioner yang berhubungan dengan satu dan lainnya. Suatu konstruk atau variabel dinyatakan *reliable* jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$.

3.7 Uji Asumsi Klasik

3.7.1 Uji Normalitas

Uji asumsi normalitas bertujuan untuk menguji sebuah model regresi apakah variabel independen, variabel dependen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi normal atau mendekati normal. Dasar pengambilan keputusan memenuhi normalitas atau tidak (Ghozali, 2016). Pengujian normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan metode analisis grafik dan metode normal *probability plot*. Analisis grafik merupakan salah satu cara untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data distribusi yang mendekati normal. Namun demikian, hanya dengan melihat histogram, hal ini dapat membingungkan,

khususnya untuk jumlah sampel yang kecil. Metode lain yang dapat digunakan adalah dengan melihat normal *probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Dasar pengambilan keputusan dari analisis normal *probability plot* adalah sebagai berikut:

- a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.7.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas ini bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda maka disebut dengan heteroskedastisitas (Ghozali, 2016). Cara mendeteksi heteroskedastisitas yaitu dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen (ZPRED) dengan residualnya (SRESID) dasar analisisnya adalah:

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian

menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.

- b. Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.7.3 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel independen. Jika antar variabel independen terjadi multikolinieritas sempurna, maka model regresi tersebut tidak dapat menaksir secara tepat sehingga diperoleh kesimpulan yang salah tentang variabel yang teliti. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dalam model regresi dapat dilihat dari tolerance value atau variance inflation factor (VIF).

Menurut Ghozali (2016) mengukur multikolinieritas dapat dilihat dari nilai tolerance atau Variance Inflation Factor (VIF) dari masing-masing variabel, jika nilai toleransi $< 0,10$ atau $VIF > 10$ maka terdapat multikolinieritas, sehingga variabel tersebut harus dibuang, dan sebaliknya jika tolerance $> 0,10$ dan $VIF < 10$ maka variabel tersebut tidak terjadi multikolinieritas.

3.8 Analisis Regresi Linear Berganda

Jadi analisis ini bertujuan untuk mengukur pengaruh dari variabel bebas yaitu: Persepsi (X_1) dan Religiusitas (X_2), terhadap

variabel terikat yaitu Minat Menabung (Y) yang dirumuskan sebagai berikut:

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

Keterangan :

Y	= Minat Menabung
a	= Konstanta
b ₁ dan b ₂	= Koefisien regresi variabel terikat
X ₁	= Persepsi
X ₂	= Religiusitas
e	= Error

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji Parsial (Uji-t)

Uji tabel t digunakan untuk melihat pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen secara parsial (masing-masing) sehingga dapat dirumuskan hipotesis untuk yang pertama dalam uraian kalimat, sebagai berikut:

H₀₁ = Tidak terdapat pengaruh religiusitas dan persepsi masyarakat terhadap minat menabung di Perbankan Syariah.

H_{a1} = Terdapat pengaruh religiusitas dan persepsi masyarakat terhadap minat menabung di Perbankan Syariah.

H₀₂ = Tidak terdapat pengaruh religiusitas terhadap persepsi masyarakat tentang minat menabung di Perbankan Syariah.

H_{a2} = Terdapat pengaruh religiusitas terhadap persepsi masyarakat Gampong Seulimeum tentang minat menabung di Perbankan Syariah.

Menurut Sujarweni (2015), uji t adalah pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X_1 dan X_2) secara individual mempengaruhi variabel dependen (Y). Apabila nilai probabilitas signifikansinya lebih kecil dari 0,05 (5%) maka suatu variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis diterima jika taraf signifikan ($\alpha < 0,05$) dan hipotesis ditolak jika taraf signifikan ($\alpha > 0,05$) (Sujarweni, 2015).

3.9.2 Uji Simultan (Uji-F)

Uji F digunakan untuk mengevaluasi pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen. Uji F ini bisa dijelaskan dengan menggunakan analisis varian (analysis of variance = ANOVA). Apabila nilai F statistik tinggi maka akan menolak hipotesis nol. Sedangkan rendahnya nilai F statistik akan menerima hipotesis nol karena variabel independen hanya sedikit menjelaskan variasi variabel dependen disekitar rata-ratanya. F-test digunakan untuk menguji pengaruh secara bersama-sama atau simultan. Rumus hipotesisnya:

H_0 : tidak ada pengaruh antara variabel religiusitas dan persepsi masyarakat terhadap minat menabung.

Ha : ada pengaruh antara variabel religiusitas dan persepsi masyarakat terhadap minat menabung.

Pengambilan keputusannya:

Jika nilai Sig. > 0,05 maka H0 diterima, Ha ditolak

Jika nilai Sig. < 0,05 maka H0 ditolak Ha diterima

3.9.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Besarnya koefisien determinasi adalah nol sampai dengan satu. Semakin mendekati nol, maka semakin kecil pula pengaruh semua variabel independen (X) terhadap nilai variabel dependen (Y). Jika koefisien determinasi mendekati satu, maka semakin besar pengaruh semua variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Menurut Ghazali (2016) menjelaskan Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Dan jika nilai mendekati satu (1) maka variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk menjelaskan variabel dependen (Y).

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Gampong Seulimeum, Seulimeum merupakan salah satu kelurahan yang ada di Mukim Seulimeum, kecamatan Seulimeum, Kabupaten Aceh Besar, provinsi Aceh, Indonesia. jumlah penduduknya 429 jiwa. Jarak terdekat ke bank yang harus ditempuh oleh masyarakat Gampong Seulimum sekitar 5 menit bagi pengendara motor dan 10 menit bagi pejalan kaki. Pada Gampong Seulimum terhadap 2 bank saja yaitu Bank Aceh Syariah (BAS) dan Bank Syariah Indonesia (BSI).

4.2 Deskripsi Data Penelitian

4.2.1 Karakteristik Responden

Karakteristik responden digunakan untuk mengetahui keragaman responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan dan pekerjaan. Hal ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang cukup jelas mengenai kondisi responden dan hubungannya dengan masalah dan tujuan penelitian. Pengambilan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner secara langsung, selanjutnya peneliti melakukan analisis data statistik dan disajikan dalam beberapa tabel sebagai berikut:

1. Karakteristik Menurut Jenis Kelamin

Tabel 4.1
Karakteristik Menurut Jenis Kelamin

Jenis_Kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	laki-laki	101	48,3	48,3	48,3
	Perempuan	107	51,7	51,7	100,0
	Total	208	100,0	100,0	

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.1 diketahui bahwa jenis kelamin responden masyarakat Gampong Seulimeum yang dominan mengisi kuesioner yaitu perempuan sebanyak 107 orang (51,7%) dan selebihnya yaitu responden laki-laki sebanyak 101 orang (48,3%).

2. Karakteristik Menurut Usia

Tabel 4.2
Karakteristik Menurut Usia

Usia_Responden					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 20 tahun	17	8,2	8,2	8,2
	20-29 tahun	85	40,6	40,6	48,8
	30-39 tahun	70	33,8	33,8	82,6
	40-50 tahun	36	17,4	17,4	100,0
	Total	208	100,0	100,0	

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan pada tabel 4.2 usia responden masyarakat Gampong Seulimeum menunjukkan mayoritas responden yang berusia 20-29 tahun sebanyak 85 orang (40,6%) kemudian responden yang berusia 30-39 tahun sebanyak 70 orang (33,8%) selanjutnya responden yang berusia 40-50 tahun sebanyak 36 orang (17,4%) dan responden yang berusia dibawah 20 tahun sebanyak 17 orang (8,2%). Dapat dilihat dari tabel 4.2 menunjukkan bahwa usia 20-29 tahun mendominasi pada penelitian ini yaitu berjumlah 84 responden.

3. Karakteristik Menurut Pendidikan Terakhir

Tabel 4.3
Karakteristik Menurut Pendidikan Terakhir

		Pendidikan_terakhir			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	D3	10	4,8	4,8	4,8
	S1 / D4	64	30,4	30,4	35,3
	S2/S3	11	5,3	5,3	40,6
	SD/SMP	10	4,8	4,8	45,4
	SMA	113	54,6	54,6	100,0
	Total	208	100,0	100,0	

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan pada tabel 4.3 dari tingkat pendidikan terakhir didominasi pada tingkat SMA sebanyak 113 responden (54,6%) selanjutnya pendidikan terakhir pada tingkat S1/D4 sebanyak 64 responden (30,4%) kemudian pendidikan terakhir pada tingkat S2/S3 sebanyak 11 responden (5,3%) kemudian pada tingkat D3

sebanyak 10 responden (4,8) dan pada tingkat SD/SMP sebanyak 10 responden (4,8%).

