

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH,  
RELIGIUSITAS DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG DI BANK SYARIAH  
(STUDI PADA GENERASI MILENIAL DI INDONESIA)**

**SKRIPSI**



Oleh

**DHEPRIL PURADI RACHMATULLOH  
NIM: 16540034**

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH (S1)  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)  
MAULANA MALIK IBRAHIM  
MALANG  
2020**

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH,  
RELIGIUSITAS DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG DI BANK SYARIAH  
(STUDI PADA GENERASI MILENIAL DI INDONESIA)**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada:  
Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang  
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan  
dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



Oleh:

**DHEPRIL PURADI RACHMATULLOH**

**NIM: 16540034**

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
MAULANA MALIK IBRAHIM  
MALANG  
2020**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH,  
RELIGIUSITAS DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG DI BANK SYARIAH  
(STUDI PADA GENERASI MILENIAL DI INDONESIA)**

**SKRIPSI**

Oleh

**DHEPRIL PURADI RACHMATULLOH**

NIM: 16540034

Telah disetujui tanggal 20 November 2020  
Dosen Pembimbing,

**Nihayatu Aslamatis Solekah, SE., MM.**  
NIDT: 19801109 20160801 2 053

Mengetahui:

**Ketua Jurusan Perbankan Syariah (S1)**

**Eko Suprayitno, SE., M.Si., Ph.D.**  
NIP 18751109 19903 1 003

## LEMBAR PENGESAHAN

### **PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, RELIGIUSITAS DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG DI BANK SYARIAH (STUDI PADA GENERASI MILENIAL DI INDONESIA)**

#### **SKRIPSI**

Oleh

**DHEPRIL PURADI RACHMATULLOH**

NIM: 16540034

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji  
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
Pada 20 November 2020

#### **Susunan Dewan Penguji**

#### **Tanda Tangan**

- |   |   |     |
|---|---|-----|
| 1 | Ketua<br><b>Barianto Nurasri Sudarmawan, ME</b><br>NIDT: 19920720 20180201 1 191                            | ( ) |
| 2 | Dosen Pembimbing/Sekretaris<br><b>Nihayatu Aslamatis Solekah, SE., MM.</b><br>NIDT: 19801109 20160801 2 053 | ( ) |
| 3 | Penguji Utama<br><b>Yayuk Sri Rahayu, SE., MM</b><br>NIP: 19770826 200801 2 011                             | ( ) |

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dhepril Puradi Rachmatulloh  
NIM : 16540034  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Perbankan Syariah

menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, RELIGIUSITAS DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG DI BANK SYARIAH (STUDI PADA GENERASI MILENIAL DI INDONESIA)**

adalah hasil karya saya sendiri, bukan “duplikasi” dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila di kemudian hari ada “klaim” dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 20 November 2020

Hormat saya.



Dhepril Puradi Rachmatulloh  
NIM: 16540034

## LEMBAR PERSEMBAHAN

Syukur *Alhamdulillah*, atas kehendak dan izin Allah SWT karya tulis ini dapat terselesaikan. Saya persembahkan karya ini kepada:

Kedua orangtua saya, Bapak Sumiadi dan Ibu Purwati  
Yang senantiasa tulus menyayangi, merawat, mendidik, mendoakan dan selalu mendukung disetiap perjuangan saya.

Kakak dan adik saya yang luar biasa, Mas Iganov Puradi Robby N dan Adek  
Novzi Puradi Ruziqollah

Terima kasih karena selalu membuat saya terpacu untuk lebih baik dan selalu semangat menghadapi setiap ujian.

Semua saudara, keluarga besar dan sahabat-sahabat saya.  
terima kasih karena senantiasa mendukung dan mendoakan atas keberhasilan saya.

Terima kasih Allah Tuhan yang maha Pengasih dan Penyayang telah menghadirkan orang-orang baik dalam kehidupan saya, Allahuakbar.

## HALAMAN MOTTO

**Everything is Not Easy, But Nothing is Impossible**



## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadirat Allah SWT, atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penelitian ini dengan judul “Analisis Pengaruh Literasi Keuangan, Religiusitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah (Studi Pada Generasi Milenial di Indonesia)” dapat terselesaikan.

