

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI
MINAT MAHASISWA MENABUNG DI BANK
SYARIAH INDONESIA**



SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Perbankan syariah*

Oleh

**ROHMA SARI HASIBUAN
NIM. 18 401 00133**

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH ALI
HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2023

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI
MINAT MAHASISWA MENABUNG DI BANK
SYARIAH INDONESIA**



SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Perbankan syariah*

Oleh

**ROHMA SARI HASIBUAN
NIM. 18 401 00133**

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH ALI
HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2023

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI
MINAT MAHASISWA MENABUNG DI BANK
SYARIAH INDONESIA**



SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Perbankan syariah*

Oleh:

**ROHMA SARI HASIBUAN
NIM. 18 401 00133**

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

PEMBIMBING I

**Winlari, S.E, M.A
NIP.19830510 201503 2 003**

PEMBIMBING II

**Zulfauka Matondang, M.Si
NIDN. 20175 830 2**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH ALI
HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2023**

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **ROHMA SARI HASIBUAN**
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidempuan, 9 November 2023
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam Universitas Islam Negeri Syekh
Ali Hasan Ahmad Addary
Padangsidempuan
Di-
Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **ROHMA SARI HASIBUAN** yang berjudul **"Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa FTIK Angkatan Tahun 2020 UIN Syahada Padangsidempuan)"**, maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqasyah.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama dari Bapak/Ibu kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

PEMBIMBING I



Windari, S.E, M.A
NIP.19830510 201503 2 003

PEMBIMBING II



Zulaika Matondang, M.Si
NIDN. 20175 830 2

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah yang maha pengasih lagi maha penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rohma Sari Hasibuan
NIM : 18 401 00133
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi
Judul Skripsi : **Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa FTIK Angkatan Tahun 2020 UIN Syahada Padangsidimpuan)**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 Ayat 4 Tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa UIN SYAHADA Padangsidimpuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidimpuan, 9 November 2023
Saya yang Menyatakan,



ROIHMA SARI HASIBUAN
NIM. 18 401 00133

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Rohma Sari Hasibuan
NIM : 18 401 00133
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. Hak Bebas *Royalti Non Ekklusif (Non-Exclusive Royalty-Free Right)* atas karya ilmiah saya yang berjudul **“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa FTIK Angkatan Tahun 2020 UIN Syahada Padangsidimpuan)”** Dengan hak bebas *Royalti Non eksklusif* ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat : Padangsidimpuan
Pada Tanggal : 9 November 2023
Yang Menyatakan,



ROIHMA SARI HASIBUAN
NIM. 18 401 00133



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. T. Rizal Nurdin KM. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telephone (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama : Rohma Sari Hasibuan
NIM : 18 401 00133
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa FTIK Angkatan Tahun 2020 UIN Syahada Padangsidimpuan)

Ketua

Sry Lestari, M.E.I.
NIDN. 2005058902

Sekretaris

Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd.
NIDN. 2017038301

Anggota

Sry Lestari, M.E.I.
NIDN. 2005058902

Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd.
NIDN. 2017038301

Zulaika Matondang, M.Si.
NIDN. 2017058302

Arti Damisa, M.E.I.
NIDN. 2020128902

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Kamis/ 30 November 2023
Pukul : 10.00 WIB s/d 12.00 WIB
Hasil/Nilai : Lulus/ 74,25 (B)
Indeks Prestasi Kumulatif : 3.58
Predikat : Pujian



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**
Jl. T. Rizal Nurdin KM. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telephone (0634) 22080 Faximile (0634) 24022


PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa FTIK Angkatan Tahun 2020 UIN Syahada Padangsidimpuan)

Nama : Rohma Sari Hasibuan
NIM : 18 401 00133

Telah Dapat Diterima untuk Memenuhi Salah Satu Tugas
Dan Syarat-Syarat dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Perbankan Syariah

Padangsidimpuan, 21 Desember 2023
Dekan,


Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si.
NIP. 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

NAMA : Rohma Sari Hasibuan
NIM : 18 401 00133
JUDUL SKRIPSI : Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa FTIK Angkatan Tahun 2020 UIN Syahada Padangsidimpuan)

Minat adalah minat yang timbul dari diri sendiri tanpa adanya paksaan dari orang lain untuk mencapai suatu tujuan. Rumusan masalah adalah bagaimana pengaruh pengetahuan, promosi, reputasi dan religiusitas terhadap minat mahasiswa menabung di Bank Syariah Indonesia (Mahasiswa FTIK Angkatan Tahun 2020 UIN Syahada Padangsidimpuan)? Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan mengetahui apakah pengetahuan, promosi, reputasi dan religiusitas mempengaruhi minat mahasiswa FTIK Angkatan Tahun 2020 UIN Syahada Padangsidimpuan dalam menabung di Bank Syariah Indonesia. Teori dalam penelitian ini berkaitan dengan teori minat menabung membahas mengenai minat menabung, macam-macam minat, indikator minat, faktor-faktor yang mempengaruhi minat, aspek-aspek minat, minat dalam perspektif Islam. Teori pengetahuan membahas tentang pengertian dan jenis pengetahuan. Teori promosi membahas tentang pengertian dan indikator promosi. Teori reputasi membahas tentang pengertian dan dimensi reputasi. Teori religiusitas membahas tentang pengertian, dimensi dan faktor yang mempengaruhi religiusitas. Teori Bank Syariah membahas tentang pengertian dan produk-produk Bank Syariah. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode-metode deskriptif. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada responden mahasiswa FTIK Angkatan Tahun 2020 UIN Syahada Padangsidimpuan. SPSS Versi 23 digunakan untuk analisis data dalam beberapa tahapan, meliputi uji analisis data, uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji hipotesis klasik, uji regresi berganda, uji hipotesis (uji t dan uji F) dan koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa menabung di Bank Syariah Indonesia, sedangkan variabel promosi, reputasi dan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa FTIK Angkatan Tahun 2020 UIN Syahada Padangsidimpuan untuk menabung di Bank Syariah Indonesia.

Kata Kunci : Minat Menabung, Pengetahuan, Promosi, Reputasi, Religiusitas

ABSTRACT

NAME : Rohma Sari Hasibuan
NIM : 18 401 00133
THESIS TITLE : Analysis of Factors that Influence Students' Interest in Saving at Bank Syariah Indonesia (Case Study of FTIK Students Class of 2020 UIN Syahada Padangsidempuan)

Interest is an interest that arises from oneself without any coercion from others to achieve a goal. The formulation of the problem is how does knowledge, promotion, reputation and religiosity influence students' interest in saving at Bank Syariah Indonesia (FTIK Students Class of 2020, UIN Syahada Padangsidempuan)? The aim of this research is to test and find out whether knowledge, promotion, reputation and religiosity influence the interest of 2020 FTIK students at UIN Syahada Padangsidempuan in saving at Bank Syariah Indonesia. The theory in this research is related to the theory of interest in saving, discussing interest in saving, various types of interest, indicators of interest, factors that influence interest, aspects of interest, interest from an Islamic perspective. The theory of knowledge discusses the meaning and types of knowledge. Promotion theory discusses the meaning and indicators of promotion. Reputation theory discusses the meaning and dimensions of reputation. Religiosity theory discusses the meaning, dimensions and factors that influence religiosity. Sharia Bank Theory discusses the meaning and products of Sharia Banks. This type of research is quantitative research with descriptive methods. The data used is primary and secondary data obtained from questionnaires distributed to FTIK student respondents Class of 2020 at UIN Syahada Padangsidempuan. SPSS Version 23 is used for data analysis in several stages, including data analysis tests, validity tests, reliability tests, normality tests, classic hypothesis tests, multiple regression tests, hypothesis tests (t test and F test) and coefficient of determination. The results of this research show that the knowledge variable has no effect on students' interest in saving at Bank Syariah Indonesia, while the promotion, reputation and religiosity variables have a positive and significant effect on the interest of FTIK Class of 2020 UIN Syahada Padangsidempuan students to save at Bank Syariah Indonesia.

Keywords: Interest in Saving, Knowledge, Promotion, Reputation, Religiosity

KATA PENGANTAR



Assalaamu 'alaikum WarahmatullahiWabarakatuh

Syukur Alhamdulillah peneliti ucapkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, nikmat dan hidayah-Nya yang tiada henti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul penelitian “**Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa FTIK Angkatan Tahun 2020 UIN Syahada Padangsidimpuan)**”. Serta tidak lupa juga shalawat dan salam senantiasa dicurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, seorang pemimpin umat yang patut dicontoh dan diteladani kepribadiaannya dan yang senantiasa dinantikan syafaatnya di hari Akhir.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini, yaitu:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., Rektor Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan serta Bapak Dr. Erawadi, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Dr. Anhar M.A., selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr.

Ikhwanuddin Harahap, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan, Alumni dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si., selaku wakil Dekan Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak *Ibu* Dr. Rukiah Lubis, S.E., M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Ibu Dra. Hj. Replita, M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Sarmiana Batubara, M.A selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah, Ibu Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd. selaku Sekretaris Prodi Perbankan Syariah serta seluruh civitas akademika Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
4. Ibu Windari, S.E, M.A., selaku Pembimbing I dan Ibu Zulaika Matondang, M.Si., selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak serta Ibu Dosen Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

6. Teristimewa kepada ayahanda tercinta yaitu Bapak Banuaran Hasibuan yang telah membiayai kebutuhan peneliti juga senantiasa mendukung dan memberikan dorongan kepada peneliti sehingga bisa sampai pada tahap ini, kepada ibunda tercinta dan selalu dirindukan yaitu Ibu Alm. Asni Siregar salah satu pendorong dan memberikan kekuatan kepada peneliti untuk terus maju dan berusaha sampai pada tahap sekarang. Peneliti juga mengucapkan terimakasih kepada Ibu Wenny yang senantiasa menjaga dan mendampingi peneliti bisa sampai tahap ini. Teruntuk saudara/i tersayang yaitu Abah Abdul Rosip, Abah Laung, Adel, Upik, Bena dan Alya yang selalu memberikan dukungan serta nasihat dan seluruh keluarga besar yang selalu mendukung peneliti dalam menjalani perkuliahan ini.
7. Teruntuk kawan-kawan terdekat yaitu Rahma Nasution, Cindy Harahap, Manja, Devita, Meli, Sangkot, Mekar, Wilda, Enni, Dana, Acha dan Adam kawan seperjuangan yang selalu menyemangati dan turut berpartisipasi sekaligus membantu dalam menyusun skripsi ini.
8. Kepada teman sekelas yaitu keluarga PS 4 yang sudah menemani peneliti selama kurang lebih 4 tahun terakhir ini dalam masa perkuliahan sampai sekarang memberikan dukungan semangat dan motivasi dalam mencapai gelar sarjana.
9. Kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Disini akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT, karena atas karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada diri peneliti sehingga tidak menutupi kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan akhir kata, dengan segala kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, harapan penelitian semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan peneliti. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, untuk itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Padangsidempuan, Oktober 2023

Rohma Sari Hasibuan

NIM. 18 401 00133

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf Latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es
ص	šad	š	esdan ye
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We

ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..’..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

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

- a. Vokal Tunggal adalah vocal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
— /	fathah	A	A
— \	Kasrah	I	I
و —	ḍommah	U	U

- b. Vokal Rangkap adalah vocal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
.....ي	fathah dan ya	Ai	a dan i
و.....	fathah dan wau	Au	a dan u

- c. Maddah adalah vocal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ي.....ا.....	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas

ي...ى	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
و...و	ḍommah dan wau	ū	u dan garis di atas

3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk Ta Marbutah ada dua:

- a. Ta Marbutah hidup yaitu Ta Marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan ḍommah, transliterasinya adalah /t/.
- b. Ta Marbutah mati yaitu Ta Marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya Ta Marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka Ta Marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

4. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid. Dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

5. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

ال . Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

- a. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.
- b. Kata sandang yang diikuti huruf qamariah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

6. Hamzah

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu diletakkan di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun huruf ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bias dilakukan dengan dua cara bias dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

8. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf *capital* tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf *capital* seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya huruf *capital* digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan

permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal capital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak dipergunakan.

9. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagi antak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslit bang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI	
PENGESAHAN DEKAN	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Batasan Masalah	7
D. Definisi Operasional Variabel	7
E. Perumusan Masalah	9
F. Tujuan Penelitian	10
G. Manfaat Penelitian	11
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Landasan Teori	13
1. Minat Menabung	13
2. Pengertian Tabungan	19
3. Bank Syariah	22
4. Pengetahuan	25
5. Promosi	28
6. Reputasi	33
7. Religiusitas	34
B. Penelitian Terdahulu	38
C. Kerangka Berpikir	44
D. Hipotesis	44
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	46

B. Jenis Penelitian	46
C. Populasi dan Sampel	47
D. Sumber Data	48
E. Teknik Pengumpulan Data.....	49
F. Uji Instrumen (Validitas dan Reliabilitas).....	51
G. Teknik Analisis Data	52
1. Analisis Statistik Deskriptif.....	52
2. Uji Normalitas	52
3. Uji Asumsi Klasik	53
4. Analisis Regresi Linear Berganda	54
5. Uji Hipotesis	55
 BAB IV HASIL PENELITIAN	
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	57
1. Profil UIN Syahada Padangsidempuan	57
a. Sejarah UIN Syahada Padangsidempuan	57
b. Visi Misi UIN Syahada Padangsidempuan	58
c. Struktur Organisasi UIN Syahada Padangsidempuan	60
2. Profil Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan UIN Syahada	61
a. Sejarah Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan	61
b. Visi Misi Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan	63
c. Struktur Organisasi Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan	65
B. Deskripsi Data Penelitian	67
1. Berdasarkan Jenis Kelamin	67
2. Berdasarkan Program Studi	68
3. Berdasarkan Bank yang Digunakan	69
C. Analisis Data	69
1. Uji Validitas.....	69
2. Uji Reliabilitas.....	73
3. Hasil Uji Statistik Deskriptif	74
4. Hasil Uji Normalitas.....	75
5. Hasil Uji Asumsi Klasik	76
a. Hasil Multikolinearitas	76
b. Hasil Uji Heteroskedastisitas	77
6. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	78
7. Hasil Uji Hipotesis.....	79
a. Uji Parsial (Uji Statistik t).....	79
b. Uji Simultan (Uji Statistik F)	81
8. Hasil Analisis Koefisien Determinasi	82
D. Pembahasan Penelitian.....	82
E. Keterbatasan Penelitian.....	90
 BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	92
B. Implikasi Hasil Penelitian.....	92
C. Saran.....	93
Daftar Pustaka	

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Definisi Operasional Variabel	8
Tabel II.1 Penelitian Terdahulu.....	38
Tabel III. 1 Skala Likert	50
Tabel III. 2 Kisi-kisi Angket Variabel Penelitian	50
Tabel IV. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
Tabel IV.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas/Program Studi	68
Tabel IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Bank yang Digunakan	69
Tabel IV.4 Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Pengetahuan (X_1).....	70
Tabel IV. 5 Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Promosi (X_2).....	70
Tabel IV. 6 Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Reputasi (X_3).....	71
Tabel IV. 7 Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Religiusitas (X_4).....	72
Tabel IV.8 Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Minat (Y)	72
Tabel IV. 9 Hasil Uji Reliabilitas.....	73
Tabel IV. 10 Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif	74
Tabel IV. 11 Hasil Uji Normalitas	75
Tabel IV. 12 Hasil Uji Multikolinearitas	76
Tabel IV.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	77
Tabel IV. 14 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	78
Tabel IV. 15 Hasil Uji Secara Parsial (Uji t)	79
Tabel IV. 16 Hasil Uji Secara Simultan (Uji f).....	81
Tabel IV. 17 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R_2).....	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Kerangka Berpikir	44
Gambar IV.1 Struktur Organisasi UIN Syahada Padangsidempuan	60
Gambar IV. 2 Struktur Organisasi Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan	65

DAFTAR LAMPIRAN

Daftar Riwayat Hidup

Surat Penunjukan Pembimbing Skripsi

Kuesioner Penelitian

Lampiran Hasil Penelitian

Dokumentasi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perbankan sebagai lembaga strategis dalam intermediasi dana memiliki peran yang cukup signifikan dalam pertumbuhan ekonomi.¹ Hal ini dikarenakan adanya fungsi utama dari perbankan itu sendiri sebagai lembaga yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit ataupun pembiayaan. Perbankan memegang peranan dan strategis dalam kaitannya dengan penyediaan permodalan pengembangan sektor-sektor produktif, lembaga perbankan hampir ada di setiap negara karena keberadaannya sangat penting untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan perekonomian negara.²

Industri perbankan syariah mengalami perkembangan yang sangat pesat. Dengan diterbitkannya Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah menyebutkan: Bank syariah adalah bank yang melakukan kegiatan usaha sesuai dengan prinsip hukum syariah. Bank menurut jenisnya meliputi bank umum syariah dan bank pembiayaan syariah. Pada 16 Juli 2008, telah ada landasan hukum pengembangan perbankan syariah di tanah air yang akan mendorong perkembangan perbankan syariah lebih cepat.

¹ Sunarmo, Market Structure And Competition Of Islamic Banking In Indonesia, *Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan*, Vol. 20 (No.3), Januari 2018, 307–24, <https://doi.org/10.21098/Bemp.V20i3.855>.

² Muhammad Ariskiyanor, “Keputusan Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Menggunakan Produk Tabungan di Bank Konvensional (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Angkatan 2014 Dan 2015 Uin Antasari Banjarmasin)”. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Antasari Banjarmasin, 2019, hlm. 1.

Secara rata-rata, perkembangan sektor perbankan syariah sangat mengesankan aset telah tumbuh lebih dari 610% per tahun selama lima tahun terakhir. Dapat dilihat bahwa industri perbankan syariah telah memainkan peran yang semakin signifikan dalam mendukung perekonomian nasional.

Pelarangan bunga bank sudah sangat jelas ditegaskan haram atas dasar firman Allah SWT tersebut. Walaupun begitu masih ada sementara pendapat yang meragukan bunga bank termasuk riba atau bukan, namun telah menjadi kesepakatan ulama, ahli fiqh dan *Islamic Banker* menyatakan bahwa bunga bank adalah riba dan hukumnya haram.³ Hadirnya lembaga keuangan syariah merupakan implementasi dari pemahaman umat islam terhadap prinsip muamalah dan hukum ekonomi islam yang selanjutnya direpresentasikan dalam ekonomi lembaga keuangan syariah dalam bentuk bank maupun non-bank.

Ketertarikan mahasiswa menggunakan produk tabungan bank syariah berawal dari minat diri sendiri yaitu faktor keinginan atau kemauan diri sendiri, maupun faktor religiusitas yang mengharuskan menggunakan tabungan bank syariah itu sendiri. Menurut Assael dalam Priansa, menyatakan bahwa minat menabung merupakan kecenderungan nasabah untuk memilih produk-produk atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pemilihan untuk tingkat kemungkinan nasabah melakukan

³ Wanda Khairun Nasirin Nasirin, “*Forecasting Market Share Perbankan Syariah di Indonesia*”, (Skripsi, Padangsidempuan, Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, 2020), [Http://Etd.Iain-Padangsidempuan.Ac.Id/6234/](http://Etd.Iain-Padangsidempuan.Ac.Id/6234/).

penyimpanan.⁴ Masalah yang dihadapi lembaga keuangan syariah adalah bagaimana menarik dan mempertahankan nasabah agar bisnis dapat bertahan dan berkembang. Untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan strategi pemasaran yang tepat. Karena pemasaran merupakan hal yang sangat penting dalam setiap kegiatan yang berhubungan dengan kebutuhan konsumen. Agar pemasaran tepat sasaran, pemasar harus memperhatikan dengan seksama perilaku konsumen seperti penciptaan produk, positioning dan melakukan promosi yang tepat. Kotler percaya bahwa perilaku konsumen dipengaruhi oleh banyak faktor, antara lain: faktor budaya, kelas sosial, keluarga, status, kelompok, usia, pekerjaan, gaya hidup, dan lain-lain.⁵ Faktor-faktor tersebut yang akan menjadi acuan oleh pemasar untuk memasarkan produknya.

Alasan mengapa mahasiswa Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan tidak tertarik untuk menabung di bank syariah adalah karena mahasiswa Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan tidak mampu menerapkan ilmu operasional perbankan syariah. Masih banyak mahasiswa yang beranggapan bahwa bank syariah masih sama dengan bank konvensional padahal pada dasarnya mereka sudah mengetahui bahwa terdapat perbedaan antara bank syariah dan konvensional. Perbedaan pendapat ini disebabkan karena kurangnya pengetahuan dan kesadaran mahasiswa tentang perbankan syariah.

Pengetahuan adalah informasi yang diinterpretasikan seseorang menggunakan skema sejarah, pengalaman, dan interpretasi mereka.

⁴ Assael, "Minat Menabung", *Jurnal Manajemen dan Bisnis: Performa*, Vol. 16 (No. 1), Maret 2019, hlm. 81.

⁵ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Erlangga, 2008), hlm. 247.

Seseorang akan mencari beberapa informasi yang menarik minatnya, dan kumpulan informasi yang diperolehnya akan menjadi pengetahuan barunya. Kemampuan seseorang dalam menangkap informasi berbeda-beda. Ada yang memiliki tingkat pemahaman yang tinggi dan adapula yang rendah. Pengetahuan mahasiswa atau konsumen dapat ditingkatkan melalui promosi, dan salah satu bentuk promosi yang dapat meningkatkan pengetahuan mahasiswa atau konsumen adalah indikator promosi. Promosi yang baik adalah promosi yang menarik yang mendorong mahasiswa atau konsumen memiliki opini positif terhadap bank syariah.

Promosi adalah semua kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dalam rangka mengkomunikasikan produk perusahaan kepada konsumen dan membujuk konsumen untuk membeli produk perusahaan. Promosi adalah media informasi tentang segala hal yang berkaitan dengan produk yang ditawarkan oleh bank syariah kepada calon klien atau konsumen. Pengaruh kegiatan promosi akan sangat menentukan citra produk dan citra perusahaan di mata calon nasabah atau konsumen yang selanjutnya akan sangat mempengaruhi tingkat permintaan konsumen terhadap produk perbankan syariah. Selain itu, faktor reputasi dapat mempengaruhi minat mahasiswa untuk menjadi pelanggan. Reputasi adalah persepsi atau pendapat yang dipegang oleh konsumen tentang kredibilitas suatu lembaga atau perusahaan, atau pengalaman mereka dengan suatu produk atau layanan.

Reputasi dianggap sangat penting, terutama bagi Bank Syariah. Reputasi juga akan mempengaruhi keputusan siswa untuk menabung di bank

syariah. Jika reputasi bank syariah semakin baik, maka mahasiswa juga akan semakin baik dalam mengambil keputusan. Alasan yang mempengaruhi rendahnya minat mahasiswa untuk menabung di bank syariah mungkin karena persepsi kurangnya kredibilitas atau layanan bank syariah, dan mahasiswa akan berpikir dua kali untuk menabung di bank syariah karena ketidaknyamanan tersebut.

Selain faktor pengetahuan, promosi dan reputasi, ada faktor lain yang dianggap sama pentingnya dalam mempengaruhi keinginan menabung di bank syariah, yaitu religiusitas. Agama juga sangat penting, terutama bagi bank syariah. Agama juga mempengaruhi keputusan siswa untuk menabung di bank syariah. Mahasiswa lebih baik dalam mengambil keputusan jika agama yang dianutnya baik. Alasan mengapa minat mahasiswa untuk menabung di bank syariah tidak tinggi mungkin karena keyakinan agama mahasiswa yang kurang mendalam, mahasiswa akan beranggapan bahwa menabung di bank syariah atau bank konvensional itu sama saja.⁶

Penelitian yang dilakukan oleh Muh Abdul Aziz (2019) menunjukkan bahwa kegiatan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah di bank syariah.⁷ Sejalan dengan hal tersebut, penelitian Ilma Nurul Fitriyah (2020) menunjukkan bahwa kegiatan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat siswa untuk menabung di

⁶ Fitria Ariani, *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung)*, (Tulungagung: Skripsi, 2022).

⁷ Muh. Abdul Aziz, *“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus pada Bank BRI Syariah Kantor Cabang Semarang)*, (Salatiga: Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Salatiga: Tidak diterbitkan, 2019).

bank syariah. Penelitian Nur Laili Maghfiroh (2018) menunjukkan bahwa reputasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah BMT An-Nur. Namun, Penelitian yang dilakukan oleh Uniyanti (2018) menunjukkan bahwa afiliasi keagamaan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat menabung nasabah perbankan syariah.

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti ingin menguji apakah faktor pengetahuan, promosi, reputasi dan religiusitas mempengaruhi mahasiswa Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan UIN Syahada Padangsidempuan menabung di Bank Syariah. Maka dari latar belakang tersebut penulis mengambil judul **“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa FTIK Angkatan Tahun 2020 UIN Syahada Padangsidempuan)”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang peneliti uraikan diatas, maka peneliti menyimpulkan identifikasi masalah sebagai berikut:

- b. Kurangnya pengetahuan tentang perbankan syariah mempengaruhi minat mahasiswa menabung di Bank Syariah Indonesia
- c. Promosi produk yang dilakukan bank kurang meluas dan banyak mahasiswa belum mengetahui produk yang dimiliki Bank Syariah
- d. Banyaknya mahasiswa yang merasa kurang puas dengan pelayanan Bank Syariah

- e. Banyaknya mahasiswa meyakini Bank Syariah tidak berbeda dengan Bank lain

C. Batasan Masalah

Batasan masalah digunakan untuk menghindari kesimpangsiuran dalam membahas dan menganalisis permasalahan dalam penelitian ini. Batasan masalah dalam penelitian ini adalah membahas persoalan yang berkaitan dengan Pengetahuan (X_1), Promosi (X_2), Reputasi (X_3), Religiusitas (X_4) dan Minat Menabung (Y) di Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

D. Defenisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah definisi yang diberikan secara operasional terhadap variabel penelitian yang telah ditentukan berdasarkan karakteristik yang telah diamati oleh peneliti untuk melakukan observasi atau pengukuran secara tepat terhadap suatu objek atau fenomena, dan definisi operasional juga membantu penelitian untuk memfokuskan pada jenis alat ukur apa yang digunakan peneliti.⁸ Variabel dalam penelitian ini dibagi menjadi dua kelompok yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*). Definisi operasional untuk masing-masing variabel adalah sebagai berikut.

Tabel 1.1 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1	Minat Menabung (Y)	Minat merupakan keinginan yang timbul dalam diri	a. Dorongan dari dalam diri Individu	Ordinal

⁸Lailatun Sa'adah, *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis* (Tambakberas Jombang: LPPM, 2021), hlm. 153.

		sendiri tanpa ada paksaan dari orang lain. ⁹ Jadi yang akan diteliti dalam penelitian ini bagaimana Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah Indonesia	b. Faktor Sosial c. Faktor Emosional	
2	Pengetahuan (X ₁)	Pengetahuan produk merupakan sekumpulan berbagai macam pengetahuan tentang suatu barang. ¹⁰ Jadi yang akan diteliti dalam penelitian ini Bagaimana pengetahuan mahasiswa mengenai Bank Syariah Indonesia.	a. Pengetahuan Produk b. Pengetahuan Pembelian c. Pengetahuan Pemakaian	Ordinal
3	Promosi (X ₂)	Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan program pemasaran. ¹¹ Jadi yang akan diteliti dalam penelitian ini bagaimana pengaruh promosi terhadap minat mahasiswa menabung di Bank Syariah Indonesia.	a. Periklanan b. Promosi Penjualan c. Publisitas d. Penjualan Pribadi	Ordinal

⁹ Sofyan Assauri, *Bank Syariah: Dari Teori kepraktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2012), hlm. 85

¹⁰ Aditya Ryan Firmansyah, “*Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Persepsi Kualitas Terhadap Niat Beli Mobil Datsun Go Panca*”, *Bisnis Manajemen*, 2016)

¹¹ F Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi, 2008)

4	Reputasi (X ₃)	Reputasi adalah hasil yang menggambarkan citra perusahaan. ¹² Jadi yang akan diteliti dalam penelitian ini yaitu bagaimana reputasi Bank Syariah Indonesia terhadap minat mahasiswa menabung.	<ul style="list-style-type: none"> a. Nama Baik b. Reputasi Pesaing c. Dikenal Luas d. Kemudian Diingat 	Ordinal
5	Religiusitas	Religiusitas yaitu keyakinan seseorang pada Tuhan dengan semangat keagamaannya. ¹³ Jadi yang akan diteliti dalam penelitian ini yaitu bagaimana keyakinan mahasiswa terhadap Bank Syariah Indonesia.	<ul style="list-style-type: none"> a. Keyakinan b. Praktik Agama c. Pengalaman d. Pengetahuan Agama e. Konsekuensi 	Ordinal

E. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah Pengetahuan berpengaruh terhadap minat mahasiswa Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan UIN Syahada Padangsidimpuan untuk menabung di Bank Syariah Indonesia?