4. Karakteristik Menurut Pendapatan

Tabel 4.4
Karakteristik Menurut Pendapatan

		Pendapatan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 1.000.000	24	11,6	11,6	11,6
	> 5.000.000	6	2,9	2,9	14,5
	1.000.000 - 2.000.00	96	46,4	46,4	60,9
	2.000.000 - 3.000.00	56	27,1	27,1	87,9
	3.000.000 - 5.000.00	25	12,1	12,1	100,0
	Total	208	100,0	100,0	

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan pada tabel 4.4 menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki pendapatan 1.000.000 - 2.000.00 sebanyak 96 responden (46,4%) kemudian pada pendapatan 2.000.000-3.000.00 berjumlah sebanyak 56 responden (27,1%) selanjutnya pada pendapatan 3.000.000-5.000.00 berjumlah sebanyak 25 responden (12,1%) pada pendapatan < 1.000.000 berjumlah sebanyak 24 responden (11,6%) dan pada pendapatan > 5.000.000 berjumlah sebanyak 6 responden (2,9%).

5. Karakteristik Menurut Pekerjaan

Tabel 4.5
Karakteristik Menurut Pekerjaan
Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	lainnya..	90	43,5	43,5	44,0
	Pedagang	44	20,8	20,8	64,7
	Petani	22	10,6	10,6	75,4
	PNS	22	10,6	10,6	86,0
	Swasta	12	5,8	5,8	91,8
	TNI/POLRI	5	2,4	2,4	94,2
	Wirausaha	12	5,8	5,8	100,0
	Total	208	100,0	100,0	

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan pada tabel 4.5 menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan pekerjaan lainnya berjumlah sebanyak 90 responden (43,5%) kemudian pada pekerjaan pedagang berjumlah sebanyak 43 responden (20,8%) selanjutnya pada pekerjaan petani berjumlah sebanyak 22 responden (10,6%) pada pekerjaan PNS berjumlah sebanyak 22 responden (10,6%) swasta berjumlah sebanyak 12 responden (5,8%) pada pekerjaan TNI/POLRI berjumlah sebanyak 5 (2,4%) dan pada pekerjaan wirausaha berjumlah sebanyak 12 responden (5,8%).

4.2.2 Tanggapan Responden

Interaksi, tanggapan, dan tanggapan informan terhadap pertanyaan peneliti merupakan tanggapan responden. Temuan penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju dengan

masing-masing 5, 4 serta 5 pertanyaan, termasuk variabel religiusitas (X1), persepsi (X2) dan minat menabung (Y). Berikut tabel tanggapan responden:

Tabel 4.6
Tanggapan Responden

Religiusitas (X1)								
No	Pertanyaan	STS	TS	RR	S	SS	Rata-rata	Total SS & STS
1	Dengan iman saya percaya bahwa Allah SWT yang menciptakan manusia dan akalanya beserta manfaatnya termasuk dalam menabung sesuai ketentuan yang Allah tetapkan (syariah)	0	0	99	58	51	3.8	109
2	Dalam islam kita di anjurkan untuk bersedekah kepada yang membutuhkan, seperti memberi sedekah saat bertransaksi di bank syariah. Apakah melalui online pada mbanking syariah ataupun mentransfer sedikit tabungan kita terhadap rekening badan amal yang disediakan	0	0	112	47	49	3.7	96
3	Dengan mengikuti akad-akad berdasarkan landasan syariah dan terhindar dari riba, maka kita bisa mendapat pahala dari Allah SWT	0	0	116	33	59	3.7	92

4	Dengan keberkahan ilmu yang Allah berikan dan saya gunakan, saya bisa mengelola keuangan saya berdasarkan prinsip syariah	0	0	69	64	75	4.0	139
5	Dalam Islam beramal shalih itu salah satunya bersyukur dan dapat memanfaatkannya, saya menabung menurut prinsip syariah merupakan amal shalih	0	0	69	64	75	4.0	139
Persepsi (X2)								
1	Produk tabungan dan akad pada bank syariah sudah sesuai dengan ketentuan syariah tidak menggunakan sistem bunga	0	0	127	52	29	3.5	81
2	Produk tabungan dan akad pada bank syariah aman serta memiliki sistem bagi hasil yang mempunyai manfaat tambahan yang saya rasakan	0	0	125	63	20	3.5	83
3	Produk tabungan dan akad pada bank memberikan keadilan bagi semua pihak yang menabung di bank syariah karena sistem bagi hasil untung rugi ditanggung kedua belah pihak	0	0	89	39	80	4.0	119
4	Prosedur pada bank syariah mudah dan tidak berbelit-belit	0	0	125	41	42	3.6	83
Minat Menabung (Y)								
1	Saya tertarik untuk mencari informasi dan mengikuti sosialisasi	0	0	110	36	62	3.8	98

	mengenai produk yang ada di bank syariah							
2	Saya mempertimbangkan terlebih dahulu sebelum memilih produk tabungan di bank syariah	0	0	112	54	42	3.7	96
3	Saya ingin mengetahui produk-produk tabungan apa saja yang ada di bank syariah	0	0	104	58	46	3.7	104
4	Saya tertarik untuk menabung di bank syariah	0	0	87	33	88	4.0	121
5	Saya mempunyai keinginan untuk memakai salah satu produk tabungan yang ada di bank syariah	0	0	91	67	50	3.8	117

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.6 tanggapan rata-rata setuju pada pertanyaan keempat dan lima di variabel religiusitas (X_1), pertanyaan ketiga di variabel persepsi (X_2) dan pertanyaan keempat di variabel minat menabung (Y) dengan jumlah rata-rata jawaban 4 (setuju). Sementara jawaban setuju dan sangat setuju tertinggi dipertanyaan keempat dan lima di variabel religiusitas dengan total jawaban masing-masing 139.

4.3 Uji Instrumen Penelitian

4.3.1 Uji Validitas Instrumen

Tujuan uji validitas instrumen untuk jaminan instrumen yang digunakan sesuai konsep penelitian dalam mengukur setiap

variabel. Butir pernyataan dinyatakan valid apabila r hitung lebih besar daripada r tabel. Hasil r hitung dibandingkan dengan r tabel dimana $df = n - 2$ dengan signifikansi 5% maka didapatkan r tabel 0,136. Jika tabel $< r$ maka dinyatakan valid.

Tabel 4.7
Uji Validitas

Variabel	Pernyataan/ Item	Pearson Correlation (r hitung)	r tabel	Keterangan
Religiusitas (X1)	X1.1	.390**	0,136	Valid
	X1.2	.434**	0,136	Valid
	X1.3	.400**	0,136	Valid
	X1.4	.530**	0,136	Valid
	X1.5	.530**	0,136	Valid
Persepsi (X2)	X2.1	.547**	0,136	Valid
	X2.2	.627**	0,136	Valid
	X2.3	.705**	0,136	Valid
	X2.4	.676**	0,136	Valid
Minat Menabung (Y)	Y1	.506**	0,136	Valid
	Y2	.512**	0,136	Valid
	Y3	.614**	0,136	Valid
	Y4	.538**	0,136	Valid
	Y5	.506**	0,136	Valid

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2023

Pada tabel 4.7 diatas dapat dilihat, bahwasanya r hitung dari variabel Religiusitas (X1) dan Persepsi (X2) dan Minat menabung (Y) diatas r tabel sebesar 0,136. Maka dapat dinyatakan semua butir pertanyaannya valid.

4.3.2 Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabel adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui variabel tersebut dapat dipercaya untuk dilakukan pengujian selanjutnya. Dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 menurut Wahyu (2019):

Tabel 4.8
Uji Reliabilitas

Variabel	Reliability	Cronbach's Alpha	Keterangan
Religiusitas (X1)	0.612	0,60	Reliabel
Persepsi (X2)	0.746	0,60	Reliabel
Minat Menabung (Y)	0.690	0,60	Reliabel

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2023

Hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini pada tabel 4.8 variabel Religiusitas (X1), Persepsi (X2) dan Minat Menabung (Y) diatas 0,60 yang artinya reliabel atau dapat dipercaya.