Shalawat serta salam tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi agung Muhammad SAW yang telah menuntun kita menuju jalan yang sebenar-benarnya yakni Agama Islam.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyelesaian tugas akhir ini tidak dapat berhasil tanpa adanya bimbingan dan sumbangan pemikiran serta dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Abdul Haris, M.Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. Nur Asnawi, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Bapak Dr. Siswanto, SE., M.Si, selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Ibu Nihayatu Aslamatis Solekah, SE., M.M. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyelesaian tugas akhir.
5. Bapak dan ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
6. Kedua Orang Tua serta segenap keluarga yang selalu memberikan doa serta dukungan.
7. Nailu Fadhilatil Aidati selaku teman terdekat saya yang senantiasa membantu dan memberi dukungan dalam penelitian ini.
8. Teman-teman Perbankan Syariah 2016 yang menempuh tugas akhir.
9. Serta semua pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini yang tidak bias saya sebut satu persatu

Dengan seluruh kerendahan hati, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk penyempurnaan penulisan skripsi ini. Penulis berharap semoga karya sederhana ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak.

Malang, 20 November 2020

Penulis



## DAFTAR ISI

JUDUL SKRIPSI .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
SURAT PERNYATAAN .....	iii
LEMBAR PERSEMBAHAN .....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
ABSTRAK .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	12
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	12
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>14</b>
2.1. Penelitian Terdahulu .....	14
2.2. Kajian Teoritis .....	22
2.2.1. Literasi Keuangan Syariah .....	22
2.2.2. Religiusitas .....	26
2.2.3. Kualitas Pelayanan .....	37
2.2.4. Keputusan Menabung .....	47
2.3. Kerangka konseptual .....	55
2.4. Hipotesis penelitian .....	57
2.4.1. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah. ....	57
2.4.2. Pengaruh religiusitas terhadap keputusan menabung di bank syariah. ....	58
2.4.3. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung di bank syariah. ....	59
2.4.4. Pengaruh literasi keuangan syariah, religiusitas dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung di bank syariah. ....	59
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>61</b>
3.1. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	61
3.2. Lokasi Penelitian .....	61

3.3. Populasi dan Sampel .....	61
3.4. Teknik Pengambilan Sampel.....	63
3.5. Data dan Jenis Data.....	63
3.6. Teknik Pengumpulan Data.....	63
3.7. Definisi Operasional Variabel.....	65
3.8. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	67
3.9. Analisis Data .....	68
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>73</b>
4.1. Hasil Penelitian .....	73
4.1.1. Profil Umum Objek Penelitian.....	73
4.1.2. Gambaran Umum Responden .....	74
4.1.3. Uji Instrumen .....	81
4.1.4. Uji Asumsi Klasik .....	85
4.1.5. Analisis Regresi Linier Berganda .....	90
4.1.6. Uji Hipotesis .....	92
4.2. Pembahasan.....	95
4.2.1. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah Secara Parsial .....	95
4.2.2. Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah Secara Parsial.....	97
4.2.3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah .....	100
4.2.4. Pengaruh Literasi Keuangan, Religiusitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan menabung Secara Simultan.....	102
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>103</b>
5.1. Kesimpulan .....	103
5.2. Saran.....	104
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>106</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>110</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	17
Tabel 3.1 Pengukuran Variabel.....	55
Tabel 4.1 Rata-rata data responden.....	67
Tabel 4.2 Ringkasan Uji Validitas Pearson .....	70
Tabel 4.3 Ringkasan Uji Reliabilitas .....	71
Tabel 4.4 Uji Normalitas.....	72
Tabel 4.5 Uji Multikolinearitas .....	73
Tabel 4.6 Uji Autokorelasi.....	76
Tabel 4.7 Analisis Regresi Linier Berganda .....	77
Tabel 4.8 Uji Regresi Linier Berganda .....	78
Tabel 4.9 Uji Parsial (uji t).....	80
Tabel 4.10 Uji Simultan (Uji f).....	81

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konsep .....	52
Gambar 4.1 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	63
Gambar 4.2 Gambaran Responden Berdasarkan Tahun Kelahiran .....	64
Gambar 4.3 Gambaran Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	65
Gambar 4.4 Gambaran Responden Berdasarkan Bank yang Dipilih.....	66
Gambar 4.5 Uji Heterokedastisitas (Uji Glejser) .....	75



## ABSTRAK

Dhepril Puradi Rachmatulloh. 2020, SKRIPSI. Judul: “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan menabung di Bank Syariah (Studi Pada Generasi Milenia)”

Pembimbing : Nihayatu Aslamatis Solekah, SE., M.M.