¹² Ceta Indra Lesmana, *Strategi Membangun Loyalitas Nasabah Bank Syariah* (Jawa Tengah:Wawasan Ilmu, 2023), hlm. 31

¹³ Hadi Pajarianto dkk, *READ Nilai dan Budaya Kerja Di Perguruan Tinggi Muhammadiyah: Apakah Religiusitas Dibutuhkan?* (Bandung: Indonesia Emas Group, 2022), hlm.24

2. Apakah Promosi berpengaruh terhadap minat mahasiswa Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan UIN Syahada Padangsidempuan untuk menabung di Bank Syariah Indonesia?
3. Apakah Reputasi berpengaruh terhadap minat mahasiswa Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan UIN Syahada Padangsidempuan untuk menabung di Bank Syariah Indonesia?
4. Apakah Religiusitas berpengaruh terhadap minat mahasiswa Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan UIN Syahada Padangsidempuan untuk menabung di Bank Syariah Indonesia?
5. Apakah Pengetahuan, Promosi, Reputasi, Dan Religiusitas berpengaruh terhadap minat mahasiswa Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan UIN Syahada Padangsidempuan untuk menabung di Bank Syariah Indonesia?

F. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah pengetahuan berpengaruh terhadap minat mahasiswa Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Angkatan Tahun 2020 UIN Syahada Padangsidempuan untuk menabung di Bank Syariah Indonesia.
2. Untuk mengetahui apakah promosi berpengaruh terhadap minat mahasiswa Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Angkatan Tahun 2020 UIN Syahada Padangsidempuan untuk menabung di Bank Syariah Indonesia.

3. Untuk mengetahui apakah reputasi berpengaruh terhadap minat mahasiswa Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Angkatan Tahun 2020 UIN Syahada Padangsidempuan untuk menabung di Bank Syariah Indonesia.
4. Untuk mengetahui apakah religiusitas berpengaruh terhadap minat mahasiswa Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Angkatan Tahun 2020 UIN Syahada Padangsidempuan untuk menabung di Bank Syariah Indonesia.
5. Untuk mengetahui apakah pengetahuan, promosi, reputasi dan religiusitas berpengaruh terhadap minat mahasiswa Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Angkatan Tahun 2020 UIN Syahada Padangsidempuan untuk menabung di Bank Syariah Indonesia.

G. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat kepada pihak-pihak sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini digunakan untuk melengkapi persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan jenjang sarjana (S1) pada Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Addary Padangsidempuan.

2. Bagi UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai tambahan referensi bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengkaji lebih mendalam berkaitan dengan judul penelitian ini.

3. Bagi Bank Syariah

Penelitian ini bisa berguna untuk bank syariah agar dapat mengorientasikan produk tabungan pada mahasiswa yang memiliki minat menabung di bank syariah.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini sebagai bahan referensi terdahulu untuk peneliti selanjutnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Pengertian Minat

Minat secara kamus besar Bahasa Indonesia adalah sebuah kecenderungan hati yang tinggi terhadap suatu gairah keinginan.¹ Minat merupakan salah satu aspek psikologis yang memiliki pengaruh besar terhadap perilaku setiap manusia. Minat merupakan motivasi yang dapat mengarahkan seseorang dalam melakukan suatu tindakan apa yang mereka lakukan, merekomendasikan, memilih dan mengambil keputusan untuk melakukan pembelian.²

Minat adalah respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan seseorang untuk membeli yang muncul secara eksternal. Minat dapat disimpulkan bahwa rasa tertarik atau rasa ingin terhadap suatu objek yang dilihatnya yang timbul dari dalam diri atau sikap individu sehingga timbullah serangkaian tingkah laku respon positif agar melakukan keputusan pembelian.³

Minat adalah minat yang timbul dari diri sendiri tanpa ada paksaan terhadap orang lain untuk mencapai suatu tujuan tertentu. minat lebih dikenal sebagai keputusan pemakaian atau pembelian jasa/produk tertentu. keputusan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau

¹ <https://kbbi.web.id/minat> (diakses pada 9 Juni 2023 Pukul 14.25).

² Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, (Bogor:Ghalia Indonesia, 2012)., hlm.173.

³ Bobby Hartono, dan Leni Indriyani, *Minat Beli di Marketplace Shopee*, (Padangsidempuan: PT Inovasi Pratama Internasional, 2022), hlm. 9.

tidak melakukan pembelian dan keputusan tersebut diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya yaitu kebutuhan dan dana yang dimiliki.⁴

Perkembangan dunia usaha yang dinamis dan penuh persaingan menuntut perusahaan untuk melakukan perubahan orientasi terhadap minat menarik dan memperhatikan target pasar dengan meningkatkan kreativitas, baik dengan menggunakan gambar ataupun pengelolaan kata lalu memberikan pengaruh terhadap semua ide-idenya agar sasaran produk tertarik lalu mengambil keputusan untuk membeli.

Minat menjadikan seseorang terpengaruh untuk berhubungan dengan suatu hal yang berada disekitarnya, jika ia merupakan suatu hal yang positif membawa kebahagiaan dan kecocokan untuknya kemungkinan bisa saja dia akan berminat atau tertarik untuk mencoba kepada sesuatu yang ditawarkan atau dilihat. Jadi, dapat disimpulkan minat merupakan suatu kecenderungan seseorang untuk melakukan pembelian rutin terhadap suatu produk dan jasa. Minat lebih dikenal sebagai keputusan pemakaian atau pembelian jasa/produk tertentu. Ada beberapa tahapan minat antara lain: Informasi yang jelas sebelum menjadi nasabah, Pertimbangan yang matang sebelum menjadi nasabah, Keputusan menjadi nasabah.⁵

⁴ Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), hlm. 14.

⁵ Muhammad Dayyan, Fahriansah, Juprianto, *Analisis Minat Masyarakat Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus di Gampong Pondok Kemuning)*, Jurnal Ilmiah Mahasiswa, Vol. 1 (No. 1), 2017, hlm. 7.

a) Macam-Macam Minat

Macam-macam minat menabung terdapat tiga menurut Saleh dan Wahab, yaitu:⁶

- 1) Berdasarkan timbulnya, minat dapat dibedakan menjadi minat primitive dan minat kultural. Minat primitive adalah suatu minat timbul karena sebuah kebutuhan biologis atau jaringan-jaringan tubuh. Sedangkan minat kultural bisa dikatakan sebagai minat sosial yaitu minat yang timbul karena proses belajar.
- 2) Berdasarkan Arahnya, minat dapat dibedakan menjadi minat intrinsik yaitu minat yang berhubungan langsung dengan aktivitas itu sendiri dan minat ekstrinsik adalah minat yang berhubungan dengan tujuan akhir dari kegiatan tersebut.
- 3) Berdasarkan cara mengungkapkan misalnya *ExpressedInterest*, *ManifestInterest*, *TestedInterest* dan *Invetoried Interest*.

b) Indikator Minat

Pengukuran indikator minat dapat dilihat sebagai berikut:⁷

- 1) Adanya perhatian dan kesadaran terhadap suatu benda atau objek. Sesuatu yang kita curahkan perhatian pada suatu benda atau objek, maka kita akan menyadari benda itu sepenuhnya. Artinya pada saat itu hanya benda itulah yang paling kita sadari, sedangkan benda-

⁶ Abdul Rahman Saleh dan Muhibb Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, I (Jakarta: Prenada Media Grup, 2004), hlm. 65.

⁷ Siti Aisya Majhaf. "Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kelurahan Siranindi Di Bank Muamalat Indonesia Palu Sulawesi Tengah, Al-Kharaj: Journalof Islamic Economicand Business" Vol 2, No. 1 (Juni 2020), hlm. 20.

benda lain disekitarnya banyak kita sadari, meskipun tingkat derajatnya tidak sama.

- 2) Adanya perasaan biasanya perasaan senang. Perasaan berkaitan erat dengan pengenalan, dijalani oleh setiap individu dengan rasa suka atau tidak suka, duka atau gembira dalam bermacam-macam gradasi atau derajat tingkatan.
- 3) Adanya dorongan (*motivating force*), minat dikatakan sebagai sumber kekuatan dalam memotivasi seseorang dalam mendorong individu untuk mau dan melakukan dari apa yang mereka mau.
- 4) Adanya sikap perilaku merupakan cerminan dari seseorang yang dimana bisa dikatakan ia berminat maupun tidak pada suatu objek. Namun perilakunya bukan suatu sikap yang dipelajari dan dikembangkan dengan pengalaman yang dilakukan oleh individu.

c) Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat

Berikut beberapa faktor yang mempengaruhi minat berdasarkan pendapat Abdul Wahab:

- 1) Dorongan, yaitu dorongan dalam hati tiap individu, misalnya dorongan agar makan.
- 2) Motif sosial, yaitu suatu faktor yang dapat meningkatkan minat untuk melakukan suatu tindakan tertentu.
- 3) Faktor emosional, yaitu suatu hubungan yang erat dengan emosi. Jika seseorang akan mendapat kesuksesan pada tindakan yang akan menimbulkan perasaan senang.

- 4) Faktor Psikologi, faktor psikologi terdiri dari kelompok motivasi, persepsi, pengetahuan, kepercayaan, dan sikap pendirian. motivasi, persepsi, pengetahuan, kepercayaan dan sikap pendirian.

Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi diantaranya:

- 1) Harga, yaitu sejumlah harga yang harus dibayar oleh konsumen guna memperoleh sesuatu.
- 2) Promosi, yaitu suatu aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk serta membujuk para konsumen agar mau membelinya.
- 3) Sikap orang lain, yaitu sejauh mana sikap orang lain mengurangi alternatif yang diminati seseorang akan bergantung pada hal yakni intensitas sikap negatif kepada orang lain.
- 4) Situasi, yaitu suatu faktor yang mengubah pendirian konsumen dalam melakukan pembelian rutin.⁸

d) Aspek-Aspek Minat

Berikut aspek-aspek minat antara lain yaitu:⁹

- 1) Perhatian, perhatian yang besar akan tumbuh dari seseorang konsumen terhadap suatu produk (barang atau jasa).
- 2) Ketertarikan, dari rasa tertarik yang muncul sebab adanya perhatian yang timbul.
- 3) Keinginan, setelah konsumen merasa tertarik terhadap objek tersebut maka timbul lah keinginan untuk memiliki produk.

⁸ Abdul Rahman S. Dan Muhib A. Wahab, *Op., Cit*, hlm. 264.

⁹ Bobby Hartono, dan Leni Indriyani, *Op. Cit.*, hlm. 25.

4) Keyakinan, setelah konsumen memiliki rasa yakin pada diri sendiri terhadap produk kemudian muncullah tindakan untuk melakukan keputusan pembelian rutin.

e) Minat dalam Perspektif Islam

Minat dalam perspektif Islam yaitu suatu pandangan hukum atau ajaran Islam terkait minat. Minat suatu keinginan nasabah atau konsumen atas suatu objek. Pengambilan keputusan membeli atau transaksi tentang bagaimana menafkahkan sebagian rezeki sebelum datang hari atau masa tidak terdapat kegiatan jual-beli. Oleh sebab itu, minat membeli tercantum dalam Al-Qur'an Al-Baqarah ayat 254:

لَا إِكْرَاهَ فِي الدِّينِ قَدْ تَبَيَّنَ الرُّشْدُ مِنَ الْغَيِّ فَمَنْ يَكْفُرْ بِالطَّغُوتِ
وَيُؤْمِنُ بِاللَّهِ فَقَدْ اسْتَمْسَكَ بِالْعُرْوَةِ الْوُثْقَىٰ لَا انْفِصَامَ لَهَا وَاللَّهُ سَمِيعٌ
عَلِيمٌ ٢٥٦

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, belanjakanlah (di jalan Allah) sebagian dari rezki yang telah Kami berikan kepadamu sebelum datang hari yang pada hari itu tidak ada lagi jual beli dan tidak ada lagi syafa'at dan orang-orang kafir Itulah orang-orang yang zalim.¹⁰

Ayat di atas menyatakan perintah menafkahkan rezeki atau harta benda yang berada dalam kemampuan seseorang. Pemberian harta benda apasaja dinamai rezeki hanya pemberian yang bersifat halal.

¹⁰ Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, (Bandung: CV Dipenorogo, 2012).

Transaksi tentang bagaimana menafkahkan sebagian rezeki sebelum datang hari atau masa tidak terdapat kegiatan jual-beli.¹¹

2. Pengertian Tabungan

Tabungan adalah simpanan uang yang berasal dari pendapatan yang tidak dibelanjakan dan bisa dilakukan oleh perorangan maupun instansi tertentu. Simpanan uang atau tabungan ini bisa diambil kapan saja tanpa terikat waktu. Ketika menabung di bank, biasanya nasabah akan mendapatkan beberapa fasilitas seperti Buku Tabungan, Kartu ATM, Layanan Internet Dan Mobile Banking, serta beberapa layanan lain sesuai dengan kebijakan masing-masing bank.¹²

Menabung berarti menyisihkan sebagian uang yang dimiliki untuk disimpan dalam waktu tertentu. Menabung merupakan kegiatan yang tidak boleh kita lupakan dan merupakan kegiatan yang sangat positif. Dengan menabung kita bisa menjadi pribadi yang lebih hemat dan tentu kita juga dapat belajar mengatur keuangan.¹³ Menurut Undang-undang No. 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan, Tabungan adalah simpanan yang hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro dan/atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.¹⁴

¹¹ M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah (Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an)*, (Jakarta: Lentera Hati 2002), hlm. 545.

¹² <https://www.etalasebisnis.com> di akses pada 8 Desember 2023, pukul 01.07

¹³ Tommy Syatriadi, *Pengertian Menabung*, 2013.

¹⁴ Ismail, *AKUNTANSI BANK, Teori dan Aplikasi dalam Rupiah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2010).

a. Tujuan menabung di Bank adalah sebagai berikut:

- 1) Nasabah merasa aman menyimpan uangnya dalam bentuk tabungan di bank.
- 2) Nasabah dapat menarik tabungannya dengan mudah karena bank memberikan kemudahan dalam hal penarikan, misalnya adanya mesin ATM yang tersebar dimana-mana, adanya ATM bersama memudahkan nasabah untuk menarik tabungannya di mesin ATM bank lain.
- 3) Untuk penghematan, agar seluruh penghasilannya tidak digunakan untuk belanja.¹⁵

b. Perspektif Islam Tentang Menabung

Menabung adalah menyisihkan harta untuk mempersiapkan suatu pengeluaran penting pada masa mendatang, sehingga pada saatnya tiba telah tersedia dana yang memadai.¹⁶ Berikut beberapa ayat Al-Qur'an dan Al-Hadits mengenai anjuran untuk menabung sebagai berikut.

1) QS Al-Isra (17:27)

إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Artinya: Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan itu adalah sangat ingkar kepada

¹⁵ Ibid, hlm. 48

¹⁶ Sisca Damayanti, "Pengaruh Pandangan Islam, Pelayanan dan keamanan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung di Bank Syariah Cabang X". *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa* Vol. 9, No. 1 (2016).

Tuhannya.¹⁷

Ayat di atas menjelaskan salah satu sifat yang dibenci Allah yaitu sifat boros dan berlebih-lebihan. Ayat ini ditafsirkan bahwa sesungguhnya orang yang memboroskan hartanya dalam perbuatan maksiat dan membelanjakan hartanya bukan pada perbuatan agama yang benar, maka mereka adalah teman setan baik di dunia dan akhirat. Sebab mereka mengikuti kehendak setan yang selalu menyuruh manusia memboroskan hartanya sehingga mereka nantinya bisa bersama-sama masuk neraka.¹⁸ Hidup hemat dan sederhana selaras dengan semangat umum umat Islam yaitu *al-i'tidal* (sikap ditengah-tengah). Dalam arti kata, tidak terlalu kikir jika sebenarnya mampu dan tidak pula boros atau berfoya-foya di atas kemampuan hidupnya.

2) Hadist

عن ابن عمر، قال رسول هلا صلى هلا عليه وس:
الإقتصاد في النفقه نصف العي

Artinya: “Berlaku hemat adalah setengah dari penghidupan”. (HR: Baihaqi).

Hadist ini menjelaskan pentingnya berhemat sehingga diibaratkan sebagai setengah dari penghidupan, berhemat

¹⁷ Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, (Bandung: CV Dipenorogo, 2012).

¹⁸ Muhammad Hasbi Ash-Shiddieqy, *Tafsir Al-Qur'anul Majid An-Nuur*, (Semarang: Pustaka Rizki Putra, 2000), hlm. 644.

merupakan gaya hidup Islam. Tidak bermewah-mewahan atau riya dan juga tidak kikir untuk bersedekah.

3. Bank Syariah

a. Pengertian Bank Syariah

Kata bank berasal dari bahasa Italia *Banque* atau *Banca* yang berarti bangku. Para banker *Florence* pada masa *Renaissance* melakukan transaksi mereka dengan duduk dibelakang meja penukaran uang, berbeda dengan pekerjaan kebanyakan orang yang tidak memungkinkan mereka untuk duduk sambil bekerja. Bank yang berasal dari bahasa Italia yang berarti bangku.

Bank adalah lembaga usaha yang beroperasi dalam aspek keuangan, artinya usaha perbankan selalu bersangkutan dengan kesulitan dibidang keuangan. Bank yang merupakan lembaga keuangan memiliki kegiatan utama yaitu harus dapat mengumpulkan modal maupun pemasukan dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut kepada masyarakat dan juga memberikan jasa bank lainnya.¹⁹

Berdasarkan defenisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa bank merupakan lembaga intermediasi keuangan yang bertugas menghimpun dan menyalurkan dana dimasyarakat untuk meningkatkan taraf hidup rakyat. Sedangkan perbankan merupakan segala sesuatu yang didalamnya berkaitan dengan bank.

¹⁹ Darwis Harahap dkk, *Pengantar Ekonomi Makro Kajian Integratif* (Jakarta: Kencana, 2020), hlm. 93.

Bank Syariah merupakan salah satu aplikasi ekonomi syariah Islam dalam mewujudkan nilai-nilai dan ajaran Islam yang mengatur bidang perekonomian umat yang tidak terpisahkan dari aspek-aspek ajaran Islam komprehensif dan universal. Komprehensif berarti ajaran Islam merangkum seluruh aspek kehidupan sosial kemasyarakatan termasuk bidang ekonomi, universal bermakna syariah Islam dapat diterapkan dalam setiap waktu dan tempat tanpa memandang perbedaan ras, suku, golongan, dan agama sesuai prinsip Islam sebagai “*Rahmatan Lil Alamin*”.²⁰

Bank syariah adalah bank yang berdasarkan prinsip syariah, dalam penentuan harga produknya sangat berbeda dengan bank konvensional. Bank syariah secara operasionalnya sesuai hukum Islam yang berlandaskan Al-qur’an dan Hadis. Dalam menyimpan dana atau menyalurkan dana (pembiayaan) dan kegiatan lainnya sesuai dengan aturan hukum Islam.²¹

Menurut Sultan Remi Sjahdeini sebagaimana telah dikemukakan, menurut Undang-Undang No.7 Tahun 1992 tentang Perbankan, bank yang kegiatan usahanya dilakukan berdasarkan prinsip syariah tersebut secara teknis yuridis disebut “Bank berdasarkan prinsip bagi hasil”. Dengan dikeluarkannya Undang-Undang No.10 Tahun 1998, istilah yang dipakai ialah “Bank berdasarkan prinsip syariah”. Oleh karena pedoman operasi bank

²⁰ Rudy Haryanto, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah (Teori dan Praktik)*, (Jakarta: Duta Creative, 2017), hlm. 26-27.

²¹ Alexander Thian, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: CV Andi, 2021), hlm. 14-15.

tersebut adalah ketentuan-ketentuan syariah islam, maka bank yang demikian itu disebut “Bank Syariah”.²²

Menurut Kasmir bank syariah merupakan bank yang beroperasi berdasarkan hukum islam. Bank ini mengharamkan bunga seperti yang diberikan bank konvensional. Landasan hukum bank ini adalah Al-Qur’an dan As-Sunnah.²³ Bank syariah mengacu pada Al-Qur’an dan As-Sunnah sehingga mengharamkan Riba.

Dari defenisi diatas dapat disimpulkan bahwa yang di maksud bank syariah merupakan berbagai kegiatan di dalam bank yang berpedoman pada Al-Qur’an dan As-Sunnah, sehingga didalamnya tidak mengandung unsur Ribawi.

b. Produk-Produk Bank Syariah Indonesia

Dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, transaksi yang dilakukan Bank Syariah dibagi menjadi tiga bagian produk, yaitu:

- 1) Produk Penyaluran Dana, terdiri dari:
 - a) Prinsip Jual Beli Pembiayaan: Murabahah, Salam, dan Istishna’
 - b) Prinsip Sewa: Ijarah
 - c) Prinsip Bagi Hasil: Musyarakah dan Mudharabah
- 2) Produk Penghimpunan Dana, terdiri dari:
 - a) Prinsip Wadiah
 - b) Prinsip Mudharabah

²² Sutan Remi Sjahdeini, *Perbankan Syariah*, 1 ed. (Jakarta: Kencana, 2014), hlm. 32.

²³ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2016), hlm.86

3) Produk yang Berkaitan dengan Jasa

- a) Jasa antara lain: Hiwalah, Rahn, Qard, Wakalah, dan Kafalah
- b) Akad Pelengkap: Wakalah, Sharf, dan Ijarah

Dari penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat tiga jenis produk di bank syariah yaitu produk penyaluran dana, produk penghimpunan dana, dan produk yang berkaitan dengan jasa.

4. Pengetahuan

a. Pengertian Pengetahuan

Pengetahuan adalah informasi yang diinterpretasikan seseorang menggunakan skema sejarah, pengalaman, dan interpretasi mereka.²⁴ Sopia dan Etta menjelaskan bahwa pengetahuan adalah informasi yang disimpan dalam memori.²⁵ Pengetahuan terkait dengan minat pelanggan terkait dengan pengetahuan konsumen. Pengetahuan konsumen adalah informasi yang dimiliki oleh konsumen tentang berbagai produk dan jasa serta pengetahuan lain yang berkaitan dengan produk dan jasa tersebut serta informasi yang berkaitan dengan fungsinya sebagai konsumen.²⁶

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa seseorang akan mencari suatu informasi yang dapat menarik minatnya, dan kumpulan

²⁴ Nurul Indari, et. al., *Manajemen Pengetahuan : Teori dan Praktik*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2014), hlm. 14

²⁵ Sopia dan Etta Mamang Sangadji, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*, (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2012), hlm. 43

²⁶ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), hlm. 147

informasi yang diperolehnya akan menjadi pengetahuan baru yang dimilikinya. Dan tidak menutup kemungkinan bahwa ilmu yang dimilikinya dapat membangkitkan minat terhadap masalah tersebut.

b. Jenis Pengetahuan

Pengetahuan konsumen terbagi menjadi 3 yaitu pengetahuan produk, pengetahuan pembelian dan pengetahuan pemakaian.²⁷

1) Pengetahuan Produk

Pengetahuan produk adalah kumpulan berbagai informasi tentang suatu produk. Pengetahuan ini mencakup banyak kategori, termasuk produk, merek, terminologi produk, atribut atau fitur produk, harga produk, dan keyakinan tentang produk.²⁸ Konsumen dapat memiliki pengetahuan tentang model produk tertentu, dan pemahaman mereka tentang produk tersebut lebih nyata. Model adalah contoh nyata dari merek dengan satu atau lebih karakteristik atau atribut unik.²⁹ Setiap Bank Syariah pasti memiliki produk yang unik atau unggul. Hal ini memungkinkan konsumen dengan mudah memilih produk perbankan syariah berdasarkan pengetahuan yang dimiliki.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa *product knowledge* akan memberikan informasi kepada konsumen tentang

²⁷ Ibid, hlm. 148

²⁸ John C. Mowen dan Michael M, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Erlangga, 2008), hal. 148

²⁹ Paul Peter Jery Olson, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (Jakarta: Salemba Empat, 2017), hal. 68

produk yang akan digunakannya, apa saja spesifikasi dari produk tersebut dan apa saja keunggulan dari produk tersebut.

2) Pengetahuan Pembelian

Pengetahuan pembelian meliputi pengetahuan tentang cara membeli dan pengetahuan tentang saluran distribusi. Pengetahuan pembelian mengacu pada segala macam informasi yang berhubungan dengan pembelian produk yang dikuasai oleh konsumen.³⁰ Oleh karena itu, ketika konsumen membeli produk atau layanan perusahaan, mereka pasti akan mencari informasi lokasi perusahaan, dan kemudian konsumen akan memilih produk atau layanan perusahaan yang sesuai dengan keinginan mereka dan akan membelinya.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa pengetahuan pembelian dapat memberikan informasi kepada konsumen tentang bagaimana konsumen dapat memperoleh produk yang diinginkannya.

3) Pengetahuan Pemakaian

Pengetahuan pemakaian mengacu pada mengetahui manfaat produk jika konsumen menggunakan atau mengonsumsi produk tersebut.³¹ Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pengetahuan kegunaan adalah pengetahuan bahwa suatu produk

³⁰ Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 169

³¹ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan...*, hlm. 120

akan memberikan manfaat jika konsumen mengetahui cara menggunakannya.

Produk tersebut dapat memberikan manfaat yang maksimal dan kepuasan yang tinggi kepada konsumen, maka konsumen harus dapat menggunakan atau mengkonsumsi produk tersebut dengan benar. Karena kesalahan konsumen dalam menggunakan produk dapat menyebabkan produk tidak dapat berfungsi dengan baik.

5. Promosi

a. Pengertian Promosi

Promosi adalah semua kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dalam rangka mengkomunikasikan produk perusahaan kepada konsumen dan membujuk konsumen untuk membeli produk perusahaan.³²

Promosi adalah elemen dalam bauran pemasaran perusahaan yang digunakan untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan produk perusahaan. Promosi merupakan media informasi tentang segala hal yang berkaitan dengan produk yang akan ditawarkan perusahaan kepada konsumen. Pengaruh kegiatan promosi akan sangat menentukan citra produk dan badan usaha di mata masyarakat khususnya konsumen, dan kemudian sangat mempengaruhi tingkat permintaan konsumen terhadap produk yang disediakan oleh badan

³² Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, (Pearson Education Limited, England: 2012), hlm. 47

usaha. Oleh karena itu, kegiatan promosi produk yang dijual termasuk pemilihan media iklan yang sesuai dengan produk merupakan kegiatan yang sangat penting bagi seorang pengusaha.³³

Dalam prakteknya, perusahaan menjalankan promosi dengan beberapa tujuan, antara lain:

- 1) Memenuhi kebutuhan produk
- 2) Memuaskan kebutuhan pelanggan akan produk atau jasa
- 3) Memberikan kepuasan yang maksimal kepada pelanggan
- 4) Meningkatkan penjualan dan keuntungan
- 5) Mendominasi pasar dan menghadapi pesaing³⁴

Bagi bank yang merupakan badan usaha yang mencari keuntungan, kegiatan pemasaran merupakan kegiatan utama. Tanpa promosi, kebutuhan dan keinginan pelanggan tidak dapat terpenuhi secara optimal. Oleh karena itu, bank harus mengemas kegiatan pemasarannya secara terpadu dan dikelola secara profesional agar dapat lebih memenuhi kebutuhan nasabah akan produk dan layanan.

b. Indikator Promosi

Ada beberapa sarana promosi yang dapat digunakan oleh bank untuk mempromosikan produk maupun jasa.