4.4 Uji Asumsi Klasik

4.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji normalnya model regresi. Dalam analisa ini menggunakan analisa Kolmogrov Smirnov dengan Test Kriteria sebagai berikut:

- Jika Sign. > 0,05 maka H_0 diterima (data berdistribusi normal).
- Jika Sign. < 0,05 maka H_0 ditolak (data tidak berdistribusi normal).

Tabel 4.9
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		208
Normal	0.0000000	0,0000000
Parameters ^{a,b}	2.14782068	2,14492021
Most	0.032	0,032
Extreme	0.032	0,032
Differences	-0.031	-0,032
Test Statistic		0.032
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

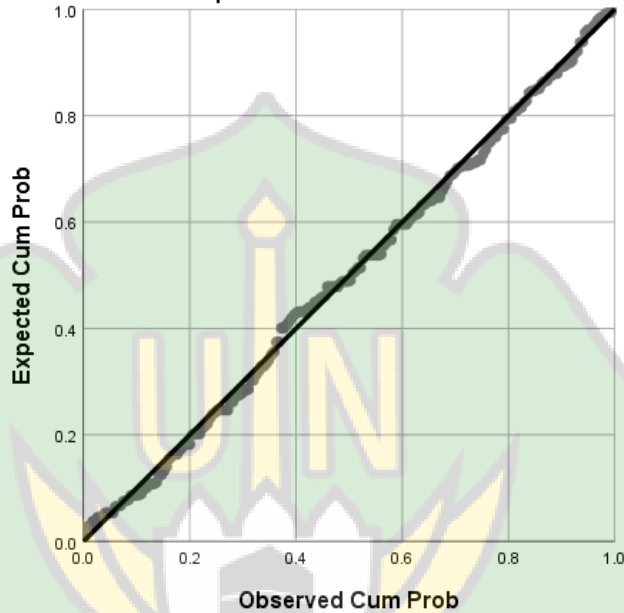
Sumber: Data diolah SPSS v25, 2023

Pada tabel 4.9 diatas dapat dilihat, bahwasanya keseluruhan statistiknya sebagai *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih besar daripada 0,05. Maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan kolmogrov Smirnov data berdistribusi normal. Dapat dilihat dari *p plot* nya:

Gambar 4.1
Uji Normalitas *p* plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Y



4.4.2 Uji Multikolonieritas

Adapun untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas pada model regresi dapat dilakukan dengan melihat VIF (*Variance Inflation Factors*) dan nilai toleransi. untuk pertimbangan sebagai berikut:

- a. Jika $VIF > 10$ atau nilai toleransi $< 0,10$ maka terjadi Multikolinearitas.
- b. Jika $VIF < 10$ atau nilai toleransi $> 0,10$ maka tidak terjadi Multikolinearitas

Tabel 4.10
Uji Multikolonieritas

Collinearity Statistics	
Tolerance	VIF
0.976	1.024
0.976	1.024

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2023

Pada tabel 4.10 diatas dapat dilihat, bahwasanya dari hasil uji VIF dapat diketahui masing-masing variabel independen memiliki $VIF < 10$ dan nilai *Tolerance* $> 0,10$. Maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak terhubung multikolonieritas antara variabel independen dengan variabel dependen.

4.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Adapun hasil uji heteroskedastisitas menggunakan uji koefisien korelasi Glejser sebagai berikut:

Tabel 4.11
Uji Heteroskedastisitas

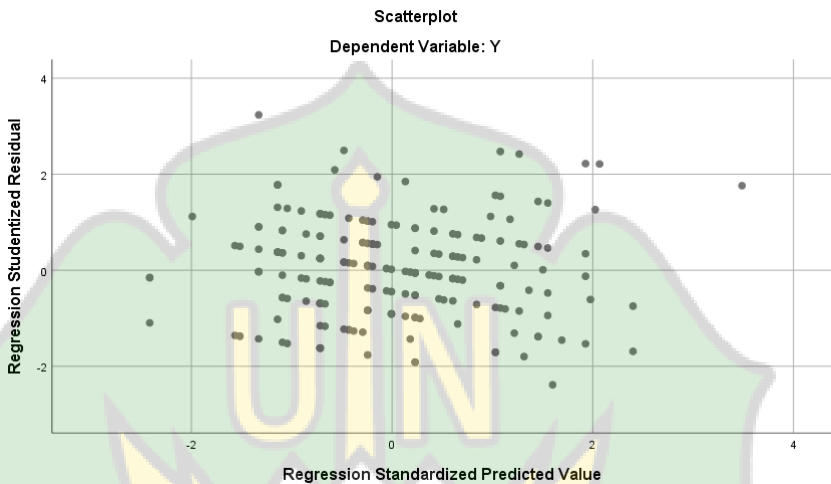
Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-0.173	1.055		-0.164	0.870
	X1	0.079	0.048	0.115	1.643	0.102
	X2	0.025	0.046	0.038	0.542	0.589
a. Dependent Variable: Abs RES						

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2023

Hasil pengujian diatas didapatkan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 artinya tidak terjadi gejala heteroskedastisitas tetapi homoskedastisitas, kondisi ketika nilai residual pada tiap nilai prediksi bervariasi dan variasinya cenderung konstan. Sehingga

dapat dilanjutkan ke pengujian selanjutnya. Dapat dilihat dengan gambar *scatterplot*:

Gambar 4.2
Scatterplot



Pada grafik tersebut dapat dilihat, titik-titik menyebar tidak mendekati 0 sehingga tidak terjadi gejala heteroskedastisitas tetapi homoskedastisitas.

4.5 Uji Linear Berganda

Perhitungan statistik regresi linear berganda digunakan penelitian ini dengan bantuan aplikasi komputer SPSS versi 25.0. Hasil pengolahan data besebagai berikut:

Tabel 4.12
Uji Linear Berganda

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.096	1.752		6.335	0.000
	X1	0.287	0.079	0.244	3.619	0.000
	X2	0.160	0.076	0.142	2.102	0.037
a. Dependent Variable: Y						

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2023

Berdasarkan Tabel 4.12 diatas, hasil analisis regresi linear berganda dapat diketahui koefisien berdasarkan rumus persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 11,096 + 0,287 X_1 + 0,160 X_2 + e$$

Dari persamaan tersebut dapat diketahui:

a. Konstanta 11,096

Hasil konstanta yang di dapat bernilai positif menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen. Artinya jika semua variabel independen religiusitas dan persepsi bernilai 0 persen atau tidak mengalami perubahan, maka nilai minat menabung adalah 11,096.

b. Koefisien regresi $b_1=0,283$

Religiusitas (X_1) memiliki nilai koefisien regresi 0,287, yang berarti jika religiusitas mengalami kenaikan sebesar satu satuan maka minat menabung meningkat sebesar 29%. Artinya variabel religiusitas memiliki kenaikan untuk mempengaruhi minat menabung nasabah di Bank Syariah.

c. Koefisien regresi $b_2=0,162$

Persepsi (X_2) memiliki nilai koefisien regresi 0,160, yang berarti jika persepsi mengalami kenaikan sebesar satu satuan maka minat menabung meningkat sebesar 16%. Artinya variabel persepsi memiliki kenaikan untuk mempengaruhi minat menabung nasabah di Bank Syariah.

4.6 Uji Hipotesis

4.6.1 Uji T (Parsial)

Uji parsial terhadap koefisien regresi, yaitu untuk mengetahui signifikansi pengaruh parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan mengasumsikan bahwa variabel independen lainnya dianggap sebagai konstanta. Berdasarkan hasil pengolahan dengan aplikasi SPSS versi 25.0 uji t parsial dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.13
Uji T (Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.096	1.752		6.335	0.000
	X1	0.287	0.079	0.244	3.619	0.000
	X2	0.160	0.076	0.142	2.102	0.037
a. Dependent Variable: Y						

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2022

Berdasarkan tabel 4.13 diatas dapat dijelaskan hasil uji t parsial sebagai berikut:

1. Hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa nilai t-hitung variabel religiusitas (X1) sebesar 3,619. Nilai t-hitung variabel religiusitas lebih besar dari nilai t-tabel ($3,619 > 1,651$) dengan nilai sig = $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima atau variabel independen religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat menabung.
2. Hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa nilai t-hitung variabel persepsi (X2) sebesar 2,102. Nilai t-hitung variabel persepsi lebih besar dari nilai t-tabel ($2,102 > 1,651$) dengan nilai sig = $0,037 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima atau variabel independen persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung.