Kata Kunci : Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas, Kualitas Layanan, Keputusan Menabung.

---

---

Pengetahuan tentang keuangan syariah, pemahaman religiusitas dan kualitas pelayanan adalah tiga aspek yang bisa mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan yang tepat dalam menabung. Melalui pemahaman literasi keuangan syariah yang baik dan religiusitas yang tinggi serta menganalisa kualitas pelayanan diharapkan bisa menjadikan generasi milenial yang berkualitas untuk kemajuan bangsa. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan syariah, religiusitas dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung di bank syariah yang dilakukan oleh generasi milenial.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif yang menggunakan data primer. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 170 responden generasi milenial. Data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner secara online kepada responden yang memenuhi kualifikasi sebagai generasi milenial atau tahun kelahiran pada 1980 sampai dengan 1999. Data yang telah diperoleh kemudian diolah dengan alat bantu *software* statistik yaitu SPSS versi 20. Analisis yang digunakan pada penelitian ini yakni pengukuran validitas dan reliabilitas serta pemenuhan asumsi klasik.

Hasil dalam penelitian ini berdasarkan uji regresi adalah : pertama, secara parsial, variabel literasi keuangan syariah berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menabung. Kedua, secara parsial, variabel religiusitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menabung. Ketiga, secara parsial kualitas pelayanan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan menabung. Dan Keempat, secara simultan variabel literasi keuangan dan religiusitas berpengaruh secara signifikan pada keputusan menabung di bank syariah.

## ABSTRACT

Dhepril Puradi Rachmatulloh. 2020, *THESIS*. Judul: “The Effect Of Islamic Financial Literacy, Religiosity, and Service Quality On the Decision of Saving in Islamic Banks (Studies of Millennial Generations)”

Advisor : Nihayatu Aslamatis Solekah, SE., M.M.

keywords : Islamic Financial Literacy, Religiosity, Service Quality, and Decision of Saving

---

---

Knowledge of Islamic finance, understanding of religiosity, and service quality are three components that can influence a person in making the right decision in saving. Through a good understanding of Islamic financial literacy accompanied by high religiosity and analyzing the service quality, hopefully, it will be able to make millennial generations in having good quality for the nation's progress. The purpose of this research is to determine the effect of Islamic financial literacy, religiosity, and service quality on the decisions of saving in Islamic banks which are made by the millennial generations.

This research is a descriptive quantitative study using primary data. The sample used was 170 millennial generation respondents. The data were collected by distributing online questionnaires to the respondents who are qualified as millennial generation or the year of birth is from 1980 to 1999. The data obtained were processed by using statistical software tools, namely SPSS version 20. The analysis used in this study is included measurements of validity, reliability, and fulfillment of classical assumptions.

The result of the test in this study based on the regression test carried out some points: First, partially the Islamic financial literacy variable has a significant effect on the saving decision. Second, partially the religiosity variable does not significantly influence the saving decision. Third, partially the service quality has a significant effect on saving decisions. And last, simultaneously (together) the variables of financial literacy and religiosity have a significant influence on the decision to save in Islamic banks.

## المستخلص

دافريل فورادي رحمة الله، 2020، "تأثير محو الأمية المالية الإسلامية، التدنين وجودة الخدمة على قرار التدخير في مصرف الشريعة (دراسة على جيل الألفية)"  
 مشرفة : نهاية أسلمة الصالحة الماجستير  
 مفتاح الكلمة : محو الأمية المالية الإسلامية، التدنين، جودة الخدمة، قرار التدخير.

المعلومات عن المالية الشريعة، فهم التدنين، وجودة الخدمة من ثلاثة الأشياء التي تؤثر على الشخص على أخذ القرار الصواب في التدخير. بوسيلة فهم محو الأمية المالية الإسلامية الجيدة والتدنين الدقيق وتحليل جودة الخدمة رجاء منها أن يكون جودة عالية على جيل الألفية في تقدم الأمة. تقضى هذا البحث لأجل معرفة تأثير محو الأمية المالية الإسلامية، التدنين، وجودة الخدمة على قرار التدخير في مصرف الشريعة التي عمل بجيل الألفية الحديث.