³³ Mawardi, "Pengaruh Promosi Tabungan Bank Sumsel Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kota Palembang", *Al-Tijary Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol 4 No 1, November 2019, hal.

³⁴ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010), hlm. 168

1) Periklanan

Advertising merupakan alat yang digunakan oleh bank untuk mengiklankan semua produk yang dihasilkan oleh bank tersebut. Informasi yang diberikan meliputi keunggulan produk, harga produk, dan keunggulan produk dibandingkan pesaing. Tujuan promosi melalui iklan adalah untuk menarik dan memberi dampak pada calon nasabah.³⁵

Berikut ini berbagai jenis media yang digunakan untuk iklan dalam sebuah kegiatan promosi:

- a) Pasang *billboard* di jalan-jalan strategis
 - b) Cetak leaflet untuk memudahkan distribusi di cabang atau pusat perbelanjaan
 - c) Pemasangan spanduk di lokasi strategis tertentu
 - d) Pemasangan melalui Koran
 - e) Pemasangan melalui majalah alat
 - f) Pemasangan melalui TV
 - g) Pemasangan melalui radio
 - h) dan penggunaan media lainnya.³⁶
- ## 2) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi adalah komunikasi antara penjual dan pembeli berdasarkan informasi yang benar, bertujuan untuk mengubah

³⁵ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Pt. Kencana, 2005), hlm. 168

³⁶ *Ibid*, hlm. 177

sikap dan perilaku pembeli yang sebelumnya tidak sadar menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut.³⁷

Promosi merupakan bagian penting dari bisnis yang harus dilakukan meningkatkan penjualan. Setiap perusahaan berusaha membuat promosi semenarik mungkin agar memiliki keunggulan dibandingkan para pesaingnya. Melalui promosi ini, perusahaan berharap dapat memberikan insentif jangka pendek maupun jangka panjang agar konsumen tertarik untuk mendalami dan mempelajari produk tersebut, yang pada akhirnya berdampak pada proses pembelian.³⁸

3) Publisitas (*publicity*)

Publisitas mengacu pada kegiatan promosi yang menarik pelanggan melalui kegiatan seperti pameran, layanan sosial, dan acara sponsor. Kampanye promosi dapat meningkatkan reputasi bank dengan pelanggan. Oleh karena itu, kerja publisitas perlu lebih diperdalam.

Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk memberikan pemahaman yang lebih baik kepada nasabah tentang bank. Dengan mengikuti kegiatan tersebut, nasabah akan selalu mengingat bank

³⁷ Laksana, F. 2019. *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Edisi 1. Khalifah Mediatama. Depok.

³⁸ Ginting, N. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Cetakan 3. Yrama Widya. Bandung.

dan mudah-mudahan menarik minat nasabah juga. Berikut adalah beberapa cara bank dapat melibatkan pelanggan:

- a) Berpartisipasi dalam pameran
 - b) Berpartisipasi dalam acara amal
 - c) Berpartisipasi dalam bakti sosial
 - d) Sponsor acara.³⁹
- 4) Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

Personal selling dapat memberikan beberapa manfaat bagi bank, antara lain:

- a) Kemampuan untuk berkomunikasi secara tatap muka dengan pelanggan atau calon pelanggan untuk menjelaskan produk kepada pelanggan secara detail.
- b) Informasi mengenai kelemahan produk bank dapat diperoleh langsung dari nasabah khususnya pengaduan nasabah mengenai bank lain yang dapat menjadi informasi bagi bank.
- c) Pegawai bank dapat mempengaruhi nasabah secara langsung dengan cara berbagai argumen.
- d) Memungkinkan adanya hubungan yang erat antara bank dengan nasabah.
- e) Pegawai bank memberikan pelayanan yang sebaik mungkin, yang dapat membentuk citra bank yang baik di benak nasabah.

³⁹ Kasmir, *Pemasaran Bank...*, hlm. 181

f) Menciptakan situasi dimana nasabah perlu mendengarkan, peduli dan merespon bank.⁴⁰

6. Reputasi

a. Pengertian Reputasi

Reputasi perusahaan merupakan suatu bentuk penghargaan yang diterima oleh perusahaan karena perusahaan mampu bersaing dan mampu memenuhi segala bentuk kebutuhan dari masyarakat. Reputasi juga disebut sebagai citra. Citra yang baik berasal dari sebuah kepercayaan. Apabila sebuah perusahaan mengalami krisis kepercayaan, maka tentunya akan berdampak negatif pada reputasi atau citra perusahaan. Aspek yang dapat digunakan untuk membentuk sebuah reputasi perusahaan yang baik diantaranya mutu sebuah produk, mutu layanan, keunggulan SDM, penciptaan hal-hal baru (inovasi), serta memiliki tanggung jawab terhadap sosial.⁴¹

b. Dimensi Reputasi

Indikator-indikator reputasi perusahaan yang dipakai dalam penelitian adalah:

- 1) Kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan
- 2) Kompetensi Perusahaan
- 3) Keunggulan Perusahaan
- 4) Pengalaman perusahaan.

⁴⁰ Ibid, hlm. 181-182

⁴¹ Muh. Subhan, *Analisis Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Reputasi Suatu Perusahaan. Studi Kasus Pada Pelanggan Sosial PT Askes (Persero) Cabang Pati*, Dalam <http://eprints.undip.ac.id>, hlm. 23-24

7. Religiusitas

a. Pengertian Religiusitas

Religiusitas diartikan sebagai pengabdian terhadap agama.⁴² Pada hakikatnya agama merupakan suatu sistem ajaran yang tujuannya untuk mendisiplinkan tingkah laku manusia guna menjaga keadaan damai dan tenteram, agama dianut oleh masyarakat dan diwariskan secara turun-temurun.

Agama adalah keseluruhan perbuatan terpuji manusia yang dilakukan demi keridhaan Allah SWT.⁴³ Agama lebih dari sekedar tindakan ritual seperti berdoa dan membaca doa, dan lebih dari itu. Agama mengacu pada aspek formal yang terkait dengan aturan dan kewajiban, sedangkan religiusitas mengacu pada aspek agama yang diinternalisasikan oleh masyarakat.

Ada lima dimensi keyakinan beragama, yaitu:⁴⁴

1) Dimensi keyakinan atau ideologis

Dimensi keyakinan adalah sejauh mana seseorang menerima hal-hal yang bersifat otoriter dalam agamanya. Misalnya saja beriman kepada Tuhan, malaikat, surga, dan neraka. Pada dasarnya setiap agama menginginkan setiap pemeluknya mempunyai unsur ketaatan. Bagi agama yang terepenting adalah

⁴² Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi Keempat, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2008), hlm. 1159

⁴³ Asmaun Sahlan, *Religius Perguruan Tinggi: Potret Tradisi Keagamaan di Perguruan Tinggi Islam*, (Malang: UIN Maliki Press, 2011), hlm. 42

⁴⁴ Desi Fatmawati, *Pengaruh Pendapatan, Religiusitas, dan Informasi Terhadap Intensi Menabung di Bank Syariah pada Kalangan Santri Mahasiswa PP. Wahid Hasyim di Sleman*, (Yogyakarta: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2015), hlm. 27-29

kemauan seseorang untuk menaati aturan-aturan yang berlaku dalam ajaran agamanya. Oleh karena itu, dimensi keyakinan lebih bersifat doktrinal dan merupakan hal yang wajib dipatuhi oleh umat beragama.

2) Dimensi praktik agama atau ritualistik

Dimensi amalan keagamaan adalah sejauh mana seseorang memenuhi kewajiban ritual dalam agamanya. Unsur dimensi ini meliputi ibadah, ketaatan, dan hal-hal yang menunjukkan komitmen seseorang terhadap agamanya. Wujud dari dimensi ini dikaitkan dengan amalan shalat, puasa, zakat, haji, dan lain-lain.

3) Pengalaman atau Dimensi Eksperiensial

Dimensi ini meliputi pengalaman dan perasaan akan kehadiran Tuhan dalam hidup, kedamaian hidup, rasa takut melanggar larangan Tuhan, keyakinan akan mendapat pahala dan siksa, serta dorongan untuk beramal dan melaksanakan perintah agama.

4) Dimensi keagamaan atau intelektual

Dimensi pengetahuan agama merupakan dimensi yang menjelaskan seberapa baik seseorang memahami ajaran agamanya, terutama yang terkandung dalam kitab suci dan ajaran lainnya. Setidaknya seorang umat beragama harus mempunyai pengetahuan dasar tentang pengetahuan dasar tentang kepercayaan, ritual, kitab suci, dan tradisi. Menjadikan Al-Quran

dan Sunnah sebagai pedoman hidup, sumber ilmu pengetahuan dan memberikan ajaran Islam.

5) Dimensi konsekuensi

Dimensi hasil adalah dimensi yang digunakan untuk mengukur hasil Sejauh mana perilaku seseorang dalam kehidupan bermasyarakat dipengaruhi oleh ajaran agamanya. Dimensi ini menyangkut aktivitas umat beragama dalam mewujudkan ajarannya, serta menyangkut hubungan interpersonal dengan sesama manusia dalam kehidupan sehari-hari berdasarkan etika dan semangat agama yang dianutnya. Misalnya menjenguk orang sakit, membantu orang yang membutuhkan, mendermakan hartanya dan lain-lain.

Faktor-faktor yang mempengaruhi religiusitas berikut ini terbagi menjadi empat jenis, yaitu:⁴⁵

1) Pengaruh pengajaran pendidikan dan berbagai tekanan sosial

Faktor ini mencakup segala pengaruh sosial terhadap perkembangan keagamaan, termasuk pendidikan orang tua, tradisi sosial, tekanan lingkungan sosial, dan lain sebagainya. Beradaptasi dengan kisaran pendapatan dan sikap yang dimungkinkan oleh lingkungan.

⁴⁵ H. Roubert Thouless, *Pengantar Psikologi Agama*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada Thouless, 1995), hlm. 34

- 2) Faktor pengalaman yaitu berhubungan dengan berbagai pengalaman yang membentuk sikap keagamaan. Terutama pengalaman keindahan, konflik moral, dan pengalaman emosional beragama. Umumnya faktor ini berupa pengalaman spiritual yang dapat dengan cepat mempengaruhi perilaku individu.
- 3) Faktor kebutuhan Secara garis besar kebutuhan tersebut dapat dibedakan menjadi empat macam, yaitu: kebutuhan akan keselamatan atau rasa aman, kebutuhan akan kasih sayang, kebutuhan akan harga diri, dan kebutuhan yang timbul karena ancaman kematian.
- 4) Faktor intelektual, berkaitan dengan berbagai variabel proses penalaran atau rasionalisasi. Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa derajat keyakinan agama setiap orang berbeda-beda, dan umumnya dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor-faktor internal seperti pengalaman keagamaan, kebutuhan pribadi yang mendesak seperti rasa aman, harga diri, cinta, dll perlu dipenuhi. Pengaruh dari luar, seperti pendidikan formal, pendidikan agama keluarga, tradisi sosial berbasis nilai, Nilai-nilai agama, tekanan sosial dan lingkungan dalam kehidupan pribadi. Keyakinan agama masyarakat atau pemahaman agama masyarakat memberikan landasan bagi muzakki untuk bertindak dan menaati kewajiban. Pengertian Muzakki meliputi pengertian dan tujuan zakat serta aturan membayar zakat. Pemahaman dan pengetahuan

tentang ketentuan islam dan zakat memberikan pengaruh terhadap perilaku membayar zakat.⁴⁶

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dilakukan untuk mendasari penelitian terdahulu dan menjadi pertimbangan pada penyusunan penelitian ini. Adapun penelitian terdahulu pada penelitian ini sebagai berikut:

Tabel II.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Uniyanti, Skripsi, (2018)	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung di Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Negeri Alauddin Makassar)	Hasil analisis menunjukkan bahwa pendapatan atau uang saku dan informasi produk bank syariah berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah menabung di bank syariah. Sedangkan religiusitas berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat nasabah menabung di bank syariah. ⁴⁷
2	Ika Septiana Wulandari, (2018)	Analisis Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Bank Syariah dengan	Hasil analisis menunjukkan bahwa pengetahuan, dan kualitas berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menggunakan bank syariah. Sedangkan religiusitas dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan

⁴⁶ Muhammad Abdul Aziz, *Pengaruh Pemahaman, Religiusitas dan Kondisi Keuangan Muzakki terhadap Kepatuhan Zakat Profesi di Yogyakarta*, (Yogyakarta: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2015), hlm. 89

⁴⁷ Uniyanti, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar)*, (Makassar: Skripsi, 2018)

		Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Bank BRI Syariah Kantor Cabang Semarang)	menggunakan jasa bank syariah. ⁴⁸
3	Nur Laili Mghfiroh, (2018)	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat untuk Menabung (Studi Kasus pada Nasabah BMT An-Nur Rewwin Sidoarjo)	Hasil analisis menunjukkan bahwa reputasi berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung nasabah di BMT An-Nur. Sedangkan lokasi, bagi hasil, pelayanan, referensi (acuan), dan produk tidak berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung nasabah di BMT An-Nur. ⁴⁹
4	Muh. Abdul Aziz, Skripsi, (2019)	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus pada Remaja Masjid di Kecamatan Getasan Kabupaten Semarang)	Hasil analisis menunjukkan bahwa pengetahuan, promosi, dan reputasi berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah menabung di bank syariah. Sedangkan produk berpengaruh tidak signifikan positif terhadap minat nasabah menabung di bank syariah. ⁵⁰
5	Irnawati Indri, Skripsi, (2019)	Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Masyarakat	Hasil analisis menunjukkan bahwa pengetahuan, pelayanan, dan lokasi berpengaruh positif signifikan

⁴⁸ Ika Septiana Wulandari, *Analisis Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Bank Syariah dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Bank BRI Syariah Kantor Cabang Semarang)*, (Semarang: Skripsi, 2018).

⁴⁹ Nur Laili Mghfiroh, *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat untuk Menabung (Studi Kasus pada Nasabah BMT An-Nur Rewwin Sidoarjo)*, (Surabaya: Skripsi, 2018).

⁵⁰ Muh. Abdul Aziz, *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus pada Remaja Masjid di Kecamatan Getasan Kabupaten Semarang)*, Semarang: Skripsi, 2019).

		Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat di Kecamatan Rappocini ota Makasar)	terhadap minat menabung di Bank Syariah. ⁵¹
6	Ilma Nurul Fitriyah, Skripsi, (2020)	Pengaruh Persepsi, Lokasi, Promosi, dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa Sarjana Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung)	Hasil analisis menunjukkan bahwa persepsi, lokasi, promosi, dan pengetahuan produk berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah. ⁵²
7	Dino Sanjaya dan Nasim, Jurnal Akuntansi dan Keuangan, Vol. 5, No. 2, (2021)	Analisis Minat Menabung pada Bank Syariah (Studi Kasus: Fakultas Ekonomi Universitas Singaperbangsa Karawang)	Hasil penelitian menunjukkan pengetahuan berpengaruh positif terhadap minat menabung pada bank syariah. Sedangkan keyakinan berpengaruh negatif terhadap minat menabung pada bank syariah. ⁵³
8	Jepri Aris Munandar dan Onsardi, <i>Jurnal</i>	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah	Hasil penelitian menunjukkan pengetahuan, produk, dan promosi berpengaruh

⁵¹ Irnawati Indri, *Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat di Kecamatan Rappocini ota Makasar)*, (Makassar: Skripsi, 2019).

⁵² Ilma Nurul Fitriyah, *Pengaruh Persepsi, Lokasi, Promosi, dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa Sarjana Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung)*, (Tulungagung: Skripsi, 2020)

⁵³ Dino Sanjaya dan Nasim, "Analisis Minat Menabung pada Bank Syariah (Studi Kasus: Fakultas Ekonomi Universitas Singaperbangsa Karawang)", (Jurnal Akuntansi dan Keuangan, Vol. 5, No. 2, 2021)

	<i>Enterpreneur dan Manajemen Sains</i> , Vol. 2, No. 1, (2021)	Menabung di Bank Sumsel Bael KCP Tanjung Sakti	signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. ⁵⁴
9	Bagus Widiapraja, Haryono dan Abdul Falah, <i>Jurnal Bharanomics</i> , Vol. 1, No. 2, 2021	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung pada Bank BRI Syariah di Jombang	Hasil penelitian secara simultan maupun parsial menunjukkan pengaruh produk, religiusitas, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah di BRI Syariah di Jombang. ⁵⁵

Adapun persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu:

1. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada pendekatan penelitian yang sama- sama menggunakan penelitian kuantitatif dan variabel independen yaitu religiusitas dan dependen yaitu minat menabung. Sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada terdapatnya variabel pendapatan atau uang saku, informasi produk bank syariah dan perbedaan lokasi penelitian yang dilakukan pada penelitian tersebut.
2. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada pendekatan penelitian yang sama-sama menggunakan penelitian kuantitatif, variabel independen religiusitas dan pengetahuan. Sedangkan

⁵⁴ Jepri Aris Munandar dan Onsardi, “*Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung di Bank Sumsel Bael KCP Tanjung Sakti*”, (Jurnal Enterpreneur dan Manajemen Sains, Vol. 2, No. 1, Januari 2021)

⁵⁵ Bagus Widiapraja, Haryono dan Abdul Falah, “*Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menaung pada Bank BRI Syariah di Jombang*”, (Jurnal Bharanomics, Vol. 1, No. 2, 2021).

perbedaannya yaitu terletak pada terdapatnya variabel independen yaitu kualitas pelayanan, variabel dependen yaitu keputusan menggunakan bank syariah, dan lokasi penelitian yang dilakukan pada penelitian tersebut.

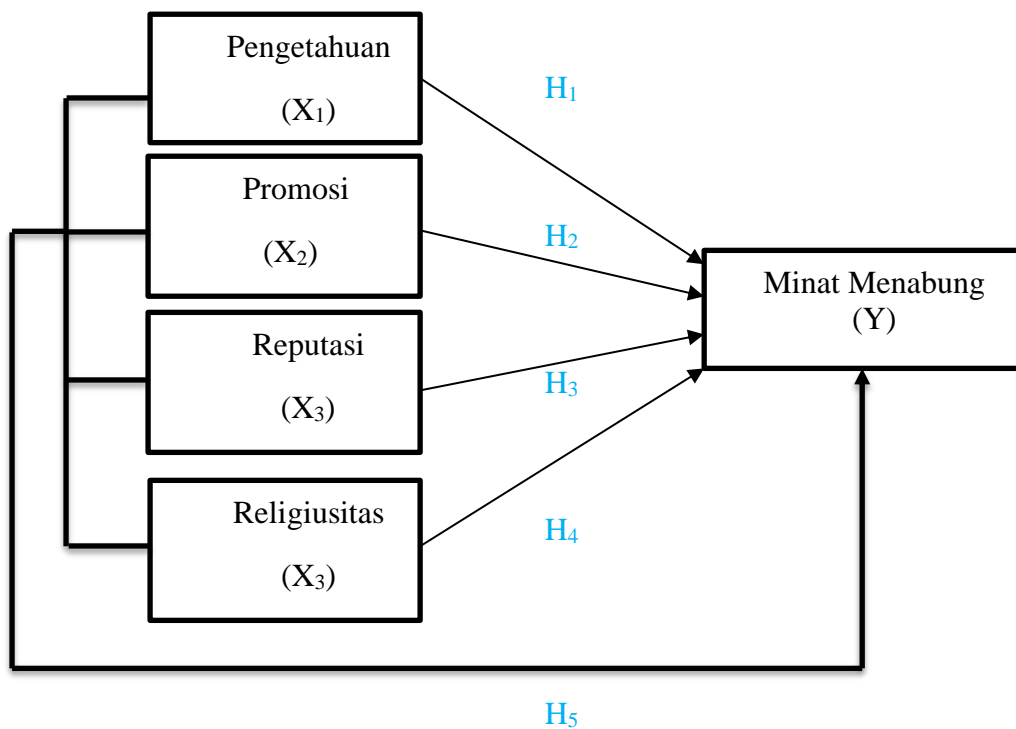
3. Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada pendekatan penelitian yang sama-sama menggunakan penelitian kuantitatif, variabel independen reputasi, dan variabel dependen minat menabung. Sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada terdapatnya variabel independen lokasi, bagi hasil, pelayanan, referensi (acuan), produk, dan lokasi penelitian yang dilakukan pada penelitian tersebut.
4. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada pendekatan penelitian yang sama-sama menggunakan penelitian kuantitatif dan variabel independen yaitu pengetahuan, promosi, dan reputasi. Perbedaannya yaitu terletak pada terdapatnya variabel produk serta perbedaan lokasi penelitian yang dilakukan pada penelitian tersebut.
5. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada pendekatan penelitian yang sama-sama menggunakan penelitian kuantitatif, variabel independen yaitu pengetahuan, dan variabel dependen yaitu minat menabung. Sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada terdapatnya variabel pelayanan, lokasi, dan lokasi penelitian yang dilakukan pada penelitian tersebut.

6. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada pendekatan penelitian yang sama-sama menggunakan penelitian kuantitatif, variabel independen promosi, dan variabel dependen minat menabung. Sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada variabel independen persepsi, lokasi, pengetahuan produk dan lokasi penelitian yang dilakukan pada penelitian tersebut.
7. Persamaan dalam penelitian ini adalah variabel independen yaitu pengetahuan dan dependen minat menabung. Sedangkan perbedaannya dalam penelitian ini adalah variabel independen yang diteliti sekarang yaitu pengetahuan, promosi, reputasi, dan religiusitas sedangkan penelitian oleh Dino Sanjaya dan Nasim yaitu pengaruh pengetahuan dan keyakinan.
8. Persamaan dalam penelitian ini adalah independen, yaitu pengetahuan dan promosi, dan dependen yaitu minat menabung. Sedangkan perbedaannya dalam penelitian ini adalah variabel independen yang diteliti sekarang yaitu pengetahuan, promosi, reputasi, dan religiusitas, sedangkan penelitian oleh Jepri Aris Munandar dan Onsardi yaitu pengaruh pengetahuan, produk, dan promosi.
9. Persamaan dalam penelitian ini adalah independen, yaitu religiusitas dan dependen yaitu minat menabung. Sedangkan perbedaannya dalam penelitian ini adalah variabel independen yang diteliti sekarang yaitu pengetahuan, promosi, reputasi, dan religiusitas, sedangkan penelitian Bagus yaitu pengaruh produk, religiusitas, dan kualitas pelayanan.

C. Kerangka Berpikir

Kerangka pikir merupakan modal konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah didefinisikan sebagai masalah yang penting.⁵⁶ Adapun kerangka pikir dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar II.1 Kerangka Pikir



D. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang telah dinyatakan melalui kalimat pertanyaan. Jawaban dikatakan sementara karena masih lemah kebenarannya belum didasari oleh

⁵⁶ Juliansyah Noor, *Metode Penelitian* (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 53

fakta-fakta empiris yang mendukung dan teori yang relevan yang diperoleh melalui pengumpulan data.⁵⁷

H₁: Pengetahuan Tidak Berpengaruh Terhadap Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah Indonesia Fakultas Tarbiyah Dan Ilmu Keguruan Angkatan Tahun 2020 UIN Syahada Padangsidempuan

H₂: Promosi Berpengaruh Terhadap Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah Indonesia Fakultas Tarbiyah Dan Ilmu Keguruan Angkatan Tahun 2020 UIN Syahada Padangsidempuan

H₃: Reputasi Berpengaruh Terhadap Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah Indonesia Fakultas Tarbiyah Dan Ilmu Keguruan Angkatan Tahun 2020 UIN Syahada Padangsidempuan

H₄: Religiusitas Berpengaruh Terhadap Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah Indonesia Fakultas Tarbiyah Dan Ilmu Keguruan Angkatan Tahun 2020 UIN Syahada Padangsidempuan

H₅: Pengetahuan Tidak Berpengaruh Terhadap Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah Indonesia. Sedangkan Promosi, Reputasi, Dan Religiusitas Berpengaruh Terhadap Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah Indonesia Fakultas Tarbiyah Dan Ilmu Keguruan Angkatan Tahun 2020 UIN Syahada Padangsidempuan

⁵⁷Husain Usman, *Pengantar Statistika cara mudah memahami statistika Edisi Ketiga* (Jakarta: Bumi Aksara, 2019), hlm. 115.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian yang diambil adalah Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary (Syahada) Padangsidempuan yang beralamat di Jl. T. Rizal Nurdin No.Km.4, RW.5, Sihitang, Kecamatan Padangsidempuan Tenggara, Kota Padangsidempuan, Sumatera Utara. Penelitian ini dimulai bulan Agustus 2022 sampai Oktober 2023.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan kuantitatif (data yang berbentuk angka atau data yang diangkakan).¹ Penelitian kuantitatif juga merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana, dan tersusun dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya.²

Jenis penelitian yang diambil pada penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif Asosiatif yang bertujuan untuk menguji dan mengetahui pengaruh pengetahuan, promosi, reputasi dan religiusitas terhadap minat mahasiswa menabung di Bank Syariah Indonesia.

¹ Mudrajat Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 145.

² Budi Gautama and Ali Hardana, *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis* (Medan: Merdeka Kreasi, 2021), hlm. 50.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan sekelompok elemen yang lengkap, yang biasanya berupa orang, objek, transaksi atau kejadian dimana kita tertarik untuk mempelajarinya atau menjadi objek penelitian.³ Populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada objek, tetapi meliputi seluruh karakteristik yang dimiliki objek yang diteliti.⁴ Populasi pada penelitian ini yaitu mahasiswa FTIK Angkatan Tahun 2020 UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan sebanyak 900 mahasiswa.

2. Sampel

Sampel merupakan anggota perwakilan dari populasi yang diambil dengan prosedur tertentu.⁵ Penelitian ini menggunakan rumus slovin, karena dalam penarikan sampel jumlahnya harus representative agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan perhitungannya pun tidak memerlukan tabel jumlah sampel, namun dapat dilakukan dengan rumus dan perhitungan sederhana. Rumus slovin untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut:

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

$$n = \frac{900}{1 + (900(0,1)^2)}$$

³ Syukur Kholil, *Metode Penelitian Komunikasi* (Bandung: Citapustaka Media, 2006), hlm. 68.

⁴ *Ibid*, hlm. 68.

⁵ Sugiarto, et.al, *Teknik Sampling*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002), 2.

$$n = \frac{900}{1 + (900(0,01))}$$

$$n = \frac{900}{1 + (9)}$$

$$n = 90$$

Keterangan:

N= Ukuran sampel/jumlah responden

N= Ukuran populasi

E= Persentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir; $e= 0,1$

Berdasarkan sampling yang telah dilakukan peneliti sebagaimana diatas, maka sampel dalam penelitian ini sebanyak yang telah ditentukan dalam sampling (responden) sebanyak 90 mahasiswa dengan kriteria-kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti sebagaimana diatas.