4.6.2 Uji Simultan (Uji F)

Tujuan dilakukannya uji signifikan simultan untuk mengetahui apakah variabel independen yang ada dalam suatu model memiliki pengaruh secara bersamaan (simultan) terhadap variabel dependen. Uji F dinyatakan signifikan jika nilai F-hitung $>$ F-tabel dan nilai sig $< 0,05$. Hasil perhitungan uji F dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.14
Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	94.774	2	47.387	10.173	.000 ^b
	Residual	954.919	205	4.658		
	Total	1049.692	207			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X2, X1						

Sumber: Data diolah, (2023)

Berdasarkan tabel 4.14 hasil penelitian diketahui bahwa F-hitung sebesar 10,173. Hal ini menunjukkan bahwa F-hitung > F-tabel ($10,173 > 2,110$) dengan nilai sig $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel religiusitas dan persepsi masyarakat berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.

4.6.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan hasil pengolahan dengan aplikasi SPSS versi 25.0 hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.15
Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.300 ^a	0.090	0.081	2.158
a. Predictors: (Constant), X2, X1				
b. Dependent Variable: Y				

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2023

Besarnya nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai R sebesar 0,300 yang menunjukkan antara pengaruh religiusitas dan persepsi terhadap minat menabung sebesar 30% dalam kategori moderate atau sedang menurut nilai koefisien jalur atau besarnya hubungan/ pengaruh konstruk laten, sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor lainnya.

4.7 Pembahasan

4.7.1 Religiusitas Terhadap Minat Menabung

Hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa nilai t -hitung variabel religiusitas (X_1) sebesar 3,619. Nilai t -hitung variabel religiusitas lebih besar dari nilai t -tabel ($3,619 > 1,651$) dengan nilai $\text{sig} = 0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima atau variabel independen religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat menabung.

Religiusitas pada garis besarnya tercermin dalam pengamalan akidah, syariah, dan akhlak, atau dengan kata lain iman, Islam, dan ihsan. Masyarakat Aceh jika dilihat dari kegiatan maupun gaya hidupnya ialah masyarakat yang religius. Dengan demikian dari data yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang maka akan berhati-hati pula dalam memilih segala sesuatu yang akan dikerjakan. Tingkat religiusitas yang tinggi akan mendorong masyarakat untuk memilih menabung di perbankan syariah dalam membantu kegiatannya. Informasi yang diberikan terkait pemahaman tentang haram dan halal dalam transaksi ekonomi dapat meningkatkan kesadaran yang diharapkan dapat meningkatkan minat menabung masyarakat pada bank syariah.

Hal ini didukung penelitian oleh Sari dan Anwar (2018) yang menyatakan religiusitas berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah.

Selanjutnya didukung oleh penelitian Mujaddid dan Nugroho (2019) dengan hasil penelitian religiusitas berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa Tingkat Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung santri dengan nilai pengaruh sebesar 24,5% dan terbukti t hitung (4,343) lebih besar dari ($>$) t tabel (2,002).

4.7.2 Persepsi Terhadap Minat Menabung

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa nilai t-hitung variabel persepsi (X2) sebesar 2,102. Nilai t-hitung variabel persepsi lebih besar dari nilai t-tabel ($2,102 > 1,651$) dengan nilai $\text{sig} = 0,034 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima atau variabel independen persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung.

Persepsi merupakan kemampuan panca indra dalam menerjemahkan stimulus atau proses untuk menerjemahkan stimulus yang masuk kedalam alat indera manusia. Persepsi manusia terdapat perbedaan sudut pandang dalam penginderaan yang mempersepsikan sesuatu itu baik atau persepsi yang positif maupun persepsi negatif yang akan mempengaruhi keputusan manusia yang tampak atau nyata. Berbagai persepsi yang diberikan oleh masyarakat, mayoritas memiliki kecenderungan berminat untuk menabung di bank syariah. Dengan demikian, bahwa semakin baik persepsi masyarakat terhadap bank Syariah, maka akan mempengaruhi minat masyarakat untuk menabung di Bank Syariah. Oleh karena itu Bank Syariah perlu memberikan informasi lebih untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang produk-produk unggulan yang ada di bank syariah untuk menarik minat menabung masyarakat. Sosialisasi dilakukan dalam bentuk promosi, publikasi pada media massa atau bisa langsung kepada masyarakat.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian oleh Eka (2021) dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung.

Selanjutnya penelitian Novianti dan Hakim (2021) menyatakan variabel moderating persepsi memiliki pengaruh terhadap minat menabung di bank syariah. Artinya persepsi masyarakat terhadap bank syariah mempengaruhi minat masyarakat untuk menabung di bank syariah. Semakin positif persepsi masyarakat terhadap bank syariah, maka semakin besar pula minat masyarakat untuk menabung di bank syariah tersebut.

4.7.3 Religiusitas dan Persepsi Terhadap Minat Menabung

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa F-hitung sebesar 10,173. Hal ini menunjukkan bahwa $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$ ($10,173 > 2,110$) dengan nilai sig $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel religiusitas dan persepsi masyarakat berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Berdasarkan hasil perhitungan uji determinasi untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen dinyatakan dengan nilai koefisien determinasi sebesar 0,300 atau 30% dari keseluruhan 100%. Dan sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini. Variabel lain yang bisa mempengaruhi persamaan tersebut juga bisa dipengaruhi oleh beberapa faktor lain seperti faktor kebudayaan,

kelas sosial, keluarga, status, kelompok atau komunitas, usia, pekerjaan gaya hidup dan lain-lain.

Semakin baik persepsi masyarakat terhadap perbankan syariah maka minat menabung di bank syariah juga akan mengalami kenaikan. Begitu juga dengan variabel religiusitas, mendorong masyarakat untuk memilih menabung di perbankan syariah terkait pemahaman serta kesadaran tentang haram dan halal dalam transaksi ekonomi dapat meningkatkan minat menabung masyarakat pada bank syariah.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Hidayatulloh (2021) menyatakan persepsi dan religiusitas berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah.

Selanjutnya didukung oleh penelitian Novianti dan Hakim (2021) menyatakan variabel moderating persepsi memiliki pengaruh terhadap minat menabung di bank syariah. Hasil penelitian menghasilkan bahwa terdapat pengaruh antara religiusitas terhadap minat menabung di bank syariah dengan hasil perhitungan nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel ($2,846 > 1,665$). Dan tidak terdapat pengaruh antara persepsi terhadap minat menabung di bank syariah dengan hasil perhitungan nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel ($1,045 < 1,665$).

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan temuan kajian ini juga pembahasan tentang Pengaruh Religiusitas Dan Persepsi Masyarakat Gampong Seulimeum Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa variabel religiusitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat menabung. Artinya semakin tinggi nilai religiusitas pada bank syariah tersebut, maka semakin berminat masyarakat Gampong Seulimeum untuk menabung.
2. Selanjutnya hasil penelitian dari variabel persepsi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. Semakin baik persepsi masyarakat terhadap bank syariah, maka akan mempengaruhi minat masyarakat untuk menabung di bank syariah.
3. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan variabel religiusitas dan persepsi masyarakat berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Semakin baik persepsi masyarakat terhadap perbankan syariah maka minat menabung di bank syariah juga akan mengalami kenaikan. Begitu juga dengan variabel

religiusitas, mendorong masyarakat untuk memilih menabung di perbankan syariah terkait pemahaman serta kesadaran tentang haram dan halal dalam transaksi ekonomi dapat meningkatkan minat menabung masyarakat pada bank syariah.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, tentunya terdapat ruang perbaikan, baik dalam hal keterbatasan data atau masalah manajemen waktu, tetapi terutama dalam hal penulisan. Untuk hasil yang lebih baik, saran berikut dapat diberikan kepada subjek:

1. Manfaat Teoritis

- a. Kepada para ahli dalam perbankan syariah agar dapat memperkuat teori-teori yang dikemukakan.
- b. Kepada perbankan syariah agar dapat menambah wawasan tentang pemahaman pengaruh religiusitas yaitu religiusitas dapat menjadi pendorong yang kuat dalam membentuk sikap dan perilaku positif terkait dengan menabung dan pengelolaan keuangan yang sesuai dengan nilai-nilai agama yang diyakini dan persepsi masyarakat untuk memiliki pemahaman yang lebih baik tentang prinsip-prinsip keuangan syariah dan manfaatnya agar dapat membuat keputusan yang bijaksana dan sesuai dengan nilai-nilai agama yang diyakini masyarakat Gampong Seulimeum.