هذا البحث من البحث الكمي الوصفي استخدم البيانات الإبتداء. عينة البحث هي 170 المستجيبين من جيل الألفية. والبيانات المأخوذة بوسيلة ارسال استبيانات عبر اينترنيت على المستجيبين الذين يصلون إلى جيل الألفية، هم الذين ولدون في السنة 1980 إلى 1999. تم وضع الباحث البيانات إلى المساعد أو البرمجيات (spss) بالإصدار 20. التحليل في هذا البحث يعني قياس الصلاحية، الموثوقية، وتحقيق الافتراضات الكلاسيكية.

تستند نتائج هذه الدراسة إلى اختبار الانحدار. أولاً، على حسب جزئياً، متغير معرفة المالية الشريعة يؤثر تأثيراً كبيراً على قرار التدخير. ثانياً، على حسب جزئياً، متغير التدنين لا يؤثر تأثيراً كبيراً على قرار التدخير. ثالثاً، على حسب جزئياً، الجودة الخدمة لها تأثيراً كبيراً على قرار التدخير. رابعاً، الوقت ذاته متغير معرفة المالية والتدنين يؤثر تأثيراً كبيراً على قرار التدخير في مصرف الشريعة.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Menabung merupakan cara untuk melatih seseorang untuk berhemat dengan mengelola keuangan secara baik demi menjamin terpenuhinya kebutuhan di masa yang mendatang. Menabung juga dapat memberi manfaat untuk negara dalam hal mendukung berkembangnya investasi yang akan menghasilkan pertumbuhan ekonomi negara. Berdasarkan data *Global Findex* (World Bank, 2015) jumlah kepemilikan tabungan pada masyarakat Indonesia berusia diatas 15 tahun hanya 36%. Hal tersebut menunjukkan dari 100 orang, hanya terdapat 36 orang yang memiliki tabungan. Jumlah kepemilikan tabungan masyarakat Indonesia terbilang rendah yang menunjukkan budaya menabung masyarakat Indonesia masih rendah. Secara umum, keputusan menabung di bank syariah dipengaruhi oleh lingkungan dan individu serta strategi pemasaran dari pihak bank sendiri.

Indonesia dengan jumlah populasi sekitar 267 juta jiwa dimana 87,18% penduduknya adalah pemeluk agama islam (“Penduduk Menurut Wilayah dan Agama yang Dianut.” 2019). berpotensi cukup besar dalam memutuskan perbankan syariah sebagai tempat atau alat menabung. Di Indonesia, saat ini banyak terdapat bank syariah yang sudah berkembang di masyarakat. Hal ini bertujuan untuk melayani konsumen muslim di Indonesia. Tetapi faktanya, penggunaan jasa atau produk keuangan syariah di Indonesia masih memiliki tingkat rasio yang rendah dibandingkan jumlah penduduk muslim yang ada. Hal ini diduga disebabkan karena minimnya

keterlibatan kosumen di Indonesia, khususnya masyarakat yang beragama Islam mulai dari kalangan pejabat hingga masyarakat sipil terhadap produk atau jasa keuangan syariah yang ada.

Pada saat ini perkembangan perbankan syariah mengalami kemajuan yang sangat pesat. Berdasarkan data statistik perbankan syariah pada Januari 2019 diantaranya bank umum syariah (BUS) telah mencapai 14 unit, unit usaha syariah (UUS) mencapai 34 unit, dan Bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) mencapai 164 unit (OJK, 2020). Selain itu, pertumbuhan aset perbankan syariah meningkat secara signifikan tiap tahunnya, dari total aset BUS dan UUS pada tahun 2018 yaitu sebesar 267.570 Miliar Rupiah yakni meningkat pada tahun 2018 sebesar 298.044 miliar rupiah (OJK, 2020). Hal tersebut menunjukkan bahwa minat masyarakat dalam menggunakan jasa di bank syariah terus mengalami peningkatan.