D. Sumber Data

Sumber data pada penelitian ini terdiri dari sumber data primer dan sumber data sekunder. Berikut penjelasan sumber data primer dan sumber data sekunder sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer merupakan data penelitian yang diperoleh langsung dari objek penelitian yang dilakukan dilapangan. Data primer merupakan data yang paling pokok dalam penelitian ini dimana peneliti harus langsung terjun kelokasi penelitian untuk memperoleh data penelitian yang

dibutuhkan dengan wawancara.⁶ Sumber data primer pada penelitian yaitu kegiatan pengumpulan angket yang dilakukan peneliti kepada responden.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data penelitian yang digunakan sebagai data pelengkap dari data primer. Data sekunder merupakan data penelitian yang tidak dilakukan proses penyusunan terhadap data yang diperoleh. Data sekunder meliputi yaitu, dokumentasi dan publikasi.⁷ Sumber data sekunder pada penelitian ini yaitu kegiatan peneliti memperoleh data penelitian melalui buku, jurnal, artikel, dan dokumentasi pelengkap lainnya.

E. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini akan menggunakan strategi angket untuk pengumpulan informasi. Kuesioner atau sering disebut angket adalah data yang diharapkan untuk menggambarkan mentalitas, keyakinan, perilaku dan karakteristik dari sampel yang sistem organisasi yang sudah ada bisa mempengaruhinya. Angket pada penelitian ini akan berisikan pertanyaan-pertanyaan logis yang berhubungan dengan penelitian. Motivasi dibalik digunakannya teknik ini adalah untuk mendapatkan data penting dan mendapatkan data yang dimiliki legitimasi tinggi karena ditanyakan secara lugas kepada objek penelitian.⁸

Tabel III. 1 Skala Likert

Skala Likert	Nilai Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

⁶ Rianto, *Metodologi Penelitian Sosial dan Hukum*, (Jakarta: Plaju, 2004), hlm. 57.

⁷ *Ibid.*, hlm. 57.

⁸ *Ibid.*, hlm. 129.

Tidak Setuju (TS)	2
Kurang Setuju (KS)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Adapun kisi-kisi angket variabel dalam penelitian ini yaitu:

Tabel III.2 Kisi-Kisi Angket Variabel Penelitian

Variabel	Indikator	Nomor Kisi-kisi Angket
Minat Menabung	a. Dorongan dari dalam diri Individu	1,2
	b. Faktor Sosial	3,4
	c. Faktor Emosional	5,6
Pengetahuan	a. Pengetahuan Produk	1,2
	b. Pengetahuan Pembelian	3,4
	c. Pengetahuan Pemakaian	5,6
Promosi	a. Periklanan	1,2
	b. Promosi Penjualan	3,4
	c. Publisitas	5
	d. Penjualan Pribadi	6
Reputasi	a. Nama Baik	1,2
	b. Reputasi Pesaing	3,4
	c. Dikenal Luas	5
	d. Kemudian Diingat	6
Religiusitas	a. Keyakinan	1,2
	b. Praktik Agama	3
	c. Pengalaman	4
	d. Pengetahuan Agama	5
	e. Konsekuensi	6

F. Uji Instrumen (Validitas dan Reliabilitas)

1. Uji Validitas

Uji Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti.⁹

Uji validitas berguna untuk mengukur valid tidaknya suatu kuisioner.

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: CV Alfabeta, 2013), hlm. 363.

Suatu kuisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner itu.

Kriteria dalam pengujian validitas adalah:

- 1) Jika r_{hitung} negatif maka butir pertanyaan tersebut tidak valid.
- 2) Jika r_{hitung} positif tetapi $< r_{tabel}$ maka butir pertanyaan tersebut tidak valid.
- 3) Jika r_{hitung} positif dan dengan $> r_{tabel}$ maka butir pertanyaan tersebut valid.¹⁰

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan konsistensi dan stabilitas dari suatu skor (skala pengukuran). Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid.¹¹ Adapun dasar pengambilan keputusannya yaitu:

- 1) Apabila *cronbach alpha* $> 0,1$ maka data penelitian memiliki keandalan yang cukup kuat,
- 2) Apabila nilai *cronbach alpha* $> 0,1$ maka data penelitian memiliki keandalan yang telah mencukupi,
- 3) Apabila *cronbach alpha* $< 0,1$ maka data penelitian belum dapat diandalkan untuk menjelaskan hasil penelitian.¹²

¹⁰ Jonathan Sarwono dan Tutty Martadiredja, *Riset Bisnis untuk Pengambilan Keputusan* (Yogyakarta: Andi Offset, 2008), hlm. 143-144.

¹¹ Mudjrat Kuncoro, *Op, Cit*, hlm. 175.

¹² Budi Darma, "Statistika Penelitian Menggunakan SPSS", (Guepedia, 2021), hlm.7-8.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah rangkaian kegiatan penelaahan, pengelompokan, sistematisasi, penafsiran dan verifikasi data agar sebuah fenomena memiliki nilai sosial, akademis dan ilmiah.¹³ Apabila data sudah terkumpul dari hasil pengumpulan data maka kemudian dilakukan analisis atau pengolahan data.

1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistika deskriptif merupakan proses transformasi suatu data penelitian agar lebih mudah diinterpretasikan dan dipahami. Uji ini dapat dicari melalui perhitungan mean (rata-rata), median, modus, standar deviasi, dan kemencengan distribusi data.¹⁴ Uji ini digunakan oleh peneliti untuk memberikan gambaran mengenai karakteristik variabel penelitian.

2. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, *likert*, interval, maupun rasio. Penelitian ini menggunakan uji *one sample kolmogrov-smirnov* yaitu uji yang digunakan untuk mengetahui kenormalan distribusi beberapa data.¹⁵ Uji normalitas dilakukan dengan melihat taraf signifikan 10% atau 0,1. sehingga ketentuan uji normalitas yaitu:

- a. Jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) > 0,1 maka dinyatakan bahwa data berdistribusi normal

¹³Sandu Siyoto, *Dasar Metodologi Penelitian*, hlm. 109.

¹⁴Sandu Siyoto, *Dasar Metodologi Penelitian*, hlm. 111-112.

¹⁵Sofiyon Siregar, *Statistik Parametrik dan Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Bumi Asara, 2014), hlm. 90.

- b. Jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) $< 0,1$ maka dinyatakan bahwa data tidak berdistribusi normal.¹⁶

3. Uji Asumsi Klasik

Untuk menghasilkan nilai yang efisien dari persamaan regresi linear berganda dengan menggunakan metode kuadrat terkecil, maka diperlukan pengujian secara asumsi klasik, pengujian tersebut seperti:

a. Uji Multikolinieritas

Uji ini digunakan agar dapat mengetahui apakah terdapat kolerasi antar variabel bebas pada model regresi. Apabila terjadi kolerasi maka dalam data terdapat masalah multikolinieritas. Model regresi yang baik adalah model regresi yang tidak terjadi kolerasi antar dua variabel bebas. Agar dapat mengetahui apakah terjadi multikolinieritas adalah dengan melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *Tolerance*.¹⁷

- 1) Nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) yaitu apabila nilai VIF $<$ dari 0,1 maka tidak terjadi multikolinieritas. Begitupula sebaliknya apabila nilai VIF $>$ dari 0,1 maka terjadi multikolinieritas.
- 2) *Tolerance* yaitu apabila nilai *tolerance* $<$ dari 0,1 maka terjadi multikolinieritas. Begitupula sebaliknya apabila nilai *tolerance* $>$ dari 0,1 maka tidak terjadi multikolinieritas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah uji yang bertujuan untuk menguji apakah ada model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual

¹⁶Sofiyan Siregar, *Statistik Parametrik dan Penelitian Kuantitatif*, hlm. 245.

¹⁷Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), hal. 139.

satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.

Adapun dasar pengambilan keputusan ujiannya adalah:

- 1) Jika korelasi antara variabel independen dengan residual memiliki signifikansi $> 0,1$ artinya data tidak terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika korelasi antara variabel independen dengan residual memiliki signifikansi $< 0,1$ artinya data terjadi heteroskedastisitas.¹⁸

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda adalah uji yang digunakan untuk meramalkan keadaan variabel terikat jika dua atau lebih variabel bebas nilainya turun naik (dimanipulasi). Analisis regresi berganda hanya bisa dilakukan jika variabel bebas jumlahnya lebih dari dua.¹⁹ Adapun variabel terikat pada penelitian ini adalah minat menabung dan variabel bebasnya adalah pengetahuan, promosi, reputasi dan religiusitas.

Adapun persamaan regresi yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Maka persamaan dalam penelitian ini:

$$MM = \alpha + \beta_1Pe + \beta_2Pr + \beta_3Re + \beta_4RI + e$$

Keterangan :

MM = Minat Menabung

¹⁸Nikolaus Duli, *Metodologi Penelitiann Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan skripsi & Analisis Data Dengan Spss*, hlm. 122-123.

¹⁹Suyono, *Analisis Regresi Untuk Penelitian* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2012), hlm. 99-100.

α	= Konstanta
$\beta_1\beta_2\beta_3\beta_4$	= Koefisien Regresi Variabel Independen
Pe	= Pengetahuan
Pr	= Promosi
Re	= Reputasi
Rl	= Religiusitas
e	= Error

5. Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan kesimpulan sementara dari suatu penelitian yang harus diuji kebenarannya. Pengujian hipotesis atau kesimpulan tersebut akan menghasilkan keputusan yang bersifat menerima atau menolak.²⁰

a. Uji Parsial (Uji t)

Pengujian ini dilakukan untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial dengan derajat keabsahan 10%. Uji statistik ini digunakan untuk membuktikan signifikan atau tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara individu (parsial). Dengan ketentuan $T_{hitung} > T_{tabel}$.²¹ Maka secara parsial variabel-variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Adapun kriteria pengujian dari uji t dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

²⁰Akhmad Mustofa, *Uji Hipotesis Statistik* (Yogyakarta: Gapura Publishing.com, 2013), hlm. 1-2.

²¹ Ita Rahmayati, dkk, *Faktor Kompensasi, Motivasi, dan Disiplin Kerja* (Jakarta: LPMM), hlm. 65.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F atau uji simultan adalah uji yang digunakan untuk menguji hipotesis, mengetahui pengaruh secara bersama-sama atau simultan antara variabel bebas dengan variabel terikat.²² Untuk mengetahui kebenaran hipotesis pertama uji F yaitu menguji simultan dari regresi secara keseluruhan, pengujian dengan uji F variannya adalah dengan membandingkan F_{hitung} (F_h) dengan F_{tabel} (F_t).

c. Uji Koefisien Determinansi (R^2)

Koefisien determinan (R^2) adalah digunakan untuk mengetahui sampai sejauh mana ketepatan atau kecocokan garis regresi yang terbentuk dalam mewakili kelompok data. Koefisien determinan (R^2) menggambarkan bagian dari variasi total yang dapat diterangkan oleh model.²³ Pengambilan keputusan koefisien dterminasi yaitu: apabila semakin besar (R^2) (mendekati 1), maka ketepatannya dikatakan semakin baik. Apabila nilai $0,1 \leq (R^2) \leq$ bisa diartikan sebagai berikut:

²²Idah Zuhroh dan Faizal Amir, *Ekonometrika* (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2021), hlm. 28.

²³Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), hlm. 351.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Gambaran Umum UIN SYAHADA Padangsidimpuan

a. Sejarah UIN Syahada Padangsidimpuan

Sejarah Berdirinya UIN Syahada Padangsidimpuan Pada tahun 2012 Ketua STAIN Padangsidimpuan Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL, memulai mengukir sejarah untuk alih status STAIN Padangsidimpuan menjadi IAIN Padangsidimpuan, tim solid dan bertekad untuk mewujudkan cita-cita itu, maka akhirnya membuahkan hasil yang gemilang. Maka turunlah Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 52 Tahun 2013 tentang Perubahan Status Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Padangsidimpuan Menjadi Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan, Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 93 Tahun 2013 tentang Organisasi dan Tata Kerja Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan dan selanjutnya Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor B.II/3/9978 tentang Penetapan Rektor Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan pada tanggal 6 Januari 2014 STAIN Padangsidimpuan beralih secara resmi menjadi IAIN Padangsidimpuan, yang diresmikan oleh Menteri Agama RI Surya Dharma Ali, dan dilantik sebagai Rektor pertamanya adalah Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL. Dengan demikian, IAIN Padangsidimpuan memiliki status, fungsi dan peran yang sama dengan

perguruan tinggi yang lain dan dapat dijadikan alternatif utama bagi siapa saja yang ingin cemerlang masa 67 depan melalui Perguruan Tinggi Negeri yang mengkhususkan diri dalam Islamic Studies.¹ Kemudian keluarlah peraturan Presiden Republik Indonesia, dimana IAIN Padangsidimpuan beralih status menjadi Universitas Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan dan telah ditandatangani Presiden Republik Indonesia, Joko Widodo yaitu perpres No. 87 Tahun 2022 Tertanggal 8 Juni 2022, yang berisi penetapan peraturan Presiden tentang Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary tersebut maka status UIN Syahada resmi ditetapkan. Kemudian, keputusan Menteri Agama RI Nomor 024067/II/2/2022 tanggal 26 Juli 2022 tentang penetapan Bapak Muhammad Darwis Dasopang menjadi Rektor UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan Masa Jabatan 2022-2026.²

b. Visi, Misi, dan Tujuan UIN Syahada Padangsidimpuan

1) Visi

Menjadi Universitas Islam bertaraf internasional yang memiliki paradigma keilmuan teotropoekosentris (*al-Ilahiyah, al-Insaniyah, al-Kauniyah*).

¹ Humas IAIN Padangsidimpuan, —Sejarah Singkat UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, diakses 16 September 2023, <https://www.iainpadangsidimpuan.ac.id/sejarah-iain-padangsidimpuan/>.

² SK Rektor UIN Syahada, Nomor01 Tahun 2022, —Logo dan Kop Surat UIN Syahada Padangsidimpuan| dilihat 21 November 2022.

2) Misi

- a) Menyelenggarakan pendidikan ilmu-ilmu keislaman, humaniora, sosial, dan alam berbasis teoantropoekosentris (*al-ilaiyah alinsaniyah al-kauniyah*) yang dapat menyahuti tantangan global.
- b) Mengembangkan penelitian ilmu-ilmu keislaman, humaniora, sosial, dan alam berbasis *teotropoekosentris*.
- c) Menginternalisasikan nilai-nilai keislaman, kemoderenan, keindonesiaan, dan kearifan lokal untuk pengabdian dan pemberdayaan masyarakat.
- d) Membangun sistem manajemen dengan tata kelola yang efektif, efisien, transparan dan akuntabel berbasis teknologi informasi dan komunikasi.
- e) Mengembangkan jaringan kerja sama (*networking*) dengan lembaga-lembaga pendidikan, penelitian, sosial keagamaan, dan pemangku kepentingan (*stakeholders*) di tingkat regional, nasional dan internasional.
- f) Membangun transformasi terencana menuju uinversitas islam bertaraf internasional.

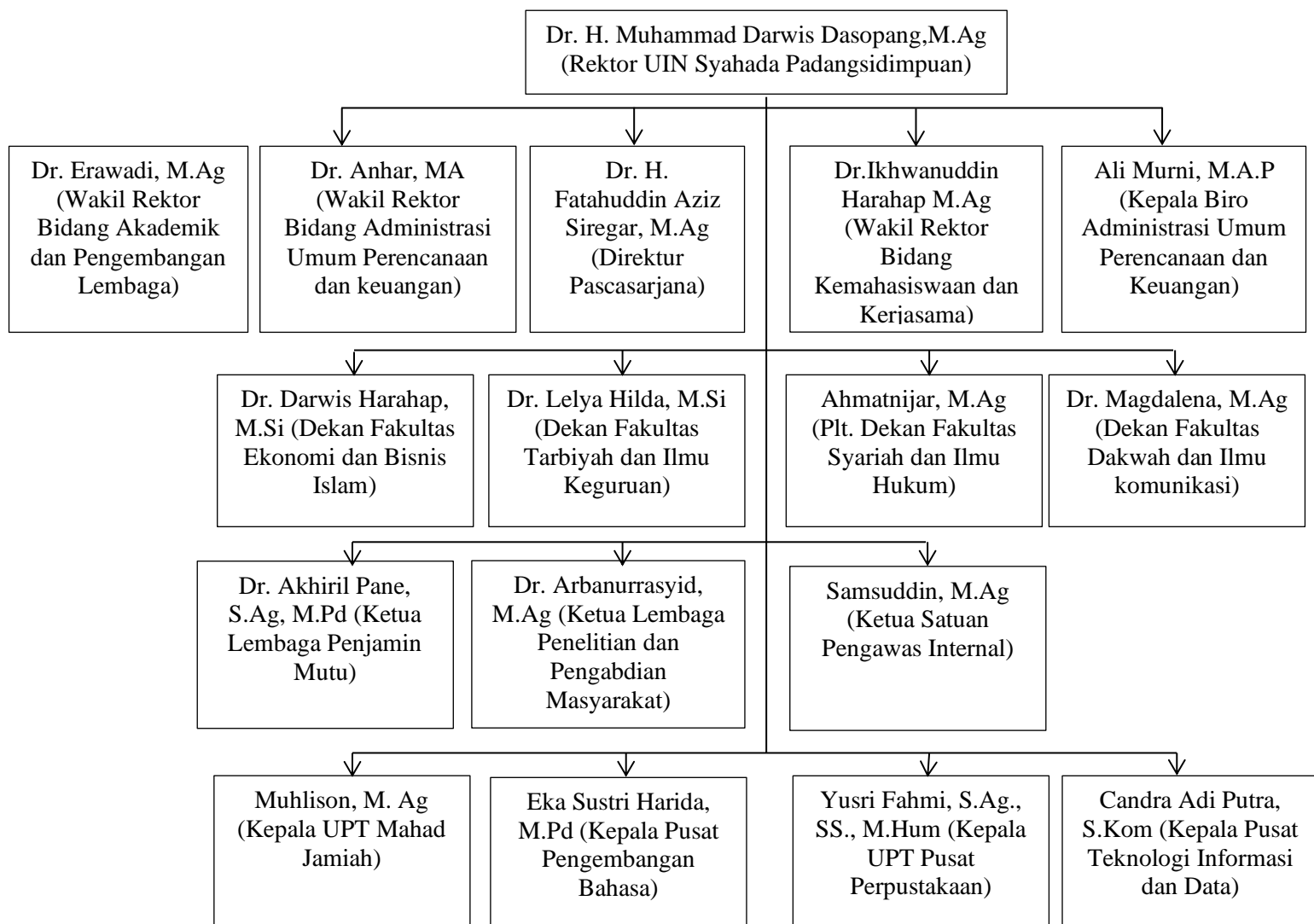
3) Tujuan

- a) Menjadi institusi pendidikan tinggi yang memiliki kualitas keilmuan, bercirikan keislaman, keindonesiaan, dan kearifan lokal yang integratif dan interkonektif/multidisipliner.

- b) Menjadi institusi pendidikan tinggi dengan tata kelola yang baik (good institute culture) berlandaskan pada prinsip yang efektif dan efisien, transparan, dan akuntabel.

c. Struktur Organisasi

Gambar IV.1 Struktur Organisasi UIN Syahada Padangsidempuan



2. Profil Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan

a. Sejarah Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan

UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan adalah satu-satunya perguruan tinggi negeri di wilayah pantai Barat Sumatera Utara. Secara historis, UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan memiliki perguruan akar sejarah dengan Fakultas Tarbiyah Universitas Nahdatul Ulama Sumatera Utara (UNUSU) Padangsidempuan. Pada awalnya UNUSU merupakan perkembangan lanjutan dari perguruan tinggi Nahdatul Ulama (PERTINU) yang didirikan pada tahun 1962.

Sejalan dengan didirikannya IAIN Sumatera Utara Medan pada tahun 1973 berdasarkan Surat Keputusan Menteri Agama RI No.97 Tahun 1973 tanggal 01 November 1973 Tentang Peresmian IAIN Sumatera Utara, maka Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan IAIN cabang Imam Bonjol Padang, Sumatera Barat menjadi Fakultas Tarbiyah IAIN Sumatera Utara di Padangsidempuan. Fakultas Tarbiyah ini lama tidak memiliki gedung sendiri sehingga perkuliahan di lakukan dengan cara pinjam pakai gedung SMP Negeri 2 Padangsidempuan.

Sedangkan kegiatan administrasi perkantoran di laksanakan dirumah Bapak Syekh Ali Hasan Ahmad. Hal ini berlangsung sampai tahun 1972 Fakultas Tarbiyah pada tahun 1973 mendapat 32 33

bantuan tanah seluas 700 M dari pemda Tk. II Tapanuli Selatan dan bangunan gedung perkuliaha berlantai satu seluas 1068M yang terdiri dari tiga ruang kelas masing-masing berukuran 7x8 M dengan keadaan semi permanen di Jl. Ade Irma Suryani Nasution No.4-A Padangsidimpuan. Dengan keberadaan gedung tersebut, maka aktivitas perkuliahan di pindahkan kegedung tersebut sampai pada tahun 1977 dan aktivitas administrasi perkantoran masih tetap di rumah Bapak Syekh Ali Hasan Ahmad. Pada tahun 1984 Pemda Tk. II Tapanuli Selatan kembali memberi bantuan tanah bekas lapangan terbang zaman Belanda seluas 3,2 ha di Desa Sihitang yang sampai sekarang menjadi kampus UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

Setelah secara resmi tanah tersebut diserahkan kepada Fakultas Tarbiyah IAIN Sumatera Utara Cabang Padangsidimpuan, barulah pembangunan gedung yang terdiri dari enam kelas dibangun lengkap dengan sarana dan prasarana yang dibutuhkan. Gedung ini mulai digunakan pada semester genap tahun akademik 1984-1985. Namun demikian, sebagian mahasiswa masih melakuka perkuliahan di gedung yang berada di Jalan Ade Irma Suryani Nasution Padangsidimpuan.

Barulah pada tahun akademik berikutnya yakni 1985-1986 semua kegiatan administrasi perkantoran dan perpustakaan dipindahkan ke kampus Sihitang. Mengingat ruangan yang tersedia hanya enam, terpaksa satu ruangan untuk kantor satu ruangan untuk perpustakaan, ruang sidang 34 munaqasyah dan empat ruangan untuk perkuliahan

ditambah dengan ruangan yang berada di kampus Jalan Ade Irma Suryani Nasution. Selama lebih kurang 24 tahun berjalan, kemudian Fakultas Tarbiyah IAIN Sumatera Utara Cabang Padangsidempuan berubah lagi menjadi STAIN Padangsidempuan berdasarkan keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 11 tahun 1997 tanggal 21 Maret 1997 dan keputusan Menteri Agama RI nomor 300 tahun 1997 dan No. 504 Tarbiyah IAIN Sumatera Utara di Padangsidempuan diubah statusnya menjadi STAIN Padangsidempuan yang otonom dan berhak mengasuh beberapa jurusan sebagaimana layaknya IAIN di seluruh Indonesia.

Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan saat ini memiliki 11 Program Studi yaitu Pendidikan Agama Islam, Tadris Bahasa Inggris, Tadris Matematika, Pendidikan Bahasa Arab, Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah, Pendidikan Anak di Usia Dini, Tadris Bahasa Indonesia, Tadris Kimia, Tadris Biologi, Tadris Fisika, dan Pendidikan Profesi Guru (PPG).

b. Visi Misi Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan UIN Syahada Padangsidempuan

1) Visi

Menjadi fakultas yang moderat, cerdas, dan unggul dengan paradigma *Theoantropoekosentris (Al-Ilaihiyyah Al-Insaniyyah Al-Kauniyyah)*.

2) Misi

- a) Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran ilmu-ilmu keislaman, ilmu-ilmu sosial, humaniora dan alam berbasis *Theoantropoekosentris* untuk memperkuat moderasi dan kerukunan umat beragama.
- b) Mengembangkan/melakukan penelitian ilmu-ilmu keislaman, ilmu-ilmu sosial, humaniora dan alam berbasis *Theoantropoekosentris* untuk memperkuat moderasi dan kerukunan umat beragama.
- c) Melakukan/mengamalkan pengabdian kepada masyarakat tentang ilmu-ilmu keislaman, ilmu-ilmu sosial, humaniora dan alam berbasis *Theoantropoekosentris* untuk memperkuat moderasi dan kerukunan umat beragama.
- d) Membangun sistem manajemen, tata kelola, budaya mutu secara efektif, efisien, transparan dan akuntabel berbasis teknologi informasi dan komunikasi.
- e) Menjalin kerjasama lokal, regional, nasional, dan internasional dalam ilmu-ilmu keislaman, ilmu-ilmu sosial, humaniora dan alam berbasis *Theoantropoekosentris* untuk memperkuat moderasi dan kerukunan umat beragama.

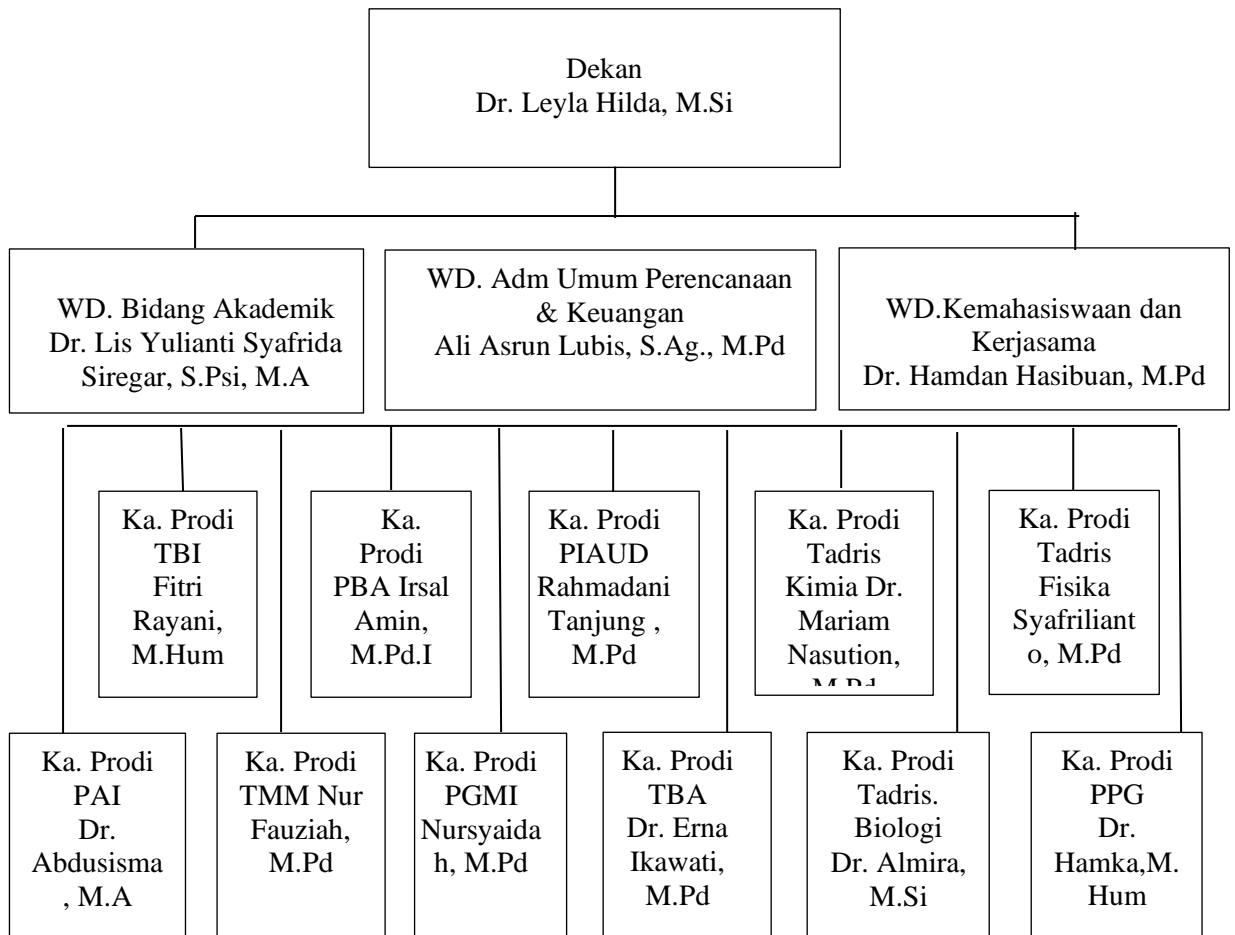
- f) Menginternalisasikan nilai-nilai keislaman, kemoderan, keindonesiaan dan kearifan lokal untuk memperkuat moderasi dan kerukunan umat beragama.³

c. Struktur Organisasi

Berikut struktur organisasi Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary.