2. Manfaat Praktis

- a. Diharapkan kepada agi masyarakat kampung Seulimeum, penelitian ini sebagai tambahan pengetahuan dan pemahaman serta keyakinan para warga agar menabung di Bank Syariah.
- b. Kepada LKS agar mengkoreksi kekurangan dan kelemahannya sehingga nasabah berminat terhadap Lembaga Keuangan Syariah.

3. Manfaat Kebijakan

Kepada Bank Syariah agar dapat meningkatkan kinerja terutama sistem syariahnya dan dapat membantu mengatasi masalah agar nasabah tetap berminat terhadap Bank Syariah. Selanjutnya kepada Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Bank Indonesia agar lebih mengawasi sistem lembaga keuangan syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Andrianto. (2019). *Manajemen Bank Syariah: Implementasi Teori dan Praktek*. Surabaya: cv. Penerbit Qiara Media.
- Askarya (2017). *Akad Dan Produk Bank Syariah*. Bandung: PT Raja Grafindo Persada.
- Dadang Husen Sobana. (2016). *Hukum Perbankan di Indonesia*. Bandung: Pustaka Setia.
- Damayanti, S (2017), *Pengaruh Pandangan Islam, Pelayanan dan Keamanan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Cabang X. Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, Vol.9, No.1, 17-34.
- Diah Tri Kumalasari. (2016). *Pengaruh Pengetahuan Dan Persepsi Santri Tentang Perbankan Syariah Terhadap Niat Menggunakan Produk Bank Syariah Di Yogyakarta*. Skripsi. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
- Fahriah. (2017). *Pemahaman Masyarakat Kampung Handil Gayam Tentang Perbankan*. (Skripsi IAIN Antasari Banjarmasin)
- Ghozali, Iman. (2016). *Analisis Multivariaet dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Imran & Hendrawan, B. (2017). *Pengaruh Persepsi Masyarakat Batam Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah*. *Journal Of Business Administration*, vol. 1 (2), 209. 218.
- Iranti, R. B. (2017) . *Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Pegetahuan dan Lokasi terhadap Minat Masyarakat Menabung di bank syariah*. Skripsi. Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah

- Jalaluddin, Rakhmat. (2017). *Psikologi Komunikasi*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Jamal Wiwoho. (2011). *Hukum Perbankan Indonesia*. Surakarta: UNS Press
- Julia Sri Ningsih. (2017). *Pengaruh Persepsi, Tingkat Religiusitas Dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syari'ah* . Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung
- Kanuk dan Schiffman. (2004). *Perilaku Konsumen. Edisi ke-7*. Jakarta: Prentice Hall.
- KBBI. Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta: Tim Pustaka Phoenix.
- M. Ali Hasan. 2009. “Berbagai Macam Transaksi Dalam Islam (Fiqih Muamalah).” Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- M. Nur Rianto Al Arif. (2012). *Lembaga Keuangan Syariah Suatu Kajian Teoritis Praktis*. Bandung: CV Pustaka Setia
- Nugroho, A. P. Hidayat, A, & Kusuma, H. (2017). *The Influence Of Religiosity And Self Efficacy On The Saving Behavior Of Islamic Bank*. *Emeral Insight: Journal Of Islamic Marketing*, Vol. 12 (3), 35-47.
- Nurul Khotimah, (2018), *Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Citra Perusahaan dan Sistem Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah Menabung dan Loyalitas Bank Syariah Mandiri*, JMM17 Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen Vol 05 No 01 April.
- Rahma Bellani Oktavindria Iranati. (2017). *Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Pengetahuan dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah*, Skripsi, Tidak Diterbitkan, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.

- Rohaeni, H., Hikmah, A. S., & Rahmayani, R. (2018). *Be Good Atitude Dalam Berpenampilan Pada UMKM “ Kabupaten Bandung Barat “*. *Journal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1 (1), 142 – 148.
- Rohmatun, KL, & Dewi, C,K. (2017). *Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas Terhadap Niat Beli Pada Kosmestik Halal Melalui Sikap*. *Jurnal Ecodemica*, 1 (1), 27-35.
- Roni Anelespa (2017). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung di Bank Syariah, Al-Masraf , Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan*, Vol . 2. No.1, Januari-Juni 2017.
- Sasmitha Rindang Milenia. (2022). *Pengaruh Reputasi Dan Sharia Compliance Terhadap Switching Behavior Dimediasi Kepercayaan Pada Bank Syariah Di Indonesia*. Skripsi. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jember
- Sirajuddin, Muh. Randi. (2018). *Sistem Perbankan Syariah Di Indonesia Dan Malaysia (Analisis Perbandingan)*. Parepare: Repository IAIN Parepare.
- Slameto. (2018). *Belajar Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Stark, Rodneyi And Charles Y. Glock. (1965). “ *The New Denominationalism “ Review Of Religious Reserch* 7 (1): 8.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Supiani. Rahmat, F. & Budiman, F. (2021), *Pengaruh Budaya dan Persepsi Masyarakat Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah*. *Al-Bank: Journal Islamic Banking And Finance*, Vol. 1 (1), 49 – 58.

Surahman. (2020). *Metode Penelitian*. Kementerian Kesehatan Republik Indonesia

Syahrial. (2018). *Pengaruh Persepsi Nilai Dan Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menabung Serta Dampaknya Keputusan Menabung Pada Perbankan Syariah Di Bank Aceh, Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam*, Vol 4. No. 1. Maret 2018, ISSN 2502-6976, Hlm. 142.

Triana, N., Nurhasanah, N., & Senjiati, I. H. (2016). *Pengaruh Tingkat Religiusitas dan Disposable Income Mahasiswa Fakultas Syari'ah Unisba terhadap Minat Menabung di Bank BRI Syari'ah Kantor Kas Unisba* Influence The Level of Religiosity and Disposable Income Students of The Faculty of pendapatan dispos. *Prosiding Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 2(2), 529–534. Retrieved from <http://karyailmiah.unisba.ac.id/>

Wijayani, D.R. (2017). *Kepercayaan Masyarakat Menabung Pada Bank Umum Syariah*. Muqtasid, *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8 (1), 1-17. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.18326/Muqtasid.V8il.1-17>.

Yudrik Jahja. (2011). *Psikologi Perkembangan*. (Jakarta : Kencana ii)

Zuhirsyan, Muhammad. Nurlinda. (2018). *Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Nasabah terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah*. *Al-Amwal*, Volume 10, No. 1.

LAMPIRAN

Lampiran 1 : kuesioner Penelitian

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatu

Kepada Yth

Saya yang bernama 'Ida Jumia, mahasiswa Perbankan Syariah, FEBI, UIN Ar-Raniry dengan Nim 170603158 sedang mengadakan penelitian dengan judul skripsi “**PENGARUH RELIGIUSITAS DAN PERSEPSI MASYARAKAT GAMPONG SEULIMEUM TERHADAP MINAT MENABUNG DI BANK SYARIAH**”. Untuk keperluan tersebut, saya mohon bantuan Bpk/Ibu atau Saudara/i dengan hormat untuk memberikan penilaian melalui kuesioner ini dengan sebenar-benarnya berdasarkan atas apa yang Bpk/Ibu/Sdr/i lakukan berkaitan dengan apa yang Bpk/Ibu/Sdr/i rasakan. Data dan identitas responden akan dirahasiakan.

Semoga partisipasi yang Bpk/Ibu/Sdr/i berikan dapat bermanfaat untuk kepentingan ilmu pengetahuan serta dapat membantu upaya meningkatkan kinerja karyawan. Atas kerjasama dan partisipasi yang diberikan, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.



CARA PENGISIAN ANGKET

Berikan tanggapan anda terhadap pertanyaan-pertanyaan atau uraian dibawah ini sesuai dengan petunjuk.

Bagian Pertama:

Petunjuk: pilihlah satu atau jawaban yang sesuai dengan anda, dengan memberikan tanda *check* (✓).

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Jenis kelamin :
☐ Laki-laki ☐ Perempuan
3. Usia Responden :
☐ < 20 tahun ☐ 20-29 tahun
☐ 30-39 tahun ☐ 40-50 tahun
4. Pendidikan terakhir :
☐ SD/SMP ☐ S1/D4 ☐ S2/S3
☐ SMA ☐ D3
5. Saya memiliki tabungan di Bank Syariah
☐ Ya ☐ Tidak

Jika ya, sebutkan:

☐ Nama Bank.....

☐ Nama Tabungan.....