Dalam meningkatkan budaya menabung di Indonesia, pemerintah mengusung Strategi Keuangan Nasional Inklusif (SKNI) yang menargetkan 75% penduduk Indonesia dapat menabung (*saving*) pada tahun 2019. Program tersebut direalisasikan melalui suatu program yakni gerakan ayo menabung serta memiliki perilaku menabung secara berkala demi meningkatnya pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Target dari program ini yakni meliputi pemuda, pelajar serta mahasiswa. Para target yang merupakan generasi milenial ini memiliki peranan besar dalam pertumbuhan perekonomian dikemudian hari.

Perilaku menabung secara berkala penting untuk dimiliki karena menabung memiliki fungsi untuk memenuhi kebutuhan di yang akan datang. Tanpa adanya tabungan, para generasi milenial akan mengalami kesulitan secara finansial pada kondisi tertentu. Dengan demikian para generasi milenial perlu memahami tentang pengelolaan keuangan atau biasa disebut dengan melek keuangan atau memiliki tingkat literasi keuangan yang baik.

Literasi keuangan merupakan kebutuhan yang mendasar yang penting untuk dimiliki setiap orang agar terhindar dari berbagai masalah finansial. Literasi keuangan memiliki ikatan dengan kehidupan manusia yang mana literasi keuangan merupakan dasar pengambilan keputusan oleh individu dalam mengelola keuangan. Literasi keuangan yang baik dapat menciptakan perencanaan keuangan yang baik pula. Sebaliknya, literasi keuangan yang buruk dapat berdampak dalam pengambilan keputusan yang kurang tepat rhadap perencanaan keuangan.

Menurut Abdul Rahim et al. (2016), menjelaskan bahwa literasi keuangan syariah memiliki kaitan yang cukup erat dengan kemampuan seseorang dalam menggunakan pengetahuan keuangan, kemampuan, serta sikap lam mengelola keuangannya supaya selaras dengan apa yang diajarkan dalam agama Islam. Literasi keuangan dapat didefinisikan sebagai pengetahuan keuangan yang bertujuan untuk mencapai sebuah kesejahteraan (Lusardi dan Mitchell, 2007). Otoritas jasa keuangan (OJK) pada tahun 2019 menyebutkan tingkat literasi di Indonesia prosentasinya berada di angka 38,03%. Angka tersebut mengalami peningkatan sebesar 8,33% dari survey

yang dilakukan tahun 2016 yang berada diangka 29,7%. Survei OJK ini mencakup 12.773 responden di 34 provinsi dan 67 kota/kabupaten. Peningkatan yang dicapai tahun 2019 sesuai dengan target (Siaran Pers Survei OJK 2019 Indeks Literasi Dan Inklusi Keuangan Meningkat, 2019), tetapi masih dalam nilai rendah. Oleh sebab itu, peran pemerintah dan beberapa sektor keuangan harus terus berupaya secara optimal untuk mengubah pola pikir masyarakat tradisional terkhusus para generasi milenial menuju arah hidup yang dinamis dan juga praktis.

Disamping peningkatan literasi keuangan secara umum, perkembangan keuangan syariah di Indonesia menunjukkan hasil yang memuaskan dengan hasil yang positif. Perkembangan yang baik ini tidak hanya dilihat dari banyaknya bank-bank konvensional yang melakukan *spin-off* menjadi bank syariah, jumlah cabang bertambah, dan juga jumlah nasabah yang semakin meningkat. Aset yang dimiliki oleh lembaga keuangan serta penghimpunan dananya juga menunjukkan potensi untuk berkembang dengan cepat. Perkembangan positif ini juga berdampak pada literasi keuangan syariah di Indonesia.

Rendahnya literasi keuangan di Indonesia dipicu oleh beberapa faktor. Pertama, rendahnya pemahaman serta pengetahuan masyarakat tentang keuangan syariah. Kedua, masih belum ada suatu gebrakan besar khususnya dari pihak pemerintah untuk mempromosikan serta menyuarakan keuangan syariah secara bersama-sama, terencana dan berkelanjutan. Ketiga, kurangnya pakar dalam bidang keuangan syari'ah dalam hal mengedukasi.