³ Humas FTIK, “Visi Misi Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan”, 18 Juli 2019, <https://ftikuinsyahada.ac.id/visi-misi-fakultas-tarbiyah-dan-ilmu-keguruan/>, diakses pada 10 Juni 2023 Pukul 10.00 WIB.

Gambar IV.2 Struktur Organisasi Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan



B. Deskripsi Data Penelitian

Responden dalam penelitian ini adalah 90 mahasiswa angkatan tahun 2020 Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Hal ini untuk mengetahui seberapa besar minat menabung mahasiswa FTIK. Adapun pengelompokan mahasiswa yang dijadikan responden dapat dilihat dari jenis kelamin, fakultas/program studi dan bank yang digunakan. Berikut hasil pengelompokan peneliti yang dijadikan sebagai responden pada mahasiswa angkatan tahun 2020 FTIK UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

1. Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden dalam penelitian ini adalah laki-laki dan perempuan yang merupakan mahasiswa mahasiswa angkatan tahun 2020 FTIK UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Jenis kelamin ini dapat menentukan jawaban pertanyaan peneliti sebagai bentuk pendekatan peneliti dengan responden. Untuk dapat mengetahui gambaran jenis kelamin responden dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel IV.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Fakultas	Jenis Kelamin	Frekuensi (Orang)
	FTIK	Laki-laki	30
		Perempuan	60
Jumlah			90

Berdasarkan data dari tabel di atas dapat diketahui pada mahasiswa FTIK jumlah responden laki laki sebanyak orang dengan persentase

33,33% dan jumlah responden perempuan sebanyak orang dengan persentase 66,66%.

2. Berdasarkan Fakultas dan Program Studi

Responden dikelompokkan menjadi mahasiswa FTIK Angkatan tahun 2020 yang memiliki beberapa program studi dan dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel IV.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas dan Program Studi

No	Fakultas	Program Studi	Frekuensi (Orang)
	FTIK	PIAUD	13
		PGMI	25
		PAI	15
		PBA	4
		TMM	10
		B. Indo	7
		TBI	9
		Kimia	2
		Biologi	3
		Fisika	2
Jumlah			90

Berdasarkan data dari tabel di atas dapat diketahui bahwa jumlah responden fakultas sebanyak orang. Mahasiswa FTIK dengan program studi PIAUD dengan persentase 14,44%, program studi PGMI dengan persentase 27,77%, program studi PAI dengan persentase 16,6 %, program studi PBA dengan persentase 4,44%, program studi TMM dengan persentase 11,11 %, program studi B. Indo dengan persentase 7,77%, program studi TBI dengan persentase 10%, program studi Kimia dengan persentase 2,22%, program studi Biologi dengan persentase 3,33% dan program studi Fisika dengan persentase 2,22% dari seluruh responden.

3. Berdasarkan Bank yang Digunakan

Responden dalam penelitian ini dikelompokkan 4 kategori yaitu menggunakan bank syariah, bank konvensional, menggunakan keduanya (bank syariah dan bank konvensional) dan tidak menggunakan bank manapun. Untuk dapat mengetahui gambaran bank yang digunakan responden dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Bank yang Digunakan

No	Fakultas	Bank yang Digunakan	Frekuensi (Orang)
1	FTIK	Bank Syariah	40
		Bank Konvensional	26
		Menggunakan keduanya	15
		Tidak Menggunakan Bank	9
Jumlah			90

Berdasarkan data dari tabel di atas dapat diketahui bahwa mahasiswa FTIK lebih banyak menggunakan bank syariah dengan persentase 44,44%, yang menggunakan bank konvensional dengan persentase 28,88%, yang menggunakan keduanya dengan persentase 16,66% dan yang tidak menggunakan bank manapun dengan persentase 10%.

C. Analisis Data

1. Uji Validitas

Setelah angket disebarakan maka akan diperoleh hasil dari jawaban responden dari setiap pernyataan yang menyangkut tentang variabel yang akan diteliti. Sebelum angket di analisis terlebih dahulu di uji validitas. Berikut ini hasil uji validitas variabel pengetahuan:

Tabel IV.4 Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Pengetahuan (X₁)

Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,480	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = n - 2$ (90-2) =88 pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1745$	Valid
2	0,489		Valid
3	0,464		Valid
4	0,492		Valid
5	0,551		Valid
6	0,508		Valid
7	0,422		Valid
8	0,477		Valid
9	0,323		Valid
10	0,450		Valid
11	0,379		Valid
12	0,534		Valid
13	0,529		Valid
14	0,571		Valid
15	0,330		Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 23.

Hasil uji validitas variabel pengetahuan pada tabel IV.4 dapat disimpulkan bahwa angket mengenai variabel pengetahuan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan untuk variabel pengetahuan dinyatakan valid. Sedangkan uji validitas untuk variabel promosi sebagai berikut:

Tabel IV.5 Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Promosi (X₂)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,565	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ untuk $df = n - 2 = 90 - 2 = 88$ dengan taraf signifikan	Valid
2	0,743		Valid
3	0,574		Valid
4	0,743		Valid
5	0,502		Valid
6	0,185		Valid

		10% sehingga diperoleh r_{tabel} sebesar 0,1745	
--	--	---	--

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 23.

Hasil uji validitas variabel promosi pada tabel IV.5 dapat disimpulkan bahwa angket mengenai variabel promosi memiliki nilai $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan untuk variabel promosi dinyatakan valid. Sedangkan uji validitas untuk variabel reputasi sebagai berikut:

Tabel IV.6 Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Reputasi (X_3)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,737	Instrumen valid jika $r_{\text{hitung}} >$ r_{tabel} untuk df=n- 2=90- 2=88 dengan taraf signifikan 10% sehingga diperoleh r_{tabel} sebesar 0,1745	Valid
2	0,585		Valid
3	0,131		Valid
4	0,595		Valid
5	0,591		Valid
6	0,121		Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 23.

Hasil uji validitas variabel reputasi pada tabel IV.6 dapat disimpulkan bahwa angket mengenai variabel reputasi memiliki nilai $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan untuk

variabel reputasi dinyatakan valid. Sedangkan uji validitas untuk variabel religiusitas sebagai berikut:

Tabel IV.7 Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Religiusitas (X₄)

Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
1	0,703	Instrumen valid jika r _{hitung} > r _{tabel} untuk df=n-2=90-2=88 dengan taraf signifikan 10% sehingga diperoleh r _{tabel} sebesar 0,1745	Valid
2	0,854		Valid
3	0,515		Valid
4	0,589		Valid
5	0,703		Valid
6	0,854		Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 23.

Hasil uji validitas variabel religiusitas pada tabel IV.7 dapat disimpulkan bahwa angket mengenai variabel religiusitas memiliki nilai r_{hitung} > r_{tabel}. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan untuk variabel religiusitas dinyatakan valid. Sedangkan uji validitas untuk variabel minat menabung sebagai berikut:

Tabel IV.8 Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Minat Menabung (Y)

Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
1	0,811	Instrumen valid jika r _{hitung} > r _{tabel} untuk df=n-2=90-2=88 dengan	Valid
2	0,810		Valid
3	0,484		Valid
4	0,165		Valid
5	0,810		Valid
6	0,588		Valid

		taraf signifikan 10% sehingga diperoleh t_{tabel} sebesar 0,1745	
--	--	---	--

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 23.

Hasil uji validitas variabel minat menabung pada tabel IV.8 dapat disimpulkan bahwa angket mengenai variabel minat menabung memiliki nilai $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan untuk variabel minat menabung dinyatakan valid.

2. Hasil Uji Reliabilitas

Untuk mengukur reliabilitas dengan menggunakan uji statistik adalah *cronbach alpha*. Instrument reliabel jika *Cronbach Alpha* $> 0,6$. Berikut hasil uji reliabilitas variabel pengetahuan, promosi, reputasi, religiusitas dan minat menabung.

Tabel IV.9 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>	Keterangan
Pengetahuan	0,155	6	Reliabel
Promosi	0,162	6	Reliabel
Reputasi	0,146	6	Reliabel
Religiusitas	0,795	6	Reliabel
Minat Menabung	0,744	6	Reliabel

Hasil uji reliabilitas pada tabel IV.9 diperoleh kesimpulan bahwa hasil uji reliabilitas variabel pengetahuan (X_1) diperoleh nilai *cronbach alpha* $0,155 > 0,6$ sehingga variabel pengetahuan dinyatakan reliabel dan dapat diterima. Selanjutnya, untuk variabel promosi (X_2) *cronbach alpha* $0,122 > 0,6$ sehingga variabel promosi dinyatakan reliabel dan dapat

diterima. Selanjutnya, *cronbach alpha* untuk variabel reputasi (X_3) $0,146 > 0,6$ sehingga variabel reputasi dinyatakan reliabel dan dapat diterima. Selanjutnya, *cronbach alpha* untuk variabel religiusitas (X_4) $0,795 > 0,6$ sehingga variabel religiusitas dinyatakan reliabel dan dapat diterima. Selanjutnya, *cronbach alpha* untuk variabel minat menabung (Y) $0,744 > 0,6$ sehingga variabel minat menabung dinyatakan reliabel dan dapat diterima.

3. Statistik Deskriptif

Hasil uji analisis statistik deskriptif ini dapat dilakukan dengan cara mencari *minimum*, *maksimum*, *mean* dan *standard deviation* yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.10 Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pengetahuan	90	17	30	26.13	2.204
Promosi	90	17	30	25.32	2.341
Reputasi	90	18	30	24.31	2.787
Religiusitas	90	18	30	24.74	2.936
Minat Menabung	90	17	30	25.12	2.570
Valid N (listwise)	90				

Hasil uji analisis statistik deskriptif pada tabel IV.10 menjelaskan bahwa variabel pengetahuan dengan jumlah data (N) sebanyak 90 mempunyai nilai terendah 17, nilai tertinggi 30 dan nilai rata-rata 26.13 serta nilai simpangan baku 2.204. Variabel promosi dengan jumlah data (N) sebanyak 90 mempunyai nilai terendah 17, nilai tertinggi 30 dan nilai rata-rata 25.32 serta nilai simpangan baku 2.341. Variabel reputasi dengan jumlah data (N) sebanyak 90 mempunyai nilai terendah 18, nilai tertinggi 30

dan nilai rata-rata 24.31 serta nilai simpangan baku 2.787. Variabel religiusitas dengan jumlah data (N) sebanyak 90 mempunyai nilai terendah 18, nilai tertinggi 30 dan nilai rata-rata 24.74 serta nilai simpangan baku 2.936. Variabel minat menabung dengan jumlah data (N) sebanyak 90 mempunyai nilai terendah 17, nilai tertinggi 30 dan nilai rata-rata 25.12 serta nilai simpangan baku 2.570

4. Hasil Uji Normalitas

Sampel yang diambil terlebih dahulu perlu dilakukan uji normalitas untuk mengetahui apakah sampel yang diambil berdasarkan dari populasi yang berdistribusi normal. Untuk melakukan uji normalitas dengan menggunakan uji *One Sample Kolmogrov Smirnov* pada taraf signifikansi 10% dan dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 10% atau 0,1.

**Tabel IV.11 Hasil Uji Normalitas Kolmogrov Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.36844368
Most Extreme Differences	Absolute	.071
	Positive	.042
	Negative	-.071
Test Statistic		.071
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: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 21, (data diolah 2023).

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel IV.11 diatas dapat dinyatakan bahwa nilai signifikansi 0.200. Nilai signifikansi lebih besar dari 0,1 ($0.200 > 0,1$). Maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual tersebut berdistribusi normal.

5. Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas untuk variabel pengetahuan, promosi, reputasi dan religiusitas terhadap minat menabung mahasiswa angkatan tahun 2020 UIN Syahada Padangsidempuan adalah sebagai berikut:

Tabel IV.12 Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.618	1.994		.812	.419		
Pengetahuan	.081	.096	.069	.837	.405	.490	2.043
Promosi	.173	.083	.158	2.093	.039	.588	1.700
Reputasi	.364	.098	.395	3.715	.000	.295	3.385
Religiusitas	.330	.083	.377	3.971	.000	.370	2.703

a. Dependent Variable: Minat Menabung

Hasil uji multikolinearitas pada tabel IV.12 dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* untuk variabel pengetahuan (X_1) 0,490 dan nilai *tolerance* untuk variabel promosi (X_2) adalah 0,588 dan nilai *tolerance* untuk variabel reputasi (X_3) adalah 0,295 dan nilai *tolerance* untuk variabel religiusitas (X_4) adalah 0,370 sehingga dapat disimpulkan nilai *tolerance* dari ketiga variabel tersebut adalah lebih >

0,1. Nilai VIF dari variabel pengetahuan (X_1) adalah $2,043 > 0,1$. Nilai VIF dari variabel promosi (X_2) adalah $1,700 > 0,1$. Nilai VIF dari variabel reputasi (X_3) adalah $3,385 > 0,1$. Nilai VIF dari variabel religiusitas (X_4) adalah $2,703 > 0,1$. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai VIF dari keempat variabel diatas adalah lebih $> 0,1$. Berdasarkan penilaian tersebut dapat disimpulkan bahwa terjadi multikolinearitas antara pengetahuan, promosi, reputasi dan religiusitas.

b. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Hasil Uji Heteroskedastisitas yang telah diolah dengan menggunakan *Glejser* yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel IV.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.716	1.199		1.431	.156
Pengetahuan	.033	.058	.086	.566	.573
Promosi	.017	.050	.048	.345	.731
Reputasi	-.061	.059	-.203	-1.041	.301
Religiusitas	-.018	.050	-.062	-.358	.721

a. Dependent Variable: Abs_RES

Dari hasil di atas, nilai signifikansi dari pengetahuan atau nilai Sig. (2-tailed) pengetahuan ($0,573$) $> 0,1$. Nilai signifikansi dari promosi atau nilai Sig. (2-tailed) promosi ($0,731$) $> 0,1$. Nilai signifikansi dari reputasi atau nilai Sig. (2-tailed) reputasi ($0,301$) $> 0,1$. . Nilai signifikansi dari religiusitas atau nilai Sig. (2-tailed) religiusitas ($0,721$) $> 0,1$ Sehingga dapat disimpulkan menyatakan

bahwa pengetahuan, promosi, reputasi dan religiusitas tidak terdapat heteroskedasitas dalam penelitian ini.

6. Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil uji analisis regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel IV.14 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.618	1.994		.812	.419
	Pengetahuan	.081	.096	.069	.837	.405
	Promosi	.173	.083	.158	2.093	.039
	Reputasi	.364	.098	.395	3.715	.000
	Religiusitas	.330	.083	.377	3.971	.000

a. Dependent Variable: Minat Menabung

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 23.

Berdasarkan persamaan regresi linear berganda diatas dapat diartikan bahwa:

- 1) Nilai konstanta sebesar 1.618 artinya jika variabel pengetahuan, promosi, reputasi dan religiusitas nilainya adalah 0, maka minat menabung nilainya adalah 1.618.
- 2) Nilai koefisien regresi variabel X_1 (pengetahuan) = 0.081, maka jika pengetahuan mengalami peningkatan sebesar 1 satuan, maka minat menabung mengalami peningkatan sebesar $1,618 + 0,081 = 1.699$ dengan asumsi variabel indenpenden lainnya tetap.
- 3) Nilai koefisien regresi variabel X_2 (promosi) = 0.173, maka jika promosi mengalami peningkatan sebesar 1 satuan, maka minat

menabung mengalami peningkatan sebesar $1,618 + 0,173 = 1,791$ dengan asumsi variabel indenpenden lainnya tetap.

4) Nilai koefisien regresi variabel X_3 (reputasi) = 0,364, maka jika reputasi mengalami peningkatan sebesar 1 satuan, maka minat menabung mengalami peningkatan sebesar $1,618 + 0,364 = 1,982$ dengan asumsi variabel indenpenden lainnya tetap.

5) Nilai koefisien regresi variabel X_4 (religiusitas) = 0,330, maka jika religiusitas mengalami peningkatan sebesar 1 satuan, maka minat menabung mengalami peningkatan sebesar $1,618 + 0,330 = 1,948$ dengan asumsi variabel indenpenden lainnya tetap.

7. Hasil Uji Hipotesis

a. Uji Secara Parsial (Uji t)

**Tabel IV.15 Hasil Uji Secara Parsial (Uji t)
Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.618	1.994		.812	.419
	Pengetahuan	.081	.096	.069	.837	.405
	Promosi	.173	.083	.158	2.093	.039
	Reputasi	.364	.098	.395	3.715	.000
	Religiusitas	.330	.083	.377	3.971	.000

a. Dependent Variable: Minat Menabung

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 23

Berdasarkan tabel IV.15 diperoleh kesimpulan bahwa nilai untuk t_{tabel} dicari pada $\alpha = 10\%$ dengan derajat kebebasan (df) = $n-k-1$, dimana n = jumlah sampel dan k = variabel independen, jadi $df = 90-4-$

1=85. Dengan pengujian dua sisi (signifikansi 0,1) maka diperoleh t_{tabel} sebesar 1.662

Diketahui variabel pengetahuan (X_1) memiliki t_{hitung} sebesar 837 $< t_{\text{tabel}}$ 1.662 dan nilai signifikansinya $0.405 > 0,1$ berarti H_0 diterima maka H_a ditolak. Sehingga pengetahuan tidak berpengaruh dan signifikan terhadap minat mahasiswa menabung di Bank Syariah Indonesia (Studi kasus Mahasiswa FTIK Angkatan Tahun 2020 UIN Syahada Padangsidempuan).

Diketahui variabel promosi (X_2) memiliki t_{hitung} sebesar 2,093 $> t_{\text{tabel}}$ 1.662 dan nilai signifikansinya $0.039 < 0,1$ berarti H_0 ditolak maka H_a diterima. Sehingga promosi berpengaruh dan signifikan terhadap minat mahasiswa menabung di Bank Syariah Indonesia (Studi kasus Mahasiswa FTIK Angkatan Tahun 2020 UIN Syahada Padangsidempuan).

Diketahui variabel reputasi (X_3) memiliki t_{hitung} sebesar 3,715 $> t_{\text{tabel}}$ 1.662 dan nilai signifikansinya $0.000 < 0,1$ berarti H_0 ditolak maka H_a diterima. Sehingga reputasi berpengaruh dan signifikan terhadap minat mahasiswa menabung di Bank Syariah Indonesia (Studi kasus Mahasiswa FTIK Angkatan Tahun 2020 UIN Syahada Padangsidempuan).

Diketahui variabel religiusitas (X_4) memiliki t_{hitung} sebesar 3,971 $> t_{\text{tabel}}$ 1.662 dan nilai signifikansinya $0.000 < 0,1$ berarti H_0 ditolak maka H_a diterima. Sehingga religiusitas berpengaruh dan signifikan

terhadap minat mahasiswa menabung di Bank Syariah Indonesia (Studi kasus Mahasiswa FTIK Angkatan Tahun 2020 UIN Syahada Padangsidempuan).

b. Uji Simultan (Uji F)

Tabel IV.16 Hasil Uji Secara Simultan (Uji F)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	420.991	4	105.248	53.677	.000 ^b
	Residual	166.665	85	1.961		
	Total	587.656	89			

a. Dependent Variable: Minat Menabung

b. Predictors: (Constant), Religiusitas, Pengetahuan, Promosi, Reputasi

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 23.

Berdasarkan tabel uji simultan (uji F) diatas dapat dijelaskan bahwa nilai F_{tabel} untuk signifikasi $\alpha = 0,1$ dengan $df_1 = k-1$ atau $4-1=3$ (k adalah jumlah variabel independen), df_2 adalah 90 ($df_2 = n-k-1$) atau $90-4-1= 85$ (n adalah jumlah responden dan k adalah variabel independen) maka hasil yang diperoleh untuk F_{tabel} sebesar 2.01. Hasil uji simultan (uji F) pada tabel nilai F_{hitung} sebesar 53.677 sehingga $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($53.677 > 2.01$) maka H_0 ditolak, jadi kesimpulannya yaitu pengetahuan, promosi, reputasi dan religiusitas berpengaruh terhadap minat mahasiswa menabung di Bank Syariah Indonesia (Studi kasus Mahasiswa FTIK Angkatan Tahun 2020 UIN Syahada Padangsidempuan).

8. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar variabel independen secara simultan mampu menjelaskan variabel dependen, hasil uji koefisien determinasi sebagai berikut:

Tabel IV.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R_2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.846 ^a	.716	.703	1.400

a. Predictors: (Constant), Religiusitas, Pengetahuan, Promosi, Reputasi

b. Dependent Variable: Minat Menabung

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 23

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi yang tertera pada tabel IV.17 diperoleh. Berarti pengetahuan, promosi, reputasi dan religiusitas memberikan kontribusi sebesar 71,6% terhadap minat menabung sedangkan sisanya 28,4% diperoleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

E. Pembahasan Hasil Penelitian

Setelah peneliti melakukan penelitian secara langsung dengan melakukan penyebaran angket yang disebarakan kepada seluruh mahasiswa FTIK angkatan tahun 2020 UIN Syahada Padangsidempuan dan mengelola hasil jawaban responden dari angket yang peneliti sebarakan melalui SPSS versi 23 yang berjudul Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa FTIK Angkatan Tahun 2020 UIN Syahada Padangsidempuan).

Berdasarkan hasil analisis uji hipotesis yang dilakukan dengan uji persial (uji t) dan uji simultan (uji f), maka diperoleh hasil yaitu:

1. Pengaruh pengetahuan terhadap minat mahasiswa menabung di Bank Syariah Indonesia (Studi kasus Mahasiswa FTIK Angkatan Tahun 2020 UIN Syahada Padangsidempuan).

Berdasarkan analisis hasil uji t. menunjukkan bahwa pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa menabung di Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa FTIK Angkatan Tahun 2020 UIN Syahada padangsidempuan). Hal ini dibuktikan dengan pengujian dan menunjukkan nilai pengeetahuan (X_1) memiliki t_{hitung} sebesar $837 < t_{tabel}$ 1.662 dan nilai signifikansinya $0.405 > 0,1$. Sehingga tidak ada pengaruh pengetahuan terhadap minat mahasiswa menabung di Bank Syariah Indonesia (Studi kasus Mahasiswa FTIK Angkatan Tahun 2020 UIN Syahada Padangsidempuan).

Dengan melihat tabel *Coefficient regresi*, variabel pengetahuan memiliki koefisien bernilai negatif artinya tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara pengetahuan dengan minat menabung mahasiswa Fakultas Tarbiyah dan ilmu Keguruan Angkatan Tahun 2020 UIN Syahada padangsidempuan, yang berarti setiap penambahan untuk variabel pengetahuan tidak akan menurunkan minat menabung mahasiwa di Bank Syariah Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa walaupun mahasiswa FTIK kurang mengetahui apa itu Bank Syariah Indonesia akan tetapi

banyak dari mahasiswa yang berminat untuk tetap menabung di Bank Syariah Indonesia.

Penelitian ini relevan dengan teori yang dikemukakan oleh Ujang Sumarwan, yang menyatakan bahwa pengetahuan konsumen merupakan segala informasi yang dimiliki oleh semua konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen.¹

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Else Wili Febriani yang menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat mahasiswa jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung menggunakan mobile banking bank syariah.²

Namun penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Ika Septiana Wulandari dengan judul “Analisis Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Bank Syariah dengan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Bank BRI Syariah Kantor Cabang Semarang)” yang menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

¹Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), hlm. 147

² Else Wili Febriani, *Pengaruh Pengetahuan, Persepsi Manfaat, Keamanan Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung)*, (Tulungagung: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2020)

IAIN Tulungagung menggunakan jasa bank syariah.³ Oleh karena itu, dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa menabung di Bank Syariah Indonesia (Studi kasus Mahasiswa FTIK Angkatan Tahun 2020 UIN Syahada Padangsidimpuan).

2. Pengaruh promosi terhadap minat mahasiswa menabung di Bank Syariah Indonesia (Studi kasus Mahasiswa FTIK Angkatan Tahun 2020 UIN Syahada Padangsidimpuan).

Berdasarkan analisis hasil uji t. menunjukkan bahwa terdapat pengaruh promosi terhadap minat mahasiswa menabung di Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa FTIK Angkatan Tahun 2020 UIN Syahada padangsidimpuan). Hal ini dibuktikan dengan pengujian dan menunjukkan nilai promosi (X_2) memiliki t_{hitung} sebesar $2.093 > t_{tabel}$ 1.662 dan nilai signifikansinya $0,039 < 0,1$ berarti ada pengaruh promosi terhadap minat mahasiswa menabung di Bank Syariah Indonesia (Studi kasus Mahasiswa FTIK Angkatan Tahun 2020 UIN Syahada Padangsidimpuan).

Dengan melihat tabel *Coefficient regresi*, variabel promosi memiliki koefisien bernilai positif artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara promosi dengan minat mahasiswa menabung di Bank Syariah Indonesia (Studi kasus Mahasiswa FTIK Angkatan Tahun 2020

³ Ika Septiana Wulandari, *Analisis Pengaruh Religiusitasn Pengetahuan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Bank Syariah dengan Kpercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Bank BRI Syariah Kantor Cabang Semarang)*, (Salatiga: Skripsi, 2018).

UIN Syahada Padangsidempuan) yang berarti setiap penambahan untuk variabel promosi akan meningkatkan minat menabung mahasiswa begitupun sebaliknya.

Penelitian ini relevan dengan teori yang dikemukakan oleh Philip Kotler & Kevin Lane Kettler, yang menyatakan bahwa promosi merupakan segala aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan produk perusahaan kepada konsumen dan membujuk konsumen untuk membeli produk perusahaan.⁴

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ilma Nurul Fitriyah dengan judul “Pengaruh Persepsi, Lokasi, Promosi, dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa Sarjana Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung)” yang menyatakan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung mahasiswa sarjana jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung.⁵ Namun penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Syarifah Muna Nur Afifah yang menyatakan bahwa promosi berpengaruh negatif

⁴ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, (Pearson Education Limited, Eanglan: 2012), hlm. 47

⁵ Ilma Nurul Fitriyah, *Pengaruh Persepsi, Lokasi, Promosi, dan Pengetahuan Produk terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa Sarjana Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung*, (Tulungagung: Skripsi, 2020).

dan signifikan terhadap minat menabung Remaja Masjid Al-Munawwar di Bank Syariah.⁶

Berdasarkan penelitian ini dapat disimpulkan bahwa promosi berpengaruh terhadap minat mahasiswa menabung di Bank Syariah Indonesia (Studi kasus Mahasiswa FTIK Angkatan Tahun 2020 UIN Syahada Padangsidempuan).