☐ Pendapatan : ☐ $\leq 1.000.000$

☐ 1.000.000 - 2.000.000

☐ 2.000.000 - 3.000.000

☐ 3.000.000 - 5.000.000

☐ $> 5.000.000$

☐ Pekerjaan :

☐ PNS ☐ TNI/POLRI

☐ Swasta

☐ Petani

☐ Pedagang

☐ Lainnya.....

☐ Wirausaha

Bagian Kedua:

Petunjuk: Pilihlah jawaban dengan memberikan tanda *check* (✓) pada salah satu jawaban yang paling sesuai menurut Saudara. Penilaian dapat dilakukan berdasarkan skala berikut ini:

Mulai dari skala 1 sampai dengan 5 semakin besar angka yang anda pilih semakin puas, dan sebaliknya.

SS : Sangat Setuju Nilai 5

S : Setuju Nilai 4

R : Ragu-ragu Nilai 3

TS : Tidak Setuju Nilai 2

STS : Sangat Tidak Setuju Nilai 1

A. Religiusitas (X_1)

No	Pertanyaan	SS	S	R	TS	STS
Iman						
1.	Dengan iman saya percaya bahwa Allah SWT yang menciptakan manusia dan akal nya beserta manfaatnya termasuk dalam menabung sesuai ketentuan yang Allah tetapkan (syariah)					
Islam						
2.	Dalam islam kita di anjurkan untuk bersedekah kepada yang membutuhkan, seperti memberi sedekah saat bertransaksi di bank syariah. Apakah melalui <i>online</i> pada mbanking syariah ataupun mentransfer sedikit tabungan kita terhadap rekening badan amal yang disediakan					
Ihsan						
3.	Dengan mengikuti akad-akad berdasarkan landasan syariah dan terhindar dari riba, maka kita bisa mendapat pahala dari Allah SWT					
Ilmu						
4.	Dengan keberkahan ilmu yang Allah berikan dan saya gunakan, saya bisa mengelola keuangan saya berdasarkan prinsip syariah					
Amal						
5.	Dalam Islam beramal shalih itu salah satunya bersyukur dan dapat memanfaatkannya, saya menabung menurut prinsip syariah merupakan amal shalih					

B. Persepsi (X_2)

No	Pertanyaan	SS	S	R	TS	STS
----	------------	----	---	---	----	-----

Sesuai dengan prinsip-prinsip syariah						
1.	Produk tabungan dan akad pada bank syariah sudah sesuai dengan ketentuan syariah tidak menggunakan sistem bunga					
Menguntungkan						
2.	Produk tabungan dan akad pada bank syariah aman serta memiliki sistem bagi hasil yang mempunyai manfaat tambahan yang saya rasakan					
Adil bagi semua pihak						
3.	Produk tabungan dan akad pada bank memberikan keadilan bagi semua pihak yang menabung di bank syariah karena sistem bagi hasil untung rugi ditanggung kedua belah pihak					
Tidak memberatkan nasabah						
4.	Prosedur pada bank syariah mudah dan tidak berbelit-belit					

C. Minat Menabung (Y)

No	Pertanyaan	SS	S	R	TS	STS
Tertarik untuk mencari informasi mengenai produk						
1.	Saya tertarik untuk mencari informasi dan mengikuti sosialisasi mengenai produk yang ada di bank syariah					
Mempertimbangkan untuk membeli						
2.	Saya mempertimbangkan terlebih dahulu sebelum memilih produk tabungan di bank syariah					
Ingin mengetahui produk						
3.	Saya ingin mengetahui produk-produk tabungan apa saja yang ada di bank syariah					
Tertarik untuk mencoba						
4.	Saya tertarik untuk menabung di					

	bank syariah					
Ingin memiliki produk						
5.	Saya mempunyai keinginan untuk memakai salah satu produk tabungan yang ada di bank syariah					



Lampiran 2. Karakteristik Responden

Jenis_Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	laki-laki	101	48.3	48.3	48.3
	Perempuan	107	51.7	51.7	100.0
	Total	208	100.0	100.0	

Usia_Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 20 tahun	17	8.2	8.2	8.2
	20-29 tahun	85	40.6	40.6	48.8
	30-39 tahun	70	33.8	33.8	82.6
	40-50 tahun	36	17.4	17.4	100.0
	Total	208	100.0	100.0	

Pendidikan_terakhir

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	D3	10	4.8	4.8	4.8
	S1 / D4	64	30.4	30.4	35.3
	S2/S3	11	5.3	5.3	40.6
	SD/SMP	10	4.8	4.8	45.4
	SMA	113	54.6	54.6	100.0
	Total	208	100.0	100.0	

Pendapatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 1.000.000	24	11.6	11.6	11.6
	> 5.000.000	6	2.9	2.9	14.5

1.000.000 - 2.000.00	96	46.4	46.4	60.9
2.000.000 - 3.000.00	56	27.1	27.1	87.9
3.000.000 - 5.000.00	26	12.1	12.1	100.0
Total	208	100.0	100.0	

Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	0.5	0.5	0.5
lainnya..	90	43.5	43.5	44.0
Pedagang	44	20.8	20.8	64.7
Petani	22	10.6	10.6	75.4
PNS	22	10.6	10.6	86.0
Swasta	12	5.8	5.8	91.8
TNI/POLRI	5	2.4	2.4	94.2
Wirausaha	12	5.8	5.8	100.0
Total	208	100.0	100.0	

Lampiran 3. Tanggapan Responden

No	Religiusitas (X1)				
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5
1	3	3	3	5	5
2	3	3	5	3	3
3	3	3	5	4	4
4	4	3	4	3	3
5	3	5	3	5	5
6	3	3	3	5	5
7	4	4	5	3	3
8	5	3	4	4	4
9	3	5	3	3	3
10	3	3	3	5	5
11	4	4	4	3	3

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

44	5	3	3	5	5
45	5	3	3	5	5
46	5	4	3	3	3
47	3	3	3	4	4
48	4	4	4	3	3
49	3	4	3	5	5
50	4	4	3	3	3
51	3	3	3	4	4
52	4	4	5	3	3
53	4	3	3	4	4
54	3	4	3	5	5
55	4	3	5	4	4
56	3	5	3	4	4
57	4	4	4	5	5
58	3	3	3	5	5
59	3	3	3	5	5
60	3	5	5	5	5
61	3	3	3	5	5
62	3	3	5	3	3
63	3	3	5	4	4
64	4	3	4	3	3
65	3	5	3	5	5
66	3	3	3	5	5
67	4	4	5	3	3
68	5	3	4	4	4
69	3	5	3	3	3
70	3	3	3	5	5
71	4	4	4	3	3
72	3	3	5	4	4
73	3	5	4	3	3
74	5	5	5	4	4
75	3	3	3	5	5

76	4	3	3	3	3
77	5	3	3	4	4
78	5	5	5	3	3
79	5	3	3	5	5
80	5	3	3	5	5
81	5	4	3	3	3
82	3	3	3	4	4
83	4	4	4	3	3
84	3	4	3	5	5
85	4	4	3	3	3
86	3	3	3	4	4
87	4	4	5	3	3
88	4	3	3	4	4
89	3	4	3	5	5
90	4	3	5	4	4
91	3	5	3	4	4
92	4	4	4	5	5
93	3	3	3	5	5
94	3	3	3	5	5
95	3	5	5	5	5
96	3	3	3	5	5
97	3	3	5	3	3
98	3	3	5	4	4
99	3	5	4	3	3
100	5	5	5	4	4
101	3	3	3	5	5
102	4	3	3	3	3
103	5	3	3	4	4
104	5	5	5	3	3
105	5	3	3	5	5
106	5	3	3	5	5
107	5	4	3	3	3

108	4	3	5	4	4
109	3	5	3	4	4
110	4	4	4	5	5
111	3	3	3	5	5
112	3	3	3	5	5
113	3	5	5	5	5
114	3	3	3	5	5
115	3	3	5	3	3
116	3	3	5	4	4
117	3	5	4	3	3
118	5	5	5	4	4
119	3	3	3	5	5
120	4	4	3	3	3
121	3	3	3	4	4
122	4	4	5	3	3
123	4	3	3	4	4
124	3	4	3	5	5
125	4	3	5	4	4
126	3	5	3	4	4
127	4	4	4	5	5
128	3	3	3	5	5
129	3	3	3	5	5
130	4	4	4	3	3
131	3	3	5	4	4
132	3	5	4	3	3
133	5	5	5	4	4
134	3	3	3	5	5
135	4	3	3	3	3
136	5	3	3	4	4
137	5	5	5	3	3
138	5	3	3	5	5
139	5	3	3	5	5