Keempat, kurangnya peranan dari tokoh agama, seperti ulama, ustad, dan da'i dalam menyampaikan pengetahuan tentang keuangan syariah. Kelima, para akademisi di beberapa perguruan tinggi, khususnya di perguruan tinggi Islam belum menjalankan perannya secara optimal dalam edukasi dan sosialisasi tentang ekonomi syariah. Terakhir, rendahnya peranan ormas islam di Indonesia yang masih belum optimal dalam menyuarakan tentang keuangan syariah (Agustianto, 2014).

Tirta Segara selaku Anggota Dewan Komisioner Bidang Edukasi dan, Perlindungan Konsumen, dikutip dari berita pada Sindonews (2017), menyampaikan bahwa masih banyak terdapat masyarakat yang sudah menggunakan produk dan layanan keuangan namun tanpa dibekali pemahaman tentang keuangan yang mencukupi. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa kondisi tersebut tentunya kurang menguntungkan dalam upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat. Hal ini dikarenakan tingkat kesejahteraan suatu masyarakat selaras dengan tingkat literasi keuangan serta kedekatan masyarakat terhadap akses keuangan mereka.

Dalam konsep literasi keuangan yang dipelajari diantaranya oleh Hung, Parker & Yoong (2009) serta Glaser dan Weber (2007) menjelaskan bahwa literasi keuangan akan mempengaruhi seseorang dalam memutuskan suatu perilaku keuangan. Bhabha, dkk. (2014) mendefinisikan literasi keuangan sebagai pemicu kesadaran, pengetahuan, keterampilan, sikap dan perilaku penting untuk membuat keputusan keuangan yang sehat dan akhirnya mencapai kesejahteraan keuangan suatu individu.

Literasi keuangan terhadap lembaga dan produk keuangan syariah masih sangat penting untuk terus ditingkatkan. Dengan tingginya indeks literasi keuangan syariah akan mendongkrak pertumbuhan perekonomian suatu negara khususnya Indonesia karena mayoritas penduduknya adalah muslim. Suatu masyarakat yang memahami keuangan syariah dengan segala aspeknya dapat meningkatkan kesejahteraan hidupnya yang sejajar dengan meningkatnya pertumbuhan ekonomi suatu negara.

Dengan demikian, literasi keuangan syariah seharusnya dijadikan sebagai suatu kebutuhan utama atau mendasar bagi masing-masing individu dalam pengelolaab keuangan. Hal tersebut dikarenakan apabila terjadi kesalahan di kemudian hari dalam pengelolaan keuangan, hal ini akan menimbulkan berbagai masalah dalam keuangan seperti kesulitan ekonomi. Kesulitan ekonomi ini tidak hanya dipicu oleh pengaruh pendapatan masing-masing individu namun juga diakibatkan oleh kesalahan dalam hal pengelolaan keuangan (Ulfatun, Udhma & Dewi, 2014). Dalam beberapa penelitian lain oleh, Carpena., Cole, Shawn., Shapiro, Jeremy. & Zia, Bilal (2011) menemukan bahwa edukasi tentang keuangan berpengaruh pada kesadaran serta sikap individu terhadap produk keuangan serta penggunaan berbagai instrumen perencanaan keuangan yang ada. Seseorang yang tidak atau belum memahami literasi keuangan secara baik, mereka cenderung akan melakukan banyak pengeluaran tanpa sebuah perencanaan. Hal ini didukung oleh hasil penelitian Beckmann bahwa tingkat literasi keuangan yang rendah dapat mengakibatkan sedikitnya jumlah uang untuk ditabung (Hidayat,

2015). Penelitian yang dilakukan oleh beberapa peneliti seperti khosasi (2017), cahyanti (2018) menunjukkan hasil literasi keuangan berpengaruh terhadap keputusan nasabah. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Yulianto (2017) menunjukkan hasil bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap keputusan menabung.

Di samping dari peningkatan literasi keuangan syariah, faktor agama menjadi faktor lain yang mendorong seseorang untuk menggunakan jasa lembaga keuangan syariah. Dalam penelitian PPKP LEMLIT Universitas Diponegoro menunjukkan bahwa faktor agama menjadi motivasi terpenting dalam mendorong pemilihan terhadap penggunaan jasa bank syariah. Agama merupakan landasan hukum atau norma yang mengikat kepada pemeluknya untuk menjalankan setiap pemerintah dan semua larangan-Nya. Seluruh aktivitas yang dilakukan oleh pemeluk suatu agama telah diatur sebaik-baiknya untuk mencapai kebahagiaan di dunia dan di akhirat kelak.