3. Pengaruh reputasi terhadap minat mahasiswa menabung di Bank Syariah Indonesia (Studi kasus Mahasiswa FTIK Angkatan Tahun 2020 UIN Syahada Padangsidempuan).

Berdasarkan analisis hasil uji t. menunjukkan bahwa terdapat pengaruh reputasi terhadap minat mahasiswa menabung di Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa FTIK Angkatan Tahun 2020 UIN Syahada padangsidempuan). Hal ini dibuktikan dengan pengujian dan menunjukkan nilai reputasi (X_3) memiliki t_{hitung} sebesar $3.715 > t_{tabel}$ 1.662 dan nilai signifikansinya $0,000 < 0,1$ berarti H_{01} ditolak maka H_{a1} diterima. Sehingga ada pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung mahasiswa FTIK angkatan tahun 2020 UIN Syahada Padangsidempuan.

Penelitian ini relevan dengan teori yang dikemukakan oleh Chicmiatur Rosidah, yang menyatakan bahwa reputasi sebagai gambaran secara keseluruhan akan tindakan perusahaan di masa lalu dan prospek yang dimiliki perusahaan di masa yang akan datang melalui segala

⁶ Syarifah Muna Nur Afifah, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Remaja Masjid Al-Munawwar Kabupaten Tulungagung)*, (Tulungagung: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2020)

kebijakan yang diambil apabila dibandingkan dengan perusahaan pesaingnya.⁷

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muh. Abdul Aziz yang menyatakan bahwa reputasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung Remaja Masjid di Kecamatan Getasan Kabupaten Semarang.⁸ Namun penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Neng Nadiyya Syaima⁸ dengan judul “Pengaruh Merek, Reputasi, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Proses Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan di BJB Syariah KCP. Ciputat” menunjukkan bahwa variabel reputasi berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap minat menabung mahasiswa.⁹

Oleh karena itu, dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa reputasi berpengaruh terhadap minat mahasiswa menabung di Bank Syariah Indonesia (Studi kasus Mahasiswa FTIK Angkatan Tahun 2020 UIN Syahada Padangsidempuan).

4. Pengaruh religiusitas terhadap minat mahasiswa menabung di Bank Syariah Indonesia (Studi kasus Mahasiswa FTIK Angkatan Tahun 2020 UIN Syahada Padangsidempuan).

⁷ Chicmiatur Rosidah, *The Influence of Corporate Reputation and Trust To Consumer Loyalty of ATM User After Cybercrime Issues (Study Consumer in Surabaya)*, Jurnal Business and Economics, 21 Mei 2011).

⁸ Muh. Abdul Aziz, Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Remaja Masjid di Kecamatan Getasan Kabupaten Semarang), (Salatiga: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2019)

⁹ Neng Nadiyya Syaima, *Pengaruh Merek, Reputasi, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Proses Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan di BJB Syariah KCP. Ciputat*, (Jakarta: Skripsi, 2017).

Berdasarkan analisis hasil uji t. menunjukkan bahwa terdapat pengaruh religiusitas terhadap minat mahasiswa menabung di Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa FTIK Angkatan Tahun 2020 UIN Syahada Padangsidimpuan). Hal ini dibuktikan dengan pengujian dan menunjukkan nilai religiusitas (X_4) memiliki t_{hitung} sebesar $3.971 > t_{tabel}$ 1.662 dan nilai signifikansinya $0,000 < 0,1$ berarti H_{01} ditolak maka H_{a1} diterima. Sehingga ada pengaruh religiusitas terhadap minat menabung mahasiswa FTIK angkatan tahun 2020 UIN Syahada Padangsidimpuan.

Penelitian ini relevan dengan teori yang dikemukakan oleh Desy Fatmawati, yang menyatakan bahwa religiusitas merupakan kedalaman seseorang dalam meyakini suatu agama dengan disertai tingkat pengetahuan terhadap agamanya yang diwujudkan dalam pengamalan nilai-nilai agama yakni dengan mematuhi aturan dan menjalankan kewajiban dengan keikhlasan hati dalam kehidupan sehari-hari yang berkaitan dengan ibadah.¹⁰

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Indra Utama dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Religiusitas, Bauran Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan menjadi Nasabah Tabungan iB Hasanah BNI Syariah Kantor Cabang BS” yang menunjukkan bahwa variabel religiusitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap

¹⁰ Desy Fatmawati, *Pengaruh Pendapatan, Religiusitas, dan Informasi Terhadap Intensi Menabung di Bank Syariah pada Kalangan Santri Mahasiswa PP. Wahid Hasyim di Sleman*, (Yogyakarta: Skripsi Tidak Ditebitkan, 2015), hlm. 27-29.

minat menabung mahasiswa.¹¹ Namun penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Uniyanti yang menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat nasabah menabung di Bank Syariah.¹²

Berdasarkan penelitian ini dapat disimpulkan bahwa promosi berpengaruh terhadap minat mahasiswa menabung di Bank Syariah Indonesia (Studi kasus Mahasiswa FTIK Angkatan Tahun 2020 UIN Syahada Padangsidimpuan).

5. Pengaruh pengetahuan, promosi, reputasi dan religiusitas terhadap minat mahasiswa menabung di Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa FTIK Angkatan Tahun 2020 UIN Syahada Padangsidimpuan).

Berdasarkan Hasil uji ANOVA nilai F_{hitung} sebesar 53.677 sehingga $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($53.677 > 2.15$) maka H_a diterima, jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh pengetahuan, promosi, reputasi dan religiusitas terhadap minat mahasiswa menabung di Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa FTIK Angkatan Tahun 2020 UIN Syahada Padangsidimpuan).

F. Keterbatasan Penelitian

Keseluruhan rangkaian kegiatan dalam penelitian telah dilaksanakan sesuai dengan langkah-langkah yang sudah ditetapkan dalam metode

¹¹ Indra Utama, *Pengaruh Kualitas Produk, Religiusitas, Bauran Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan menjadi Nasabah Tabungan iB Hasanah BNI Syariah Kantor Cabang BS*, (Jakarta: Skripsi, 2017).

¹² Uniyanti, *Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Nasabah Menabung di Bank Syariah (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar)*, (Makassar: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2018)

penelitian. Namun, peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih memiliki kekurangan keterbatasan yang dapat memungkinkan dapat memengaruhi hasil penelitian. Adapun keterbatasan-keterbatasan yang dihadapi peneliti selama penelitian dan menyusun skripsi ini adalah:

1. Keterbatasan pada penggunaan yang digunakan oleh peneliti yaitu dimana peneliti hanya menganalisis minat mahasiswa menggunakan produk tabungan Bank Syariah Indonesia.
2. Dalam penyebaran angket peneliti tidak mengetahui kejujuran responden dalam menjawab setiap pertanyaan yang diberikan sehingga memengaruhi validasi data yang diperoleh.
3. Dalam menyebarkan kuesioner ada saja responden yang menolak untuk mengisi kuesioner dikarenakan rasa takut dan kurangnya kepercayaan akan data yang akan disalahgunakan.
4. Keterbatasan pada Produk Bank yang digunakan, yang dimana peneliti hanya meneliti produk tabungan Bank Syariah Indonesia. Sedangkan masih ada beberapa tabungan bank lainnya seperti Bank Muamalat dan Bank Sumut Syariah. Sample penelitian yang diambil hanya dari Mahasiswa FTIK. Sedangkan masih ada beberapa fakultas lagi di UIN Syahada Padangsidempuan seperti FASIH dan FDIK.

Walaupun demikian, peneliti tetap berusaha agar keterbatasan yang dihadapi tidak mengurangi makna maupun hasil penelitian ini.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan Penelitian yang dilakukan peneliti ini bertujuan untuk mengetahui apakah pengetahuan, promosi, reputasi, dan religiusitas berpengaruh terhadap minat mahasiswa menabung di Bank Syariah Indonesia. Hasil dari penyebaran data dan pengujian yang telah dilakukan terhadap permasalahan dengan menggunakan regresi linear berganda, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan untuk menabung di Bank Syariah Indonesia.
2. Promosi berpengaruh terhadap minat mahasiswa Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan untuk menabung di Bank Syariah Indonesia.
3. Reputasi berpengaruh terhadap minat mahasiswa Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan untuk menabung di Bank Syariah Indonesia.
4. Religiusitas berpengaruh terhadap minat mahasiswa Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan untuk menabung di Bank Syariah Indonesia.

B. Implikasi Hasil Penelitian

Implikasi dalam penelitian ini menunjukkan bahwa untuk meningkatkan minat menabung mahasiswa, dalam hal ini mahasiswa Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Angkatan Tahun 2020 UIN SYAHADA Padangsidimpuan, perguruan tinggi dan perbankan memiliki peran penting yaitu dengan meningkatkan pengetahuan dan pemahaman yang

tepat untuk meningkatkan minat mahasiswa menabung di Bank Syariah Indonesia. Meskipun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa menabung, akan tetapi jika pengetahuan dan pemahaman yang tinggi terhadap Bank Syariah Indonesia, mahasiswa akan dapat mengambil keputusan untuk menabung sendiri dan tidak memiliki ketergantungan terhadap orang lain. Bank Syariah Indonesia dapat lebih berkembang di beberapa wilayah dan dapat merangkul mahasiswa menjadi nasabah. Akan tetapi penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan, diharapkan penelitian selanjutnya dapat menentukan populasi yang lebih luas sehingga diperoleh karakteristik yang berbeda dan kesimpulan yang diperoleh dapat diperlakukan secara umum serta memperkaya hasil penelitian yang relevan.

B. Saran

1. Bagi Bank Syariah Indonesia diharapkan untuk lebih memperhatikan dan lebih inisiatif lagi dalam mempromosikan produk bank terutama produk tabungannya agar masyarakat maupun mahasiswa lebih memahami secara mendalam tentang produk tabungan bank syariah dan lebih berminat untuk menggunakannya.
2. Untuk penelitian yang selanjutnya diharapkan untuk mengevaluasi hasil penelitian ini dengan cara memperdalam materi yang diteliti, memperluas jumlah responden dan memasukan variabel yang lain.
3. Bagi mahasiswa FTIK hasil penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai bahan bacaan dan *literature* untuk memberikan informasi

mengenai Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa FTIK Angkatan Tahun 2020 UIN Syahada Padangsidimpuan).

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Ascarya. *Akad & Produk Bank Syariah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2008.
- Assauri, Sofyan. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers. 2017.
- Ash-Shiddieqy, Muhammad Hasbi, *Tafsir Al-Qur'anul Majid An-Nuur*, (Semarang: Pustaka Rizki Putra, 2000).
- Anshori, Abdul Ghofur. *Perbankan Syariah di Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah mada University Press. 2007.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. *Bank Syariah dari Teori ke Praktik Cetakan ke-2*. Jakarta: Gema Insani Press. 2014.
- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana. 2017.
- Darma, Budi. *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS*. Guepedia. 2021.
- Departemen Agama RI. *Al-Quran dan Terjemahannya*. Bandung: CV Dipenorogo. 2012.
- Firmansyah, Aditya Ryan, "Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Persepsi Kualitas Terhadap Niat Beli Mobil Datsun Go Panca", *Bisnis Manajemen*, 2016)
- Gautama, Budi dan Ali Hardana. *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Medan: Merdeka Kreasi. 2021.
- Harahap, Darwis dkk. *Pengantar Ekonomi Makro Kajian Integratif*. Jakarta: Kencana, 2020.
- Hartono, Bobby dan Leni Indriyani. *Minat Beli di Marketplace Shopee*. Padangsidempuan: PT Inovasi Pratama Internasional. 2022.
- Haryanto, Rudy, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah (Teori dan Praktik)*. Jakarta: Duta Creative. 2017.
- Hasan, Ali, *Marketing Bank Syariah*. Bogor: Ghalia Indonesia. 2012.
- Ikit, *Manajemen Dana Bank Syariah*. Yogyakarta: Gava Media. 2012.
- Ismail, *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana Prenata Media Group. 2016.
- Ismail. *Manajemen Perbankan: Dari Teori Menuju Aplikasi*. Jakarta: Kencana. 2017.

- Ismail, AKUNTANSI BANK, *Teori dan Aplikasi dalam Rupiah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2010).
- Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2016.
- Karim, Adiwarman A. *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010.
- Karim, Abdul dan Fifi Hanafia. *Menjaga Konsep Ekonomi Syariah*, Edisi 1. Bogor: Anggota IKAPI, 2021.
- Kholil, Syukur. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Citapustaka Media, 2006.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Erlangga)
- Kuncoro, Mudrajat. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Mustofa, Akhmad, *Uji Hipotesis Statistik* (Yogyakarta: Gapura Publishing, 2013)
- Noor, Juliansyah. *Metode Penelitian*. Jakarta: Kencana, 2010.
- Nurhasanah, Neneng dan Panji Adam. *Hukum Perbankan Syariah Konsep dan Regulasi*. Cetakan Pertama.
- Saleh, Abdul Rahman dan Muhibb Abdul Wahab. *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*. I. Jakarta: Prenada Media Grup, 2004.
- Rianto, *Metodologi Penelitian Sosial dan Hukum*. Jakarta: Plaju, 2004.
- Rianto, M. Nur. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Sarwono, Jonathan dan Tutty Martadiredja. *Riset Bisnis untuk Pengambilan Keputusan*. Yogyakarta: Andi Offset, 2008.
- Shihab, M. Quraish, *Tafsir Al-Mishbah. Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an*. Jakarta: Lentera Hati, 2002.
- Siyoto, Sandu, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015).
- Siregar, Sofiyon, *Statistik Parametrik dan Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Bumi Asara, 2014)
- Sjahdeini, Sutan Remi. *Perbankan Syariah*, 1 ed. Jakarta: Kencana, 2014.

- Slameto, *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1988.
- Sudijono, Anas. *Pengantar Statistik Pendidikan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2018.
- Sugiarto, et.al, *Teknik Sampling*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta, 2013.
- Suyono, *Analisis Regresi Untuk Penelitian* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2012)
- Thian, Alexander, *Manajemen Perbankan*. Jakarta: CV Andi, 2021.
- Tjiptono, F, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi, 2008)
- Umar, Husein, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013)
- Zuhroh, Idah dan Faizal Amir, *Ekonometrika* (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2021)

Sumber Jurnal dan Skripsi

- Afifah, Syarifah Muna Nur, Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus pada Remaja Masjid Al Munawwar Kabupaten Tulungagung). Tulungagung: Skripsi Tidak diterbitkan, 2020.
- Abhimantra, Anangadipa, dkk. Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Nasabah (Mahasiswa) Dalam Memilih Menabung Pada Bank Syariah”, *Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitektur dan Teknik Sipil*, Vol 5 Oktober 2013.
- Ariskiyanor, Muhammad, “Keputusan Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Menggunakan Produk Tabungan di Bank Konvensional (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Angkatan 2014 Dan 2015 Uin Antasari Banjarmasin)”. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Antasari Banjarmasin, 2019.
- Assael, “Minat Menabung”, *Jurnal Manajemen dan Bisnis: Performa*, Vol. 16 (No. 1), Maret 2019.
- Aziz, Muh. Abdul, “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus pada Bank BRI Syariah Kantor Cabang Semarang). Salatiga: Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Salatiga: Tidak diterbitkan, 2019.

- Candera, Mister, Nadia Afrilliana dan Renggawuni Ahdan, “Peran Literasi Keuangan Syariah dalam memoderasi Pengaruh Demografi terhadap Minat Menabung pada Perbankan Syariah”, *Jurnal Manajemen Motivasi*, Vol. 16 (No.22), Juni 2020, hlm. 1, <https://doi.org/10.29406/jmm.v16i1.2069>.
- Damayanti, Sisca, “Pengaruh Pandangan Islam, Pelayanan dan keamanan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung di Bank Syariah Cabang X”. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*” Vol. 9, No. 1 (2016).
- Dayyan, Muhammad ,Fahriansah dan Juprianto, Analisis Minat Masyarakat Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus di Gampong Pondok Kemuning), *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, Vol. 1 (No. 1), 2017.
- Duli, Nikolaus, *Metodologi Penelitiann Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan skripsi & Analisis Data Dengan Spss*, 2019)
- Febriani, Else Wili, Pengaruh Pengetahuan, Persepsi Manfaat, Keamanan Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah (Studi pada Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung). Tulungagung: Skripsti Tidak diterbitkan.
- Fitriyah, Ilma Nurul, *Pengaruh Persepsi, Lokasi, Promosi, dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa Sarjana Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung)*, (Tulungagung: Skripsi, 2020)
- Indri, Irnawati, *Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat di Kecamatan Rappocini ota Makasar)*, (Makassar: Skripsi, 2019)
- Kartika, Chandra, dkk., “Pengaruh Religiusitas, Trust, Corporate Image, dan Sistem Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah Menabung dan Loyalitas di Bank Syariah Mandiri di Surabaya”, *Develop*, Vol. 4 (No. 2), 13 Oktober.
- Lesmana, Ceta Indra, *Strategi Membangun Loyalitas Nasabah Bank Syariah (Jawa Tengah:Wawasan Ilmu, 2023)*.
- Mauludiyah, Choiril, “Studi Komparatif Faktor Minat Menabung Antara KSPPS Yaummi Maziyah Assa’adah Cabang Tlogowungu Pati Dan KSPPS Berkah Alfath Mulia Cabang Lahar Tlogowungu Pati”, Skripsi Ilmu Ekonomi Syariah (SI), (2017).
- Majhaf, Siti Aisya, “Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kelurahan Siranindi di Bank Muamalat Indonesia Palu Sulawesi Tengah”, *Al-Kharaj: Journal of Islamic Economic and*

Business, Vol. 2 (No. 1), Juni 2020, hlm. 16–33,
<https://doi.org/10.24256/kharaj.v2i1.1192>.

Munandar, Jepri Aris dan Onsardi, “*Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung di Bank Sumsel Bael KCP Tanjung Sakti*”, (Jurnal *Entrepreneur dan Manajemen Sains*, Vol. 2, No. 1, Januari 2021)

Nasirin, Wanda Khairun, “Forecasting Market Share Perbankan Syariah di Indonesia”, (Skripsi, Padangsidempuan, Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, 2020), <Http://Etd.Iain-Padangsidempuan.Ac.Id/6234/>.

Nia Daniati, “Faktor Penghambat Minat Masyarakat Betungan Mengajukan Pembiayaan Pada Bank Syariah”, Skripsi (Bengkulu: IAIN Bengkulu: 2018).

Pajarianto, Hadi, dkk, *READ Nilai dan Budaya Kerja Di Perguruan Tinggi Muhammadiyah: Apakah Religiusitas Dibutuhkan?* (Bandung: Indonesia Emas Group, 2022), hlm.24

Pertiwi, Dita dan Haroni Doli H. Ritonga, “Analisis Minat Menabung Masyarakat Pada Bank Muamalat di Kota Kisaran” *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Vol 1. (No.1), Desember 2012.

Paratiwi, Rahyuni, “Studi Komparatif Minat Menabung Mahasiswa Universitas Andi Djemma Palopo dan Mahasiswa Universitas Cokroaminoto Palopo di Bank Syariah Indonesia”, “*Skripsi*”, (Palopo: IAIN Palopo, 2022).

Rahmayati, Ita, dkk, *Faktor Kompensasi, Motivasi, dan Disiplin Kerja* (Jakarta: LPMM, 2021)

Rosidah, Chicmiatur, *The Influence of Corporate Reputation and Trust To Consumer Loyalty of ATM User After Cybercrime Issues (Study Consumer in Surabaya)*, *Jurnal Business and Economics*, 21 Mei 2011).

Sa’adah, Lailatun, *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis* (Tambakberas Jombang: LPPM, 2021)

Sanjaya, Dino dan Nasim, “*Analisis Minat Menabung pada Bank Syariah (Studi Kasus: Fakultas Ekonomi Universitas Singaperbangsa Karawang)*”, (Jurnal *Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 5, No. 2, 2021)

Sari, Cyntia Novita dan Fernaldi Anggadha Ratno, “Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Nasabah Menabung dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderasi”, *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Keislaman*, Vol. 8 (No. 2), Desember 2020, 312–27,
<https://doi.org/10.24952/masharif.v8i2.3828>.

Sunarmo, *Market Structure And Competition Of Islamic Banking In Indonesia*, *Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan*, Vol. 20 (No.3), Januari 2018, 307–24, <https://doi.org/10.21098/Bemp.V20i3.855>.

Syatriadi, Tommy, *Pengertian Menabung*, 2013. <http://tommysyatriadi.blogspot.co.id/2013/04/pengertian-menabung.html>

Tho'in, Muhammad dan Agus Marimin, “Pengaruh Tingkat Pendapatan, Tingkat Pendidikan, dan Tingkat Religiusitas Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat”, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 5 (No.3), November 2019, hlm. 225, <https://doi.org/10.29040/jiei.v5i3.678>.

Uniyanti. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Nasabah Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. Makassar: Skripsi Tidak diterbitkan, 2018.

Usmadi, Usmadi, “Pengujian Persyaratan Analisis (Uji Homogenitas dan Uji Normalitas), *Inovasi Pendidikan*, Vol. 7, No. 1, Maret 2020.

Zakiah, Rafiqatus, “Analisis Perbandingan Minat Menabung Pada Produk Tabungan Antara Bank Syariah Dan Bank Konvensional”, Skripsi. FEBI, Ekonomi Islam, IAIN Bengkulu, 2019.

Sumber Lainnya

Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 01/DSN-MUI/IV/2000, tentang Giro

Fatwa DSN-MUI NO : 06 / DSN-MUI / IV / 2000, Tentang *Istishna'*

<https://kbbi.web.id/minat> (diakses pada 26 Juni 2022 Pukul 14.25).

<https://www.etalasebisnis.com> (di akses pada 8 Desember 2023, pukul 01.07).

Humas IAIN Padangsidimpuan, “*Rektormari Kita Bangun Teamwork dan Menumbuhkan Sense Of Belonging*”, www.iain-padangsidimpuan.ac.id, diakses 19 Mei 2022 pukul 04.33 WIB.

Humas FTIK, “Visi Misi Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan”, 18 Juli 2019, <https://ftikuinsyahada.ac.id/visi-misi-fakultas-tarbiyah-dan-ilmu-keguruan/>, diakses pada 10 Juni 2023 Pukul 10.00 WIB.

Tim Penyusunan Buku Panduan Akademik, *Profil Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan Tahun 2016* (Padangsidimpuan, IAIN Padangsidimpuan, 2018).

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Pribadi

Nama : Rohma Sari Hasibuan
Nama Panggilan : Rohma
NIM : 18 401 00133
Tempat/Tanggal Lahir : Simongi, 27 Januari 2000
Agama : Islam
Anak ke : Enam dari Enam saudara
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah
Alamat : Simongi Kec.Kotapinang Kab. Labusel
Nomor Hp : 081262628583

B. Identitas Orang Tua

Nama Ayah : Banuaran Hasibuan
Pekerjaan : Petani
Nama Ibu : Alm. Asni Siregar
Pekerjaan : -

C. Pendidikan

- SD Negeri 117873 Pasir Tuntung, Tamat Tahun 2011
- SMP Negeri 3 Kotapinang, Tamat Tahun 2015
- SMA Negeri 2 Kotapinang, Tamat Tahun 2018
- Masuk UIN SYAHADA Padangsidempuan Tahun 2018

SURAT VALIDASI ANGKET

Menerangkan bahwa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Zulaika Matondang, M.Si

NIDN : 20175 830 2

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket untuk kelengkapan penelitian yang berjudul: “Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa FTIK Angkatan Tahun 2020 UIN Syahada Padangsidimpuan)”.

Yang disusun oleh:

Nama : Rohma Sari Hasibuan

Nim : 18 401 00133

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi : Perbankan Syariah


Adapun masukan saya adalah sebagai berikut:

1.
2.
3.

Dengan harapan masukan dan penilaian yang saya berikan dapat dipergunakan untuk menyempurnakan dan memperoleh kualitas angket yang baik.

Padangsidimpuan, 3 Oktober 2023

Validator



Zulaika Matondang, M.Si

NIDN. 20175 830 2

**LEMBAR VALIDASI
ANGKET MINAT MENABUNG(Y)**

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Saudara/i memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun
2. Barilah tanda *Cheklis* (\checkmark) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi) dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Saudara/i dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	No. Soal	V	VR	TV
d. Dorongan dari dalam diri Individu	1,2			
e. Faktor Sosial	3,4			
f. Faktor Emosional	5,6			
d. Pengetahuan Produk	1,2			
e. Pengetahuan Pembelian	3,4			
f. Pengetahuan Pemakaian	5,6			
e. Periklanan	1,2			
f. Promosi Penjualan	3,4			
g. Publisitas	5			
h. Penjualan Pribadi	6			
e. Nama Baik	1,2			
f. Reputasi Pesaing	3,4			
g. Dikenal Luas	5			
h. Kemudian Diingat	6			
f. Keyakinan	1,2			
g. Praktik Agama	3			
h. Pengalaman	4			
i. Pengetahuan Agama	5			
j. Konsekuensi	6			

Catatan:

.....
.....

Padangsidempuan, 3 Oktober 2023

Validator



Zulaika Matondang, M.Si

NIDN. 20175 830 2

**LEMBAR VALIDASI
ANGKET PENGETAHUAN (X₁)**

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Saudara/i memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun
2. Barilah tanda *Cheklis* (√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi) dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Saudara/i dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	No. Soal	V	VR	TV
Pengetahuan Produk	1 dan 2			
Pengetahuan Pembelian	3 dan 4			
Pengetahuan Pemakaian	5 dan 6			

Catatan:

.....
.....
.....

Padangsidempuan, 3 Oktober 2023

Validator



Zulaika Matondang, M.Si

NIDN. 20175 830 2

LEMBAR VALIDASI

ANGKET PROMOSI (X₂)

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Saudara/i memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun
2. Barilah tanda *Cheklis* (√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi) dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Saudara/i dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	No. Soal	V	VR	TV
Periklanan	1 dan 2			
Promosi Penjualan	3 dan 4			
Publisitas	5			
Penjualan Pribadi	6			

Catatan:

.....
.....
.....

Padangsidempuan, 3 Oktober 2023

Validator



Zulaika Matondang, M.Si

NIDN. 20175 830 2

**LEMBAR VALIDASI
ANGKET REPUTASI (X₃)**

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Saudara/i memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun
2. Barilah tanda *Cheklis* (√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi) dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Saudara/i dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	No. Soal	V	VR	TV
Nama Baik	1 dan 2			
Reputasi Pesaing	3 dan 4			
Dikenal Luas	5			
Kemudian Diingat	6			

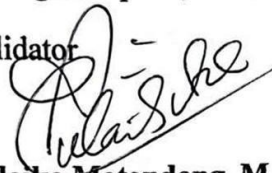
Catatan:

.....
.....

.....

Padangsidempuan, 3 Oktober 2023

Validator



Zulaika Matondang, M.Si

NIDN. 20175 830 2

**LEMBAR VALIDASI
ANGKET RELIGIUSITAS (X4)**

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Saudara/i memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun
2. Barilah tanda *Cheklis* (\surd) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi) dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Saudara/i dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	No. Soal	V	VR	TV
Keyakinan	1 dan 2			
Praktik Agama	3			
Pengalaman	4			
Pengetahuan Agama	5			
Konsekuensi	6			

Catatan:

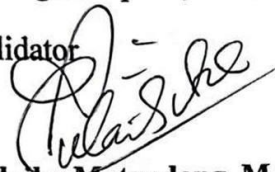
.....

.....

.....