140	5	4	3	3	3
141	3	3	3	4	4
142	4	4	4	3	3
143	3	4	3	5	5
144	4	4	3	3	3
145	3	3	3	4	4
146	4	4	5	3	3
147	4	3	3	4	4
148	3	4	3	5	5
149	4	3	5	4	4
150	3	5	3	4	4
151	4	4	4	5	5
152	3	3	3	5	5
153	3	3	3	5	5
154	3	5	5	5	5
155	3	3	3	5	5
156	3	3	5	3	3
157	3	3	5	4	4
158	3	5	4	3	3
159	5	5	5	4	4
160	3	3	3	5	5
161	4	3	3	3	3
162	5	3	3	4	4
163	5	5	5	3	3
164	5	3	3	5	5
165	5	3	3	5	5
166	5	4	3	3	3
167	4	3	5	4	4
168	3	5	3	4	4
169	4	4	4	5	5
170	3	3	3	5	5
171	4	3	3	3	3

172	5	3	3	4	4
173	5	5	5	3	3
174	5	3	3	5	5
175	5	3	3	5	5
176	5	4	3	3	3
177	4	3	5	4	4
178	3	5	3	4	4
179	4	4	4	5	5
180	3	3	3	5	5
181	3	3	3	5	5
182	3	5	5	5	5
183	3	3	3	5	5
184	3	3	5	3	3
185	3	3	5	4	4
186	3	5	4	3	3
187	5	5	5	4	4
188	3	3	3	5	5
189	4	4	3	3	3
190	3	3	3	4	4
191	4	4	5	3	3
192	4	3	3	4	4
193	3	4	3	5	5
194	4	3	5	4	4
195	3	5	3	4	4
196	4	4	4	5	5
197	3	3	3	5	5
198	3	3	3	5	5
199	4	4	4	3	3
200	3	3	5	4	4
201	3	5	4	3	3
202	5	5	5	4	4
203	3	3	3	5	5

204	4	3	3	3	3
205	5	3	3	4	4
206	5	5	5	3	3
207	5	3	3	5	5
208	4	4	4	3	3

No	Persepsi (X2)			
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4
1	3	3	3	3
2	4	3	4	4
3	4	4	4	3
4	3	3	3	5
5	3	3	3	5
6	3	3	3	3
7	4	4	4	4
8	3	3	3	3
9	5	3	3	3
10	3	5	3	5
11	4	4	4	4
12	3	3	3	3
13	3	3	4	3
14	3	5	3	5
15	4	4	4	4
16	4	3	4	4
17	3	4	3	3
18	4	4	4	4
19	3	3	4	3
20	4	3	3	3
21	5	5	5	5
22	3	3	3	3
23	3	3	3	3
24	5	5	4	5

25	3	3	3	3
26	4	3	5	3
27	3	3	5	5
28	4	3	3	3
29	3	4	5	3
30	3	3	3	3
31	3	5	5	5
32	3	3	5	5
33	3	3	5	3
34	3	3	3	3
35	3	3	4	3
36	3	3	5	5
37	4	5	5	5
38	3	3	3	3
39	3	3	3	3
40	3	3	3	3
41	4	3	3	4
42	3	3	3	3
43	3	5	5	5
44	3	5	5	5
45	4	3	4	3
46	3	4	3	4
47	3	4	3	3
48	3	3	4	3
49	4	4	3	4
50	3	3	4	4
51	4	3	3	3
52	3	4	3	4
53	4	4	4	3
54	4	4	3	4
55	3	4	3	3
56	3	4	3	3

57	3	3	4	4
58	4	3	4	4
59	3	3	3	3
60	5	3	5	5
61	3	3	3	3
62	4	3	4	3
63	3	4	3	3
64	3	4	3	4
65	3	4	3	4
66	4	4	4	4
67	4	5	5	3
68	3	4	5	3
69	4	4	3	4
70	3	3	5	3
71	4	5	5	5
72	5	3	3	3
73	3	4	3	3
74	3	4	4	4
75	5	4	4	3
76	3	3	3	3
77	4	3	5	5
78	3	3	3	3
79	4	3	3	5
80	3	3	3	3
81	3	3	5	5
82	3	5	5	5
83	3	3	3	3
84	3	3	5	5
85	3	3	5	5
86	3	3	4	3
87	3	3	5	3
88	4	4	4	4

89	3	3	3	5
90	3	3	3	4
91	3	3	3	3
92	4	4	4	3
93	3	3	4	3
94	3	3	3	3
95	3	3	4	3
96	4	4	3	3
97	3	4	4	3
98	3	3	4	3
99	4	4	3	3
100	3	4	4	3
101	3	3	3	3
102	4	4	3	3
103	3	3	3	3
104	5	3	4	3
105	5	3	5	3
106	3	3	3	4
107	4	4	4	4
108	3	3	3	3
109	3	3	5	3
110	5	3	3	3
111	4	4	4	4
112	3	3	3	3
113	3	3	3	3
114	5	5	3	3
115	4	4	4	4
116	4	3	3	4
117	3	3	3	3
118	4	4	4	4
119	3	3	3	3
120	3	3	4	3

121	5	3	3	3
122	3	3	3	3
123	3	3	3	3
124	5	3	5	4
125	3	3	3	3
126	3	3	5	3
127	5	3	3	4
128	3	3	5	3
129	3	3	5	3
130	3	3	3	3
131	5	5	5	5
132	5	4	5	5
133	3	3	5	3
134	3	4	3	3
135	3	4	5	4
136	5	3	5	5
137	5	5	5	3
138	3	3	5	3
139	3	3	5	3
140	3	3	3	3
141	4	4	5	5
142	3	4	5	5
143	5	5	5	5
144	5	4	5	3
145	3	3	3	3
146	4	4	5	5
147	3	4	5	3
148	3	4	5	4
149	4	4	5	5
150	4	4	5	3
151	3	3	5	3
152	4	3	5	3

153	3	4	5	4
154	4	4	5	3
155	3	4	5	4
156	3	4	3	3
157	4	3	4	4
158	4	4	5	3
159	3	3	3	4
160	5	3	3	3
161	3	3	5	3
162	3	4	5	5
163	3	3	5	5
164	4	3	4	3
165	4	4	5	3
166	4	4	3	3
167	3	5	5	3
168	3	3	5	3
169	4	4	3	3
170	3	3	5	5
171	5	3	5	5
172	3	3	3	3
173	3	5	3	3
174	4	4	5	3
175	3	4	5	5
176	3	3	5	3
177	5	3	3	3
178	3	3	3	3
179	5	5	5	3
180	3	3	3	3
181	5	3	5	3
182	5	5	5	3
183	3	3	5	5
184	5	3	5	4

185	5	3	5	3
186	3	3	3	3
187	3	3	5	5
188	4	4	4	4
189	5	3	5	3
190	4	4	3	3
191	3	3	3	3
192	3	5	5	5
193	3	3	5	5
194	3	3	3	3
195	3	3	5	3
196	3	3	5	4
197	3	4	5	3
198	3	3	5	3
199	3	3	5	4
200	3	4	5	3
201	3	3	3	3
202	3	3	3	5
203	4	3	3	5
204	5	4	3	4
205	3	3	5	3
206	3	3	3	3
207	4	4	4	5
208	3	3	5	4

No	Minat (Y)				
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5
1	3	3	3	3	3
2	3	3	3	5	4
3	3	3	3	5	3
4	4	4	3	4	5
5	3	3	5	3	5

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

38	5	3	3	3	3
39	3	5	5	5	5
40	3	3	3	3	3
41	3	3	3	3	3
42	5	3	3	3	3
43	5	3	3	3	5
44	4	4	4	3	3
45	3	4	3	5	5
46	3	3	3	3	4
47	5	3	4	4	4
48	4	3	5	3	3
49	3	4	3	5	4
50	3	3	3	3	3
51	4	3	4	4	3
52	5	4	3	3	4
53	4	5	3	5	4
54	5	3	5	5	4
55	4	3	4	4	4
56	4	4	4	4	3
57	3	3	3	3	4
58	4	3	4	4	3
59	4	3	4	3	3
60	3	3	4	4	5
61	3	3	5	5	3
62	3	4	3	3	4
63	3	4	3	3	3
64	3	3	4	3	5
65	3	4	3	3	5
66	3	3	5	5	3
67	3	4	4	3	4
68	5	3	5	5	3
69	5	4	3	3	5