Padangsidempuan, 3 Oktober 2023

Validator



Zulaika Matondang, M.Si

NIDN. 20175 830 2

ANGKET PENELITIAN

Kepada Yth

Bapak/Ibu/Saudara/i Responden

Assalamu'alaikumWr. Wb

Dalam rangka penelitian tugas akhir/skripsi pada program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary (UIN SYAHADA) Padangsidempuan, saya:

Nama : Rohma Sari Hasibuan

NIM : 18 401 00133

Bermaksud untuk mengadakan penelitian dengan judul **“Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa FTIK Angkatan Tahun 2020 UIN Syahada Padangsidempuan)”**. Sehubungan dengan itu saya mohon kesediaan dari Bapak/Ibu/Saudara/i untuk meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini dengan lengkap sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Informasi yang Bapak/Ibu/saudara/i berikan hanya digunakan untuk penelitian ini, dan kerahasiaannya akan saya jaga dengan sungguh–sungguh.

Atas bantuan dan kerja sama Bapak/Ibu/Saudara/i dalam menjawab pernyataan pada kuesioner ini, saya mengucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikumWr. Wb

Padangsidempuan, 03 Oktober 2023

Hormat Saya

ROHMA SARI HASIBUAN
NIM. 18 401 00133

ANGKET PENELITIAN

Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa FTIK Angkatan Tahun 2020 UIN Syahada Padangsidempuan)

A. IDENTITAS RESPONDEN

Saya mohon kesediaan Saudara/i untuk menjawab daftar pertanyaan ini. Dengan memberi tanda (√) pada kotak yang tersedia

1. Nama :
2. Nim :
3. Jurusan :
4. Jenis kelamin :
5. Bank yang digunakan :

B. PETUNJUK PENGISIAN

1. Bacalah dengan seksama setiap pernyataan dan jawaban yang tersedia.
2. Jawab dan isilah sesuai dengan pernyataan dibawah ini dengan memberikan tanda centang (√) pada alternatif yang tersedia pada kolom jawaban.
3. Mohon jawaban diberikan secara objektif untuk akurasi hasil penelitian, pada salah satu pilihan jawaban.

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

4. Semua jawaban Bapak/Ibu, saudara/i dijamin kerahasiaannya.
5. Pernyataan ini semata untuk tujuan penelitian.

C. Daftar Pertanyaan:

1. Angket Minat Menabung (Y)

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya memilih Bank Syariah Indonesia karena sesuai dengan kebutuhan saya					
2.	Saya memilih Bank Syariah Indonesia karena telah mengimplementasikan prinsip syariah dengan baik					
3.	Saya menggunakan Bank Syariah Indonesia karena saran dari teman, keluarga ataupun kerabat					
4.	Saya menggunakan Bank Syariah Indonesia karena saran dari teman					
5.	Saya merasa nyaman bertransaksi di Bank Syariah Indonesia karena pelayanannya					
6.	Saya merasa aman bertransaksi di Bank Syariah Indonesia					

2. Angket Pengetahuan(X₁)

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya mengetahui informasi tentang ragam produk yang ditawarkan Bank Syariah Indonesia					
2.	Saya mengetahui informasi tentang bagi hasil yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia					
3.	Saya mengetahui informasi tentang lokasi kantor cabang Bank Syariah Indonesia					
4.	Saya mengetahui informasi tentang lokasi jaringan ATM Bank Syariah Indonesia					
5.	Saya mengetahui manfaat produk-produk Bank Syariah Indonesia					
6.	Saya mengetahui kualitas keamanan Bank Syariah Indonesia					

3. Angket Promosi (X₂)

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Kunjungan instansi untuk sosialisasi dilakukan secara langsung					
2.	Bank Syariah Indonesia giat melakukan iklan di social media dan media cetak					
3.	Saya menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia karena mendengar dari teman, keluarga ataupun tetangga					
4.	Saya menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia karena melihat langsung dari brosur ataupun website resmi BSI					
5.	Pasang banner ditempat umum menarik perhatian					
6.	Karyawan membantu memberikan informasi ketersediaan produk dan variasinya					

4. Angket Reputasi (X₃)

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya tidak pernah mendapatkan informasi buruk tentang jasa layanan Bank Syariah Indonesia					
2.	Saya memilih Bank Syariah Indonesia karena menerapkan sistem bagi hasil					
3.	Bank Syariah Indonesia dipandang baik oleh kerabat-kerabat saya					
4.	Saya menggunakan Bank Syariah Indonesia karena berbeda dengan bank lain					
5.	Para kerabat saya mengetahui tentang jasa layanan Bank Syariah Indonesia					
6.	Singkatan nama Bank Syariah Indonesia (BSI) akan mempermudah saya untuk mengingat bank tersebut					

5. Angket Religiusitas (X4)

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya berpegang teguh pada pandangan tentang jasa layanan syariah Bank Syariah Indonesia					
2.	Bank Syariah Indonesia sepenuhnya terhindar dari Riba					
3.	Saya selalu semangat menjalankan ritual keagamaan					
4.	Saya memiliki pengalaman keagamaan					
5.	Saya mengetahui tentang pengetahuan agama					
6.	Saya bersedia menerima akibat dari praktik agama					

Padangsidempuan, 03 Oktober 2023

Responden

(.....)

Data Jawaban Responden							
Butir Soal Pertanyaan							
Pengetahuan (X1)							
Responden	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	TOTAL
1	5	5	5	5	4	4	28
2	4	4	4	5	4	4	25
3	5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	5	4	5	4	26
5	5	5	5	5	5	5	30
6	4	4	5	5	5	5	28
7	4	4	5	4	5	4	26
8	5	5	4	4	4	4	26
9	4	4	5	4	5	4	26
10	4	4	4	5	4	5	26
11	5	5	5	5	5	5	30
12	4	4	4	4	4	4	24
13	4	4	4	4	4	4	24
14	4	4	4	4	4	4	24
15	4	4	5	4	5	4	26
16	4	4	5	4	5	4	26
17	4	4	5	5	5	5	28
18	4	4	4	4	4	4	24
19	5	5	5	3	5	5	28
20	5	5	5	5	5	5	30
21	3	3	3	3	3	2	17
22	4	4	5	5	5	5	28
23	5	5	4	5	4	4	27
24	4	4	4	4	4	4	24
25	4	4	4	4	4	4	24
26	4	4	5	4	5	5	27
27	4	4	4	3	4	4	23
28	4	4	4	4	4	4	24
29	4	2	5	4	5	4	24
30	4	4	4	3	4	4	23
31	4	4	5	5	5	5	28
32	5	5	4	5	4	4	27
33	4	4	4	1	4	4	21
34	5	5	4	5	4	4	27
35	4	4	5	4	5	5	27

36	4	4	4	5	4	4	25
37	5	5	5	2	5	5	27
38	4	4	5	3	5	4	25
39	4	4	5	4	5	5	27
40	5	5	5	5	5	5	30
41	4	5	5	5	5	4	28
42	5	4	4	4	4	4	25
43	4	5	5	5	5	4	28
44	4	4	4	4	4	5	25
45	4	4	4	5	4	5	26
46	4	4	5	4	5	5	27
47	4	4	4	4	4	4	24
48	5	4	5	4	5	5	28
49	5	4	5	4	5	4	27
50	4	4	5	4	5	5	27
51	5	4	5	4	5	5	28
52	4	4	5	3	5	4	25
53	3	4	4	5	4	4	24
54	4	4	5	3	5	5	26
55	4	4	4	5	4	4	25
56	5	5	5	5	5	5	30
57	4	4	5	4	5	4	26
58	5	5	5	5	5	5	30
59	4	4	4	4	4	4	24
60	4	2	5	5	5	4	25
61	4	4	4	4	4	4	24
62	4	4	5	3	5	5	26
63	5	5	4	4	4	4	26
64	4	4	4	4	4	4	24
65	5	5	4	5	4	4	27
66	4	4	5	4	5	5	27
67	4	4	4	4	4	4	24
68	5	5	5	5	5	5	30
69	4	4	5	4	5	4	26
70	4	4	5	5	5	5	28
71	5	5	5	4	5	5	29
72	4	5	5	4	5	4	27
73	5	4	4	4	4	4	25
74	4	5	5	4	5	4	27

75	4	4	4	4	4	5	25
76	4	4	4	5	4	5	26
77	4	4	5	4	5	5	27
78	4	4	4	4	4	4	24
79	5	4	5	4	5	5	28
80	5	4	5	3	5	4	26
81	4	4	5	4	5	5	27
82	5	4	5	4	5	5	28
83	4	4	5	3	5	4	25
84	3	4	4	5	4	4	24
85	5	5	4	5	4	4	27
86	4	4	4	1	4	4	21
87	5	5	4	5	4	4	27
88	4	4	5	4	5	5	27
89	4	4	4	5	4	4	25
90	5	5	5	2	5	5	27

Data Jawaban Responden							
Butir Soal Pertanyaan							
Promosi (X2)							
Responden	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	TOTAL
1	5	5	5	4	3	4	26
2	4	4	4	4	4	4	24
3	5	5	3	5	5	5	28
4	5	4	5	4	4	4	26
5	5	5	5	5	3	5	28
6	5	5	4	4	2	4	24
7	5	4	5	4	4	4	26
8	4	4	4	5	4	5	26
9	5	4	4	4	3	4	24
10	4	5	5	4	4	4	26
11	5	5	5	5	4	5	29
12	4	4	3	4	4	4	23
13	4	4	4	4	5	4	25
14	4	4	4	4	4	4	24
15	5	4	4	4	3	4	24
16	5	4	4	4	1	4	22
17	5	5	5	4	4	4	27
18	4	4	4	4	4	4	24
19	5	5	5	5	5	5	30
20	5	5	5	5	4	5	29
21	3	2	3	3	3	3	17
22	5	5	5	4	4	4	27
23	4	4	4	5	5	5	27
24	4	4	4	4	1	4	21
25	4	4	3	4	4	4	23
26	5	5	4	4	4	4	26
27	4	4	4	4	4	4	24
28	4	4	4	4	4	4	24
29	5	4	4	4	4	2	23
30	4	4	4	4	3	4	23
31	5	5	4	4	4	4	26
32	4	4	4	5	4	5	26
33	4	4	4	4	4	4	24
34	4	4	4	5	5	5	27
35	5	5	5	4	4	4	27

36	4	4	4	4	4	4	24
37	5	5	3	5	4	5	27
38	5	4	5	4	3	4	25
39	5	5	5	4	4	4	27
40	5	5	4	5	4	5	28
41	5	4	5	5	4	5	28
42	4	4	4	4	4	4	24
43	5	4	4	5	5	5	28
44	4	5	5	4	4	4	26
45	4	5	5	4	4	4	26
46	5	5	5	4	3	4	26
47	4	4	4	4	4	4	24
48	5	5	3	5	5	4	27
49	5	4	5	4	4	4	26
50	5	5	5	5	3	4	27
51	5	5	4	4	2	4	24
52	5	4	5	4	4	4	26
53	4	4	4	5	4	4	25
54	5	5	5	4	3	4	26
55	4	4	3	4	4	4	23
56	4	4	4	4	5	4	25
57	4	4	4	4	4	4	24
58	5	5	5	5	3	5	28
59	5	5	4	4	2	4	24
60	5	4	5	4	4	4	26
61	4	4	4	5	4	5	26
62	5	4	4	4	3	4	24
63	4	5	5	4	4	4	26
64	5	5	5	5	4	5	29
65	4	4	4	5	4	5	26
66	5	4	4	4	3	4	24
67	4	5	5	4	4	4	26
68	5	5	5	5	4	5	29
69	4	4	3	4	4	4	23
70	4	4	4	4	5	4	25
71	4	4	4	4	4	4	24
72	5	4	4	4	3	4	24
73	5	4	4	4	1	4	22
74	5	5	5	4	4	4	27

75	4	4	4	4	4	4	24
76	5	5	5	5	5	5	30
77	5	5	5	5	4	5	29
78	3	2	3	3	3	3	17
79	5	5	5	4	4	4	27
80	4	4	4	5	5	5	27
81	4	4	4	4	1	4	21
82	4	4	3	4	4	4	23
83	5	5	4	4	4	4	26
84	4	4	4	4	4	4	24
85	4	4	4	4	4	4	24
86	5	4	4	4	4	2	23
87	4	4	4	5	5	5	27
88	5	5	5	4	4	4	27
89	4	4	4	4	4	4	24
90	5	5	3	5	4	5	27

Data Jawaban Responden							
Butir Soal Pertanyaan							
Reputasi (X3)							
Responden	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	TOTAL
1	4	3	3	3	5	5	23
2	4	4	4	5	4	4	25
3	5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	4	24
5	5	3	5	5	5	5	28
6	4	2	4	4	4	4	22
7	4	4	4	5	4	4	25
8	5	4	4	4	5	5	27
9	4	3	3	3	4	4	21
10	4	4	2	4	4	4	22
11	5	4	5	5	5	5	29
12	4	2	4	4	4	4	22
13	4	5	3	5	4	4	25
14	4	4	4	1	4	4	21
15	4	3	4	4	4	4	23
16	4	1	4	4	4	4	21
17	4	4	4	4	4	4	24
18	4	4	4	4	4	4	24
19	5	5	5	3	5	5	28
20	5	4	5	5	5	5	29
21	3	3	3	3	3	3	18
22	4	4	5	5	4	4	26
23	5	5	5	5	5	5	30
24	4	1	4	4	4	4	21
25	4	4	4	4	4	4	24
26	4	4	2	4	4	4	22
27	4	4	4	3	4	4	23
28	4	3	4	4	4	4	23
29	2	4	4	4	4	2	20
30	4	3	3	3	4	4	21
31	4	4	4	5	4	4	25
32	5	4	5	5	5	5	29
33	4	4	4	1	4	4	21
34	5	5	5	5	5	5	30
35	4	3	4	4	4	4	23

36	4	4	4	5	4	4	25
37	5	4	4	2	5	5	25
38	4	3	3	3	4	4	21
39	4	4	2	4	4	4	22
40	5	4	5	5	5	5	29
41	5	4	5	5	4	5	28
42	4	5	4	4	5	4	26
43	5	5	1	5	4	5	25
44	4	4	4	4	4	4	24
45	4	4	4	5	4	4	25
46	4	1	4	4	4	4	21
47	4	4	4	4	4	4	24
48	4	4	2	4	5	4	23
49	4	4	4	4	5	4	25
50	4	4	4	4	4	4	24
51	4	4	4	4	5	4	25
52	4	3	3	3	4	4	21
53	4	4	4	5	3	4	24
54	4	3	3	3	4	4	21
55	4	4	4	5	4	4	25
56	5	5	5	5	5	5	30
57	4	4	4	4	4	4	24
58	5	3	5	5	5	5	28
59	4	2	4	4	4	4	22
60	4	4	4	5	4	2	23
61	5	4	4	4	4	4	25
62	4	3	3	3	4	4	21
63	4	4	2	4	5	5	24
64	5	4	5	5	4	4	27
65	4	2	4	4	5	5	24
66	4	5	3	5	4	4	25
67	4	4	4	1	4	4	21
68	4	3	4	4	5	5	25
69	4	1	4	4	4	4	21
70	4	4	4	4	4	4	24
71	4	4	4	4	5	5	26
72	5	5	5	3	4	5	27
73	5	4	5	5	5	4	28
74	3	3	3	3	4	5	21

75	4	4	5	5	4	4	26
76	5	5	5	5	4	4	28
77	4	1	4	4	4	4	21
78	4	4	4	4	4	4	24
79	4	4	2	4	5	4	23
80	4	4	4	3	5	4	24
81	4	3	4	4	4	4	23
82	2	4	4	4	5	4	23
83	4	3	3	3	4	4	21
84	4	4	4	5	3	4	24
85	5	4	5	5	5	5	29
86	4	4	4	1	4	4	21
87	5	5	5	5	5	5	30
88	4	3	4	4	4	4	23
89	4	4	4	5	4	4	25
90	5	4	4	2	5	5	25

Data Jawaban Responden							
Butir Soal Pertanyaan							
Religiusitas (X4)							
Responden	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X4.6	TOTAL
1	4	3	5	3	4	3	22
2	4	4	4	5	4	4	25
3	5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	4	24
5	5	3	5	5	5	3	26
6	4	2	4	4	4	2	20
7	4	4	5	5	4	4	26
8	5	4	4	4	5	4	26
9	4	3	4	3	4	3	21
10	4	4	5	4	4	4	25
11	5	4	4	5	5	4	27
12	4	4	5	4	4	4	25
13	4	5	4	5	4	5	27
14	4	4	4	4	4	4	24
15	4	3	3	4	4	3	21
16	4	1	4	4	4	1	18
17	4	4	4	4	4	4	24
18	4	4	4	4	4	4	24
19	5	5	5	3	5	5	28
20	5	4	5	5	5	4	28
21	3	3	3	3	3	3	18
22	4	4	5	5	4	4	26
23	5	5	5	5	5	5	30
24	4	1	4	4	4	1	18
25	4	4	4	4	4	4	24
26	4	4	4	4	4	4	24
27	4	4	4	4	4	4	24
28	4	4	4	4	4	4	24
29	4	4	4	4	4	4	24
30	4	3	5	3	4	3	22
31	4	4	4	5	4	4	25
32	5	4	5	5	5	4	28
33	4	4	4	4	4	4	24
34	5	5	5	5	5	5	30
35	4	4	4	4	4	4	24

36	4	4	5	5	4	4	26
37	5	4	4	4	5	4	26
38	4	3	4	3	4	3	21
39	4	4	5	4	4	4	25
40	5	4	4	5	5	4	27
41	4	4	5	3	4	4	24
42	5	4	4	5	5	4	27
43	4	4	5	5	4	4	26
44	4	5	4	4	4	5	26
45	4	5	5	5	4	5	28
46	4	5	4	4	4	5	26
47	4	4	5	5	4	4	26
48	5	5	4	4	5	5	28
49	5	5	4	3	5	5	27
50	4	3	5	4	4	3	23
51	5	5	4	5	5	5	29
52	4	4	5	4	4	4	25
53	3	4	4	5	3	4	23
54	4	3	5	3	4	3	22
55	4	4	4	5	4	4	25
56	5	5	5	5	5	5	30
57	4	4	4	4	4	4	24
58	5	3	5	5	5	3	26
59	4	2	4	4	4	2	20
60	4	4	5	5	4	4	26
61	5	4	4	4	5	4	26
62	4	3	4	3	4	3	21
63	4	4	5	4	4	4	25
64	5	4	4	5	5	4	27
65	4	4	5	4	4	4	25
66	4	5	4	5	4	5	27
67	4	4	4	4	4	4	24
68	4	3	3	4	4	3	21
69	4	1	4	4	4	1	18
70	4	4	4	4	4	4	24
71	4	4	4	4	4	4	24
72	5	5	5	3	5	5	28
73	5	4	5	5	5	4	28
74	3	3	3	3	3	3	18

75	4	4	5	5	4	4	26
76	5	5	5	5	5	5	30
77	4	1	4	4	4	1	18
78	4	4	4	4	4	4	24
79	4	4	4	4	4	4	24
80	4	4	4	4	4	4	24
81	4	4	4	4	4	4	24
82	4	4	4	4	4	4	24
83	4	3	5	3	4	3	22
84	4	4	4	5	4	4	25
85	5	4	5	5	5	4	28
86	4	4	4	4	4	4	24
87	5	5	5	5	5	5	30
88	4	4	4	4	4	4	24
89	4	4	5	5	4	4	26
90	5	4	4	4	5	4	26

Data Jawaban Responden							
Butir Soal Pertanyaan							
Minat Menabung (Y)							
Responden	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	TOTAL
1	4	4	5	5	4	3	25
2	4	4	4	4	4	4	24
3	5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	5	4	4	4	25
5	5	5	5	5	5	3	28
6	4	4	5	5	4	2	24
7	4	4	5	4	4	4	25
8	5	5	4	4	5	4	27
9	4	4	5	4	4	3	24
10	4	4	4	5	4	4	25
11	5	5	5	5	5	4	29
12	4	4	4	4	4	2	22
13	4	4	4	4	4	5	25
14	4	4	4	4	4	4	24
15	4	4	5	4	4	3	24
16	4	4	5	4	4	1	22
17	4	4	5	5	4	4	26
18	4	4	4	4	4	4	24
19	5	5	5	5	5	5	30
20	5	5	5	5	5	4	29
21	3	3	3	2	3	3	17
22	4	4	5	5	4	4	26
23	5	5	4	4	5	5	28
24	4	4	4	4	4	1	21
25	4	4	4	4	4	4	24
26	4	4	5	5	4	4	26
27	4	4	4	4	4	4	24
28	4	4	4	4	4	3	23
29	4	2	5	4	2	4	21
30	4	4	4	4	4	3	23
31	4	4	5	5	4	4	26
32	5	5	4	4	5	4	27
33	4	4	4	5	4	4	25
34	5	5	5	5	5	4	29
35	4	4	4	4	4	2	22

36	4	4	4	4	4	5	25
37	4	4	4	4	4	4	24
38	4	4	5	4	4	3	24
39	4	4	5	5	4	4	26
40	5	5	5	5	5	4	29
41	4	5	5	4	5	4	27
42	5	4	4	4	4	5	26
43	4	5	5	4	5	5	28
44	4	4	4	5	4	4	25
45	4	4	4	5	4	4	25
46	4	4	5	5	4	1	23
47	4	4	4	4	4	4	24
48	5	4	5	5	4	4	27
49	5	4	5	4	4	4	26
50	4	4	5	5	4	4	26
51	5	4	5	5	4	4	27
52	4	4	5	4	4	3	24
53	3	4	4	4	4	4	23
54	4	4	5	5	4	3	25
55	4	4	4	4	4	4	24
56	5	5	5	5	5	5	30
57	4	4	5	4	4	4	25
58	5	5	5	5	5	3	28
59	4	4	5	5	4	2	24
60	4	4	5	4	4	4	25
61	5	5	4	4	5	4	27
62	4	4	5	4	4	3	24
63	4	4	4	5	4	4	25
64	5	5	5	5	5	4	29
65	4	4	4	4	4	2	22
66	4	4	4	4	4	5	25
67	4	4	4	4	4	4	24
68	4	4	5	4	4	3	24
69	4	4	5	4	4	1	22
70	4	4	5	5	4	4	26
71	4	4	4	4	4	4	24
72	5	5	5	5	5	5	30
73	5	5	5	5	5	4	29
74	3	3	3	2	3	3	17

75	4	4	5	5	4	4	26
76	5	5	4	4	5	5	28
77	4	4	4	4	4	1	21
78	4	4	4	4	4	4	24
79	4	4	5	5	4	4	26
80	4	4	4	4	4	4	24
81	4	4	4	4	4	3	23
82	4	2	5	4	2	4	21
83	4	4	4	4	4	3	23
84	4	4	5	5	4	4	26
85	5	5	4	4	5	4	27
86	4	4	4	4	4	4	24
87	5	5	4	4	5	5	28
88	4	4	5	5	4	3	25
89	4	4	4	4	4	4	24
90	5	5	5	5	5	4	29

Uji Validitas Pengetahuan (X1)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	TOTAL_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.603**	.228*	.112	.198	.305**	.617**
	Sig. (2-tailed)		.000	.031	.291	.061	.004	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90
X1.2	Pearson Correlation	.603**	1	.108	.188	.079	.219*	.578**
	Sig. (2-tailed)	.000		.311	.076	.461	.038	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90
X1.3	Pearson Correlation	.228*	.108	1	.008	.980**	.565**	.697**
	Sig. (2-tailed)	.031	.311		.938	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90
X1.4	Pearson Correlation	.112	.188	.008	1	-.013	.149	.504**
	Sig. (2-tailed)	.291	.076	.938		.901	.162	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90
X1.5	Pearson Correlation	.198	.079	.980**	-.013	1	.579**	.677**
	Sig. (2-tailed)	.061	.461	.000	.901		.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90
X1.6	Pearson Correlation	.305**	.219*	.565**	.149	.579**	1	.711**
	Sig. (2-tailed)	.004	.038	.000	.162	.000		.000
	N	90	90	90	90	90	90	90
TOTAL_X1	Pearson Correlation	.617**	.578**	.697**	.504**	.677**	.711**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	90	90	90	90	90	90	90

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

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

Uji Validitas Promosi (X2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	TOTAL_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.634**	.449**	.281**	-.145	.153	.565**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.007	.171	.149	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90
X2.2	Pearson Correlation	.634**	1	.497**	.394**	.072	.351**	.743**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.497	.001	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90
X2.3	Pearson Correlation	.449**	.497**	1	.119	-.002	.149	.574**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.266	.986	.160	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90
X2.4	Pearson Correlation	.281**	.394**	.119	1	.350**	.807**	.743**
	Sig. (2-tailed)	.007	.000	.266		.001	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90
X2.5	Pearson Correlation	-.145	.072	-.002	.350**	1	.262*	.502**
	Sig. (2-tailed)	.171	.497	.986	.001		.013	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90
X2.6	Pearson Correlation	.153	.351**	.149	.807**	.262*	1	.685**
	Sig. (2-tailed)	.149	.001	.160	.000	.013		.000
	N	90	90	90	90	90	90	90
TOTAL_X2	Pearson Correlation	.565**	.743**	.574**	.743**	.502**	.685**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	90	90	90	90	90	90	90

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

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

Uji Validitas Reputasi (X3)

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	TOTAL_X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.294**	.418**	.249*	.411**	.648**	.737**
	Sig. (2-tailed)		.005	.000	.018	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90
X3.2	Pearson Correlation	.294**	1	.121	.180	.232*	.172	.585**
	Sig. (2-tailed)	.005		.258	.090	.028	.105	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90
X3.3	Pearson Correlation	.418**	.121	1	.278**	.252*	.242*	.631**
	Sig. (2-tailed)	.000	.258		.008	.016	.022	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90
X3.4	Pearson Correlation	.249*	.180	.278**	1	.101	.093	.595**
	Sig. (2-tailed)	.018	.090	.008		.344	.382	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90
X3.5	Pearson Correlation	.411**	.232*	.252*	.101	1	.603**	.591**
	Sig. (2-tailed)	.000	.028	.016	.344		.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90
X3.6	Pearson Correlation	.648**	.172	.242*	.093	.603**	1	.621**
	Sig. (2-tailed)	.000	.105	.022	.382	.000		.000
	N	90	90	90	90	90	90	90
TOTAL_X3	Pearson Correlation	.737**	.585**	.631**	.595**	.591**	.621**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	90	90	90	90	90	90	90

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

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

Uji Validitas Religiusitas (X4)

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X4.6	TOTAL_X4
X4.1	Pearson Correlation	1	.358**	.333**	.330**	1.000**	.358**	.703**
	Sig. (2-tailed)		.001	.001	.002	.000	.001	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90
X4.2	Pearson Correlation	.358**	1	.240*	.313**	.358**	1.000**	.854**
	Sig. (2-tailed)	.001		.023	.003	.001	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90
X4.3	Pearson Correlation	.333**	.240*	1	.266*	.333**	.240*	.515**
	Sig. (2-tailed)	.001	.023		.011	.001	.023	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90
X4.4	Pearson Correlation	.330**	.313**	.266*	1	.330**	.313**	.589**
	Sig. (2-tailed)	.002	.003	.011		.002	.003	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90
X4.5	Pearson Correlation	1.000**	.358**	.333**	.330**	1	.358**	.703**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.001	.002		.001	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90
X4.6	Pearson Correlation	.358**	1.000**	.240*	.313**	.358**	1	.854**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.023	.003	.001		.000
	N	90	90	90	90	90	90	90
TOTAL_X4	Pearson Correlation	.703**	.854**	.515**	.589**	.703**	.854**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	90	90	90	90	90	90	90

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

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

Uji Validitas Minat Menabung (Y)

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	TOTAL_Y
Y1	Pearson Correlation	1	.720**	.300**	.430**	.720**	.348**	.811**
	Sig. (2-tailed)		.000	.004	.000	.000	.001	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90
Y2	Pearson Correlation	.720**	1	.174	.367**	1.000**	.269*	.810**
	Sig. (2-tailed)	.000		.102	.000	.000	.010	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90
Y3	Pearson Correlation	.300**	.174	1	.634**	.174	-.035	.484**
	Sig. (2-tailed)	.004	.102		.000	.102	.741	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90
Y4	Pearson Correlation	.430**	.367**	.634**	1	.367**	.127	.665**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.232	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90
Y5	Pearson Correlation	.720**	1.000**	.174	.367**	1	.269*	.810**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.102	.000		.010	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90
Y6	Pearson Correlation	.348**	.269*	-.035	.127	.269*	1	.588**
	Sig. (2-tailed)	.001	.010	.741	.232	.010		.000
	N	90	90	90	90	90	90	90
TOTAL_Y	Pearson Correlation	.811**	.810**	.484**	.665**	.810**	.588**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	90	90	90	90	90	90	90

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

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

Uji Reliabilitas Pengetahuan (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.655	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	21.84	3.706	.434	.599
X1.2	21.91	3.722	.362	.621
X1.3	21.58	3.528	.540	.565
X1.4	22.00	3.685	.129	.755
X1.5	21.59	3.571	.513	.573
X1.6	21.74	3.428	.546	.558

Uji Reliabilitas Promosi (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.662	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	20.81	4.335	.373	.627
X2.2	20.97	3.740	.586	.551
X2.3	21.09	4.149	.338	.639
X2.4	21.06	4.008	.623	.559
X2.5	21.56	4.182	.140	.751
X2.6	21.13	3.960	.515	.580

Uji Reliabilitas Reputasi (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.646	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	20.12	5.726	.616	.541
X3.2	20.63	5.561	.285	.651
X3.3	20.39	5.499	.387	.600
X3.4	20.30	5.448	.283	.657
X3.5	20.02	6.314	.447	.595
X3.6	20.09	6.104	.467	.584

Uji Reliabilitas Religiusitas (X4)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.795	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X4.1	20.50	6.792	.599	.762
X4.2	20.90	4.922	.725	.717
X4.3	20.40	7.231	.353	.802
X4.4	20.52	6.724	.403	.796
X4.5	20.50	6.792	.599	.762
X4.6	20.90	4.922	.725	.717

Uji Reliabilitas Minat Menabung (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.744	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	20.89	4.774	.726	.657
Y2	20.94	4.547	.708	.650
Y3	20.61	5.544	.296	.751
Y4	20.77	4.900	.499	.703
Y5	20.94	4.547	.708	.650
Y6	21.46	4.610	.251	.825

Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pengetahuan	90	17	30	26.13	2.204
Promosi	90	17	30	25.32	2.341
Reputasi	90	18	30	24.31	2.787
Religiusitas	90	18	30	24.74	2.936
Minat Menabung	90	17	30	25.12	2.570
Valid N (listwise)	90				

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.36844368
Most Extreme Differences	Absolute	.071
	Positive	.042
	Negative	-.071
Test Statistic		.071
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.

Uji Linearitas Pengetahuan

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Menabung * Pengetahuan	Between Groups	(Combined)	191.470	9	21.274	4.296	.000
		Linearity	147.486	1	147.486	29.781	.000
		Deviation from Linearity	43.984	8	5.498	1.110	.365
	Within Groups	396.186	80	4.952			
Total			587.656	89			

Uji Linearitas Promosi

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Menabung * Promosi	Between Groups	(Combined)	217.488	10	21.749	4.642	.000
		Linearity	153.342	1	153.342	32.726	.000
		Deviation from Linearity	64.146	9	7.127	1.521	.155

	Within Groups	370.168	79	4.686		
	Total	587.656	89			

Uji Linearitas Reputasi

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Menabung * Reputasi	Between Groups	(Combined)	406.905	11	36.991	15.963	.000
		Linearity	371.221	1	371.221	160.195	.000
		Deviation from Linearity	35.684	10	3.568	1.540	.141
	Within Groups		180.750	78	2.317		
Total		587.656	89				

Uji Linearitas Religiusitas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Menabung * Religiusitas	Between Groups	(Combined)	382.259	11	34.751	13.197	.000
		Linearity	341.472	1	341.472	129.675	.000
		Deviation from Linearity	40.787	10	4.079	1.549	.138
	Within Groups		205.396	78	2.633		
Total		587.656	89				

Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.618	1.994		.812	.419		
Pengetahuan	.081	.096	.069	.837	.405	.490	2.043
Promosi	.173	.083	.158	2.093	.039	.588	1.700

Reputasi	.364	.098	.395	3.715	.000	.295	3.385
Religiusitas	.330	.083	.377	3.971	.000	.370	2.703

a. Dependent Variable: Minat Menabung

Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.716	1.199		1.431	.156
	Pengetahuan	.033	.058	.086	.566	.573
	Promosi	.017	.050	.048	.345	.731
	Reputasi	-.061	.059	-.203	-1.041	.301
	Religiusitas	-.018	.050	-.062	-.358	.721

a. Dependent Variable: Abs_RES

Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.618	1.994		.812	.419
	Pengetahuan	.081	.096	.069	.837	.405
	Promosi	.173	.083	.158	2.093	.039
	Reputasi	.364	.098	.395	3.715	.000
	Religiusitas	.330	.083	.377	3.971	.000

a. Dependent Variable: Minat Menabung

Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.618	1.994		.812	.419
	Pengetahuan	.081	.096	.069	.837	.405
	Promosi	.173	.083	.158	2.093	.039
	Reputasi	.364	.098	.395	3.715	.000
	Religiusitas	.330	.083	.377	3.971	.000

a. Dependent Variable: Minat Menabung

Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	420.991	4	105.248	53.677	.000 ^b
	Residual	166.665	85	1.961		
	Total	587.656	89			

a. Dependent Variable: Minat Menabung

b. Predictors: (Constant), Religiusitas, Pengetahuan, Promosi, Reputasi

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.846 ^a	.716	.703	1.400

a. Predictors: (Constant), Religiusitas, Pengetahuan, Promosi, Reputasi

b. Dependent Variable: Minat Menabung



Dokumentasi dengan saudari Nurul pada tanggal 19 September 2023



Dokumentasi dengan saudari Wirna Pada tanggal 19 September 2023



Dokumentasi dengan saudari Azizah pada tanggal 21 September 2023



Dokumentasi dengan saudari Ayu pada tanggal 21 September 2023



Dokumentasi dengan saudari Widia pada tanggal 21 September 2023



Dokumentasi dengan saudari Fitri pada tanggal 23 September 2023



Dokumentasi dengan saudari Dwi pada tanggal 23 September 2023



Dokumentasi

dengan saudari Aisyah pada tanggal 23 September 2023



Dokumentasi dengan saudari Siti pada tanggal 23 September 2023

Tabel r untuk df = 1 - 50

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Tabel r untuk df = 101 - 150

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
101	0.1630	0.1937	0.2290	0.2528	0.3196
102	0.1622	0.1927	0.2279	0.2515	0.3181
103	0.1614	0.1918	0.2268	0.2504	0.3166
104	0.1606	0.1909	0.2257	0.2492	0.3152
105	0.1599	0.1900	0.2247	0.2480	0.3137
106	0.1591	0.1891	0.2236	0.2469	0.3123
107	0.1584	0.1882	0.2226	0.2458	0.3109
108	0.1576	0.1874	0.2216	0.2446	0.3095
109	0.1569	0.1865	0.2206	0.2436	0.3082
110	0.1562	0.1857	0.2196	0.2425	0.3068
111	0.1555	0.1848	0.2186	0.2414	0.3055
112	0.1548	0.1840	0.2177	0.2403	0.3042
113	0.1541	0.1832	0.2167	0.2393	0.3029
114	0.1535	0.1824	0.2158	0.2383	0.3016
115	0.1528	0.1816	0.2149	0.2373	0.3004
116	0.1522	0.1809	0.2139	0.2363	0.2991
117	0.1515	0.1801	0.2131	0.2353	0.2979
118	0.1509	0.1793	0.2122	0.2343	0.2967
119	0.1502	0.1786	0.2113	0.2333	0.2955
120	0.1496	0.1779	0.2104	0.2324	0.2943
121	0.1490	0.1771	0.2096	0.2315	0.2931
122	0.1484	0.1764	0.2087	0.2305	0.2920
123	0.1478	0.1757	0.2079	0.2296	0.2908
124	0.1472	0.1750	0.2071	0.2287	0.2897
125	0.1466	0.1743	0.2062	0.2278	0.2886
126	0.1460	0.1736	0.2054	0.2269	0.2875
127	0.1455	0.1729	0.2046	0.2260	0.2864
128	0.1449	0.1723	0.2039	0.2252	0.2853
129	0.1443	0.1716	0.2031	0.2243	0.2843
130	0.1438	0.1710	0.2023	0.2235	0.2832
131	0.1432	0.1703	0.2015	0.2226	0.2822
132	0.1427	0.1697	0.2008	0.2218	0.2811
133	0.1422	0.1690	0.2001	0.2210	0.2801
134	0.1416	0.1684	0.1993	0.2202	0.2791
135	0.1411	0.1678	0.1986	0.2194	0.2781
136	0.1406	0.1672	0.1979	0.2186	0.2771
137	0.1401	0.1666	0.1972	0.2178	0.2761
138	0.1396	0.1660	0.1965	0.2170	0.2752
139	0.1391	0.1654	0.1958	0.2163	0.2742
140	0.1386	0.1648	0.1951	0.2155	0.2733
141	0.1381	0.1642	0.1944	0.2148	0.2723
142	0.1376	0.1637	0.1937	0.2140	0.2714
143	0.1371	0.1631	0.1930	0.2133	0.2705
144	0.1367	0.1625	0.1924	0.2126	0.2696
145	0.1362	0.1620	0.1917	0.2118	0.2687
146	0.1357	0.1614	0.1911	0.2111	0.2678
147	0.1353	0.1609	0.1904	0.2104	0.2669
148	0.1348	0.1603	0.1898	0.2097	0.2660
149	0.1344	0.1598	0.1892	0.2090	0.2652
150	0.1339	0.1593	0.1886	0.2083	0.2643

Titik Persentase Distribusi t

d.f. = 1 - 200

Diproduksi oleh: Junaidi
<http://junaidichaniago.wordpress.com>

Titik Persentase Distribusi t (df = 1 – 40)

df	Pr	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
1		1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2		0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3		0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4		0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5		0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6		0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7		0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8		0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9		0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10		0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11		0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12		0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13		0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14		0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15		0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16		0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17		0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18		0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19		0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20		0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21		0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22		0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23		0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24		0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25		0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26		0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27		0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28		0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29		0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30		0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31		0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32		0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33		0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34		0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35		0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36		0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37		0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38		0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39		0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40		0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi t (df = 41 – 80)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi F

Probabilita = 0.10

Diproduksi oleh: Junaidi
<http://junaidichaniago.wordpress.com>

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,10

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	39.86	49.50	53.59	55.83	57.24	58.20	58.91	59.44	59.86	60.19	60.47	60.71	60.90	61.07	61.22
2	8.53	9.00	9.16	9.24	9.29	9.33	9.35	9.37	9.38	9.39	9.40	9.41	9.41	9.42	9.42
3	5.54	5.46	5.39	5.34	5.31	5.28	5.27	5.25	5.24	5.23	5.22	5.22	5.21	5.20	5.20
4	4.54	4.32	4.19	4.11	4.05	4.01	3.98	3.95	3.94	3.92	3.91	3.90	3.89	3.88	3.87
5	4.06	3.78	3.62	3.52	3.45	3.40	3.37	3.34	3.32	3.30	3.28	3.27	3.26	3.25	3.24
6	3.78	3.46	3.29	3.18	3.11	3.05	3.01	2.98	2.96	2.94	2.92	2.90	2.89	2.88	2.87
7	3.59	3.26	3.07	2.96	2.88	2.83	2.78	2.75	2.72	2.70	2.68	2.67	2.65	2.64	2.63
8	3.46	3.11	2.92	2.81	2.73	2.67	2.62	2.59	2.56	2.54	2.52	2.50	2.49	2.48	2.46
9	3.36	3.01	2.81	2.69	2.61	2.55	2.51	2.47	2.44	2.42	2.40	2.38	2.36	2.35	2.34
10	3.29	2.92	2.73	2.61	2.52	2.46	2.41	2.38	2.35	2.32	2.30	2.28	2.27	2.26	2.24
11	3.23	2.86	2.66	2.54	2.45	2.39	2.34	2.30	2.27	2.25	2.23	2.21	2.19	2.18	2.17
12	3.18	2.81	2.61	2.48	2.39	2.33	2.28	2.24	2.21	2.19	2.17	2.15	2.13	2.12	2.10
13	3.14	2.76	2.56	2.43	2.35	2.28	2.23	2.20	2.16	2.14	2.12	2.10	2.08	2.07	2.05
14	3.10	2.73	2.52	2.39	2.31	2.24	2.19	2.15	2.12	2.10	2.07	2.05	2.04	2.02	2.01
15	3.07	2.70	2.49	2.36	2.27	2.21	2.16	2.12	2.09	2.06	2.04	2.02	2.00	1.99	1.97
16	3.05	2.67	2.46	2.33	2.24	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.01	1.99	1.97	1.95	1.94
17	3.03	2.64	2.44	2.31	2.22	2.15	2.10	2.06	2.03	2.00	1.98	1.96	1.94	1.93	1.91
18	3.01	2.62	2.42	2.29	2.20	2.13	2.08	2.04	2.00	1.98	1.95	1.93	1.92	1.90	1.89
19	2.99	2.61	2.40	2.27	2.18	2.11	2.06	2.02	1.98	1.96	1.93	1.91	1.89	1.88	1.86
20	2.97	2.59	2.38	2.25	2.16	2.09	2.04	2.00	1.96	1.94	1.91	1.89	1.87	1.86	1.84
21	2.96	2.57	2.36	2.23	2.14	2.08	2.02	1.98	1.95	1.92	1.90	1.87	1.86	1.84	1.83
22	2.95	2.56	2.35	2.22	2.13	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.86	1.84	1.83	1.81
23	2.94	2.55	2.34	2.21	2.11	2.05	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87	1.84	1.83	1.81	1.80
24	2.93	2.54	2.33	2.19	2.10	2.04	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83	1.81	1.80	1.78
25	2.92	2.53	2.32	2.18	2.09	2.02	1.97	1.93	1.89	1.87	1.84	1.82	1.80	1.79	1.77
26	2.91	2.52	2.31	2.17	2.08	2.01	1.96	1.92	1.88	1.86	1.83	1.81	1.79	1.77	1.76
27	2.90	2.51	2.30	2.17	2.07	2.00	1.95	1.91	1.87	1.85	1.82	1.80	1.78	1.76	1.75
28	2.89	2.50	2.29	2.16	2.06	2.00	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79	1.77	1.75	1.74
29	2.89	2.50	2.28	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78	1.76	1.75	1.73
30	2.88	2.49	2.28	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77	1.75	1.74	1.72
31	2.87	2.48	2.27	2.14	2.04	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.77	1.75	1.73	1.71
32	2.87	2.48	2.26	2.13	2.04	1.97	1.91	1.87	1.83	1.81	1.78	1.76	1.74	1.72	1.71
33	2.86	2.47	2.26	2.12	2.03	1.96	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75	1.73	1.72	1.70
34	2.86	2.47	2.25	2.12	2.02	1.96	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.75	1.73	1.71	1.69
35	2.85	2.46	2.25	2.11	2.02	1.95	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.74	1.72	1.70	1.69
36	2.85	2.46	2.24	2.11	2.01	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.76	1.73	1.71	1.70	1.68
37	2.85	2.45	2.24	2.10	2.01	1.94	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.73	1.71	1.69	1.68
38	2.84	2.45	2.23	2.10	2.01	1.94	1.88	1.84	1.80	1.77	1.75	1.72	1.70	1.69	1.67
39	2.84	2.44	2.23	2.09	2.00	1.93	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.72	1.70	1.68	1.67
40	2.84	2.44	2.23	2.09	2.00	1.93	1.87	1.83	1.79	1.76	1.74	1.71	1.70	1.68	1.66
41	2.83	2.44	2.22	2.09	1.99	1.92	1.87	1.82	1.79	1.76	1.73	1.71	1.69	1.67	1.66
42	2.83	2.43	2.22	2.08	1.99	1.92	1.86	1.82	1.78	1.75	1.73	1.71	1.69	1.67	1.65
43	2.83	2.43	2.22	2.08	1.99	1.92	1.86	1.82	1.78	1.75	1.72	1.70	1.68	1.67	1.65
44	2.82	2.43	2.21	2.08	1.98	1.91	1.86	1.81	1.78	1.75	1.72	1.70	1.68	1.66	1.65
45	2.82	2.42	2.21	2.07	1.98	1.91	1.85	1.81	1.77	1.74	1.72	1.70	1.68	1.66	1.64

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,10

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	2.82	2.42	2.21	2.07	1.98	1.91	1.85	1.81	1.77	1.74	1.71	1.69	1.67	1.65	1.64
47	2.82	2.42	2.20	2.07	1.97	1.90	1.85	1.80	1.77	1.74	1.71	1.69	1.67	1.65	1.64
48	2.81	2.42	2.20	2.07	1.97	1.90	1.85	1.80	1.77	1.73	1.71	1.69	1.67	1.65	1.63
49	2.81	2.41	2.20	2.06	1.97	1.90	1.84	1.80	1.76	1.73	1.71	1.68	1.66	1.65	1.63
50	2.81	2.41	2.20	2.06	1.97	1.90	1.84	1.80	1.76	1.73	1.70	1.68	1.66	1.64	1.63
51	2.81	2.41	2.19	2.06	1.96	1.89	1.84	1.79	1.76	1.73	1.70	1.68	1.66	1.64	1.62
52	2.80	2.41	2.19	2.06	1.96	1.89	1.84	1.79	1.75	1.72	1.70	1.67	1.65	1.64	1.62
53	2.80	2.41	2.19	2.05	1.96	1.89	1.83	1.79	1.75	1.72	1.70	1.67	1.65	1.63	1.62
54	2.80	2.40	2.19	2.05	1.96	1.89	1.83	1.79	1.75	1.72	1.69	1.67	1.65	1.63	1.62
55	2.80	2.40	2.19	2.05	1.95	1.88	1.83	1.78	1.75	1.72	1.69	1.67	1.65	1.63	1.61
56	2.80	2.40	2.18	2.05	1.95	1.88	1.83	1.78	1.75	1.71	1.69	1.67	1.65	1.63	1.61
57	2.80	2.40	2.18	2.05	1.95	1.88	1.82	1.78	1.74	1.71	1.69	1.66	1.64	1.63	1.61
58	2.79	2.40	2.18	2.04	1.95	1.88	1.82	1.78	1.74	1.71	1.68	1.66	1.64	1.62	1.61
59	2.79	2.39	2.18	2.04	1.95	1.88	1.82	1.78	1.74	1.71	1.68	1.66	1.64	1.62	1.61
60	2.79	2.39	2.18	2.04	1.95	1.87	1.82	1.77	1.74	1.71	1.68	1.66	1.64	1.62	1.60
61	2.79	2.39	2.18	2.04	1.94	1.87	1.82	1.77	1.74	1.71	1.68	1.66	1.64	1.62	1.60
62	2.79	2.39	2.17	2.04	1.94	1.87	1.82	1.77	1.73	1.70	1.68	1.65	1.63	1.62	1.60
63	2.79	2.39	2.17	2.04	1.94	1.87	1.81	1.77	1.73	1.70	1.68	1.65	1.63	1.61	1.60
64	2.79	2.39	2.17	2.03	1.94	1.87	1.81	1.77	1.73	1.70	1.67	1.65	1.63	1.61	1.60
65	2.78	2.39	2.17	2.03	1.94	1.87	1.81	1.77	1.73	1.70	1.67	1.65	1.63	1.61	1.59
66	2.78	2.38	2.17	2.03	1.94	1.87	1.81	1.77	1.73	1.70	1.67	1.65	1.63	1.61	1.59
67	2.78	2.38	2.17	2.03	1.94	1.86	1.81	1.76	1.73	1.70	1.67	1.65	1.63	1.61	1.59
68	2.78	2.38	2.17	2.03	1.93	1.86	1.81	1.76	1.73	1.69	1.67	1.64	1.62	1.61	1.59
69	2.78	2.38	2.16	2.03	1.93	1.86	1.81	1.76	1.72	1.69	1.67	1.64	1.62	1.60	1.59
70	2.78	2.38	2.16	2.03	1.93	1.86	1.80	1.76	1.72	1.69	1.66	1.64	1.62	1.60	1.59
71	2.78	2.38	2.16	2.03	1.93	1.86	1.80	1.76	1.72	1.69	1.66	1.64	1.62	1.60	1.59
72	2.78	2.38	2.16	2.02	1.93	1.86	1.80	1.76	1.72	1.69	1.66	1.64	1.62	1.60	1.58
73	2.78	2.38	2.16	2.02	1.93	1.86	1.80	1.76	1.72	1.69	1.66	1.64	1.62	1.60	1.58
74	2.77	2.38	2.16	2.02	1.93	1.86	1.80	1.75	1.72	1.69	1.66	1.64	1.62	1.60	1.58
75	2.77	2.37	2.16	2.02	1.93	1.85	1.80	1.75	1.72	1.69	1.66	1.63	1.61	1.60	1.58
76	2.77	2.37	2.16	2.02	1.92	1.85	1.80	1.75	1.72	1.68	1.66	1.63	1.61	1.59	1.58
77	2.77	2.37	2.16	2.02	1.92	1.85	1.80	1.75	1.71	1.68	1.66	1.63	1.61	1.59	1.58
78	2.77	2.37	2.16	2.02	1.92	1.85	1.80	1.75	1.71	1.68	1.65	1.63	1.61	1.59	1.58
79	2.77	2.37	2.15	2.02	1.92	1.85	1.79	1.75	1.71	1.68	1.65	1.63	1.61	1.59	1.58
80	2.77	2.37	2.15	2.02	1.92	1.85	1.79	1.75	1.71	1.68	1.65	1.63	1.61	1.59	1.57
81	2.77	2.37	2.15	2.02	1.92	1.85	1.79	1.75	1.71	1.68	1.65	1.63	1.61	1.59	1.57
82	2.77	2.37	2.15	2.01	1.92	1.85	1.79	1.75	1.71	1.68	1.65	1.63	1.61	1.59	1.57
83	2.77	2.37	2.15	2.01	1.92	1.85	1.79	1.75	1.71	1.68	1.65	1.63	1.61	1.59	1.57
84	2.77	2.37	2.15	2.01	1.92	1.85	1.79	1.74	1.71	1.68	1.65	1.63	1.60	1.59	1.57
85	2.77	2.37	2.15	2.01	1.92	1.84	1.79	1.74	1.71	1.67	1.65	1.62	1.60	1.59	1.57
86	2.76	2.37	2.15	2.01	1.92	1.84	1.79	1.74	1.71	1.67	1.65	1.62	1.60	1.58	1.57
87	2.76	2.36	2.15	2.01	1.91	1.84	1.79	1.74	1.70	1.67	1.65	1.62	1.60	1.58	1.57
88	2.76	2.36	2.15	2.01	1.91	1.84	1.79	1.74	1.70	1.67	1.65	1.62	1.60	1.58	1.57
89	2.76	2.36	2.15	2.01	1.91	1.84	1.79	1.74	1.70	1.67	1.64	1.62	1.60	1.58	1.57
90	2.76	2.36	2.15	2.01	1.91	1.84	1.78	1.74	1.70	1.67	1.64	1.62	1.60	1.58	1.56



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : 1086 /In.14/G.1/G.4c/PP.00.9/04/2022
Lampiran : -
Hal : **Penunjukan Pembimbing Skripsi**

12 April 2022

Yth. Bapak/Ibu:

1. Windari : Pembimbing I
2. Zulaika Matondang : Pembimbing II

Dengan hormat, bersama ini disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa, berdasarkan hasil sidang tim pengkajian kelayakan judul skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Rohma Sari Hasibuan
NIM : 1840100133
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa FTIK Angkatan Tahun 2020 UIN Syahada Padangsidempuan).

Untuk itu, diharapkan kepada Bapak/Ibu bersedia sebagai pembimbing mahasiswa tersebut dalam penyelesaian skripsi dan sekaligus penyempurnaan judul bila diperlukan.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik

Abdul Nasser Hasibuan


Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022
Website: uinsyahada.ac.id

nomor : 5064 /Un.28/G.1/G.4c/TL.00/11/2023
jenis : Biasa
jumlah : 1 berkas
tujuan : Mohon Izin Riset

03 November 2023

Yth; Dekan FTIK UIN Syahada Padangsidempuan

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa nama yang tersebut dibawah ini;

Nama : Rohma Sari Hasibuan
NIM : 1840100225
Semester : XI (Sebelas)
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul "**Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa FTIK Angkatan Tahun 2020 UIN Syahada Padangsidempuan)**". Dengan ini kami mohon kepada Bapak/Ibu untuk memberikan izin riset dan data pendukung sesuai dengan judul di atas.

Demikian disampaikan, atas kerjasamanya diucapkan terima kasih.

an. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan



Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si
NIP. 19790326200604 1 004

mbusan:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN
Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022
Website: uinsyahada.ac.id

Nomor : B - 6556 /Un.28/E/TL.00/11/2023
Hal : Balasan Riset

17 November 2023

Yth: Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan
Fakultas FEBI UIN Syahada Padangsidimpuan

Dengan hormat, Dekan Fakultas Tarbiyah Dan Ilmu Keguruan Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Rohma Sari Hasibuan
NIM : 1840100225
Semester : XI (Sebelas)
Program Studi : Perbangkan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Benar telah selesai melaksanakan penelitian di lingkungan Fakultas Tarbiyah Dan Ilmu Keguruan Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan dalam rangka penyelesaian skripsi dengan judul "Faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah Indonesia (Studi) Kasus Mahasiswa FTIK Angkatan Tahun 2020 UIN Syahada Padangsidimpuan".

Demikian surat ini dibuat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.



Dekan
Dr. Lely Minda, M.Si. 1
NIP. 0710920200032002

OK komeng

ORIGINALITY REPORT

13%
SIMILARITY INDEX

12%
INTERNET SOURCES

5%
PUBLICATIONS

7%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	etd.iain-padangsidimpuan.ac.id Internet Source	4%
2	repo.uinsatu.ac.id Internet Source	4%
3	Submitted to State Islamic University of Alauddin Makassar Student Paper	1%
4	www.iain-padangsidimpuan.ac.id Internet Source	<1%
5	repository.uinjambi.ac.id Internet Source	<1%
6	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	<1%
7	Submitted to Universitas Islam Lamongan Student Paper	<1%
8	etheses.iainponorogo.ac.id Internet Source	<1%
9	digilib.uin-suka.ac.id Internet Source	<1%

10	repository.radenintan.ac.id Internet Source	<1 %
11	repo.iain-tulungagung.ac.id Internet Source	<1 %
12	Submitted to IAIN Pontianak Student Paper	<1 %
13	idr.uin-antasari.ac.id Internet Source	<1 %
14	uia.e-journal.id Internet Source	<1 %
15	Ahmad Abbas, Neks Triani, Wa Ode Rayyani, Muchriana Muchran. "Earnings growth, marketability and the role of Islamic financial literacy and inclusion in Indonesia", Journal of Islamic Accounting and Business Research, 2022 Publication	<1 %
16	etd.uinsyahada.ac.id Internet Source	<1 %
17	Submitted to IAIN Surakarta Student Paper	<1 %
18	Laura Okatarani Br Torong, Fauzi Arif Lubis. "Pengaruh Pengetahuan terhadap Minat Masyarakat Berasuransi Syariah di PT Prudential Syariah Binjai", El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam, 2022	<1 %