70	3	3	3	5	3
71	5	3	5	5	4
72	5	3	5	3	3
73	5	4	3	5	4
74	3	3	3	3	5
75	4	3	4	4	4
76	5	4	3	4	4
77	5	4	4	4	3
78	3	4	4	4	4
79	5	3	4	3	3
80	3	3	4	3	4
81	3	3	5	5	4
82	3	5	3	5	4
83	3	5	4	5	4
84	4	4	3	5	3
85	4	3	5	5	4
86	3	3	5	5	3
87	3	5	3	5	3
88	3	4	4	5	5
89	4	3	3	3	3
90	3	3	5	3	4
91	3	4	3	3	3
92	4	5	4	3	5
93	5	4	3	3	5
94	3	5	4	4	3
95	3	4	5	4	4
96	4	4	4	3	3
97	3	3	4	5	5
98	3	4	3	5	4
99	3	4	3	5	3
100	3	3	3	5	3
101	3	3	4	5	4

102	4	3	3	5	4
103	4	3	5	5	4
104	3	3	5	5	4
105	4	3	3	5	3
106	3	3	4	5	4
107	4	3	3	5	3
108	3	5	5	5	3
109	4	5	3	3	5
110	3	3	4	3	3
111	3	5	3	3	4
112	3	5	4	3	3
113	4	5	5	3	5
114	3	3	4	4	5
115	3	4	4	4	3
116	4	5	3	3	4
117	4	5	5	5	3
118	4	3	3	5	5
119	3	5	3	5	3
120	3	3	5	5	4
121	5	3	3	3	3
122	5	3	3	5	4
123	3	3	3	5	5
124	5	4	3	5	4
125	3	3	5	5	4
126	3	3	3	3	3
127	3	4	4	3	4
128	5	5	3	3	3
129	3	3	5	5	4
130	3	3	3	3	4
131	5	4	4	5	4
132	3	3	3	5	4
133	5	3	5	5	3

134	5	5	5	5	4
135	5	4	4	5	3
136	3	4	4	5	3
137	5	3	3	5	5
138	3	4	4	5	3
139	5	4	3	3	4
140	3	4	4	5	3
141	5	5	5	3	5
142	5	3	3	5	5
143	3	3	3	3	3
144	3	4	3	3	3
145	5	3	3	3	5
146	5	5	4	3	3
147	3	4	3	5	4
148	3	5	3	3	3
149	3	3	4	4	4
150	3	3	5	3	5
151	3	3	3	5	4
152	5	3	3	3	3
153	3	5	4	4	5
154	3	3	3	3	5
155	5	3	3	5	3
156	5	5	5	5	5
157	3	5	4	4	3
158	3	5	4	4	3
159	5	3	3	3	3
160	5	3	4	4	5
161	3	3	3	3	3
162	5	3	3	5	3
163	3	3	3	5	5
164	5	4	3	5	3
165	3	3	5	5	5

166	5	3	3	3	3
167	5	4	4	3	4
168	5	5	3	3	5
169	5	3	5	5	5
170	3	3	3	3	3
171	5	4	4	5	5
172	5	3	3	5	3
173	5	3	5	5	3
174	5	5	5	5	3
175	3	4	4	5	5
176	5	4	4	5	3
177	3	3	3	5	5
178	3	4	4	5	4
179	5	4	3	3	4
180	5	4	4	5	3
181	3	5	5	3	4
182	3	3	3	5	3
183	5	3	3	3	3
184	5	4	3	3	4
185	5	3	3	3	4
186	3	5	4	3	4
187	5	4	3	5	4
188	3	5	3	3	3
189	3	3	4	4	4
190	5	3	5	3	3
191	3	3	3	5	3
192	3	3	3	3	5
193	5	5	4	4	3
194	3	3	3	3	4
195	3	3	3	5	3
196	5	5	5	5	5
197	3	5	4	4	5

198	3	5	4	4	3
199	3	3	3	3	4
200	3	3	4	4	3
201	4	3	5	5	5
202	3	3	3	5	3
203	3	3	3	5	4
204	3	3	3	3	3
205	4	3	3	3	4
206	4	3	3	3	5
207	3	3	3	3	4
208	3	3	3	3	4

Lampiran 4. Uji Instrumen

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.152*	.167*	-.209**	-.209**	.390**
	Sig. (2-tailed)		0.028	0.016	0.003	0.003	0.000
	N	207	207	207	207	207	207
X1.2	Pearson Correlation	.152*	1	.324**	-.245**	-.245**	.434**
	Sig. (2-tailed)	0.028		0.000	0.000	0.000	0.000
	N	207	207	207	207	207	207
X1.3	Pearson Correlation	.167*	.324**	1	-.312**	-.312**	.400**
	Sig. (2-tailed)	0.016	0.000		0.000	0.000	0.000
	N	207	207	207	207	207	207
X1.4	Pearson Correlation	-.209**	-.245**	-.312**	1	1.000**	.530**
	Sig. (2-tailed)	0.003	0.000	0.000		0.000	0.000
	N	207	207	207	207	207	207
X1.5	Pearson Correlation	-.209**	-.245**	-.312**	1.000**	1	.530**
	Sig. (2-tailed)	0.003	0.000	0.000			0.000
	N	207	207	207	207	207	207

	Sig. (2-tailed)	0.003	0.000	0.000	0.000		0.000
	N	207	207	207	207	207	207
X1	Pearson Correlation	.390**	.434**	.400**	.530**	.530**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	207	207	207	207	207	207

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

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

		Correlations				
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.232**	.143*	0.100	.547**
	Sig. (2-tailed)		0.001	0.040	0.152	0.000
	N	207	207	207	207	207
X2.2	Pearson Correlation	.232**	1	.218**	.274**	.627**
	Sig. (2-tailed)	0.001		0.002	0.000	0.000
	N	207	207	207	207	207
X2.3	Pearson Correlation	.143*	.218**	1	.321**	.705**
	Sig. (2-tailed)	0.040	0.002		0.000	0.000
	N	207	207	207	207	207
X2.4	Pearson Correlation	0.100	.274**	.321**	1	.676**
	Sig. (2-tailed)	0.152	0.000	0.000		0.000
	N	207	207	207	207	207
X2	Pearson Correlation	.547**	.627**	.705**	.676**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	207	207	207	207	207

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

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

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y
Y1	Pearson Correlation	1	0.134	0.103	0.021	0.060	.506**
	Sig. (2-tailed)		0.054	0.140	0.767	0.394	0.000
	N	207	207	207	207	207	207
Y2	Pearson Correlation	0.134	1	.160*	0.038	0.094	.512**
	Sig. (2-tailed)	0.054		0.022	0.590	0.179	0.000
	N	207	207	207	207	207	207
Y3	Pearson Correlation	0.103	.160*	1	.233**	.178*	.614**
	Sig. (2-tailed)	0.140	0.022		0.001	0.010	0.000
	N	207	207	207	207	207	207
Y4	Pearson Correlation	0.021	0.038	.233**	1	0.068	.538**
	Sig. (2-tailed)	0.767	0.590	0.001		0.328	0.000
	N	207	207	207	207	207	207
Y5	Pearson Correlation	0.060	0.094	.178*	0.068	1	.506**
	Sig. (2-tailed)	0.394	0.179	0.010	0.328		0.000
	N	207	207	207	207	207	207
Y	Pearson Correlation	.506**	.512**	.614**	.538**	.506**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	207	207	207	207	207	207

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.612	5

**Reliability
Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
0.746	4

**Reliability
Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
0.690	5

Lampiran 5. Uji Asumsi Klasik

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		208
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	2.14782068
Most Extreme Differences	Absolute	0.032
	Positive	0.032
	Negative	-0.031
Test Statistic		0.032
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

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

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	-0.173	1.055		-0.164	0.870
X1	0.079	0.048	0.115	1.643	0.102
X2	0.025	0.046	0.038	0.542	0.589

a. Dependent Variable: Abs_RES

Collinearity Statistics	
Tolerance	VIF
0.976	1.024
0.976	1.024

Lampiran 6. Uji Hipotesis

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.096	1.752		6.335	0.000
	X1	0.287	0.079	0.244	3.619	0.000
	X2	0.160	0.076	0.142	2.102	0.037

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	Sig.
1	Regression	94.774	2	47.387	10.173
	Residual	954.919	205	4.658	
	Total	1049.692	207		

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.300 ^a	0.090	0.081	2.158

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y