Sebagai agama, Islam telah memiliki syari'at yang baku sebagai pedoman umat (pemeluknya) dalam menjalankan segala aktivitas hidup di dunia. Demikian juga dalam pengelolaan keuangan bagi masyarakat yang sudah pasti adanya suatu aturan-aturan atau pedoman yang jelas. Berbeda dengan beberapa sistem lainnya, Islam mengajarkan sebuah sistem atau pola konsumsi yang *moderat* (tengah-tengah), tidak berlebihan maupun sangat sedikit sehingga menyiksa keadaan diri. Pemborosan atau penggunaan harta yang tidak memberikan manfaat juga dilarang didalam Islam.

Menurut Jalaludin (2001:89), religiusitas didefinisikan sebagai suatu keadaan yang terdapat dalam diri setiap orang yang mendorongnya untuk sesuai dengan tingkat ketaatannya terhadap agama yang dianut. Aktifitas dalam beragama yang mengikat dengan religiusitas, tidak hanya terjadi saat melakukan ritual ibadah namun juga aktivitas lain yang mendorong kekuatan batin (Ancok, 2011:76). Adanya reaksi yang berbeda dari setiap individu akan menunjukkan tingkat religiusitas yang berbeda.

Konsep religiusitas Glock & Stark (1966) terdapat lima dimensi keberagaman yang sesuai dengan syariat islam yakni keyakinan (ideologis), praktik agama (ritualistik), pengalaman (eksperiensial), pengetahuan agama (intelektual), dan Pengalaman (konsekuensial). Dimensi religiusitas menjadi tolak ukur religiusitas seseorang dalam mempengaruhi perilaku konsumen.

Beberapa penelitian yang membahas mengenai pengaruh religiusitas terhadap keputusan menabung memiliki hasil yang berbeda. Beberapa hasil menunjukkan Faktor religiusitas mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan menabung, namun hal berbeda ditunjukkan oleh Erol dan El-Bdour (1989) yang melakukan penelitian di Jordan. Pada penelitian tersebut ditemui hasil bahwa faktor *profit oriented* lebih mempengaruhi pembelian masyarakat disana. Dengan kata lain, faktor agama bukanlah hal yang dominan dalam memotivasi seseorang untuk mengambil suatu keputusan menggunakan produk bank syariah. Nugroho (2014) juga dalam penelitiannya menjelaskan bahwa faktanya, mayoritas nasabah perbankan syariah adalah “nasabah mengambang” yakni mereka yang mengutamakan motif keuntungan. Hal ini

mengakibatkan adanya kemungkinan mereka dapat berpindah ketika suku bunga simpanan di bank konvensional bisa lebih memberikan keuntungan. Hanya terdapat sekitar 20 persen nasabah yang didasari religiusitas loyal untuk menyimpan uangnya di bank syariah. Dan sebagian kecil nasabah lainnya yakni karena faktor terpaksa. Hal ini bisa terjadi misalnya karena mengikuti aturan di tempat kerja atau di lembaga pendidikan yang memiliki kerja sama dengan bank syariah. Hasil penelitian Fauzia (2019) juga mengungkapkan religiusitas tidak berpengaruh terhadap suatu keputusan nasabah.

Berbeda dengan Penelitian lain dilakukan oleh Iranati (2017), Utami, dkk (2014), Shofwa (2015) dan Cahyanti (2018) menunjukkan bahwa secara parsial religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat menabung seseorang di bank syariah. beberapa penelitian lain juga menjelaskan bahwa religiusitas mempengaruhi keputusan nasabah untuk menabung antara lain penelitian yang dilakukan oleh Shofwa (2015) dengan hasil penelitian bahwa religiusitas berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menyimpan dananya di BSM Cabang Purwokerto. Penelitian lain Utami, Sangen dan Rachman (2015) yang menyatakan bahwa 95% faktor religiusitas berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menabung di bank syariah.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi masyarakat dalam menabung adalah strategi yang digunakan dalam memasarkan perbankan syariah, diantaranya yakni kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan mampu menjadi kunci keberhasilan sebuah perusahaan dalam menghadapi ketatnya

persaingan (Lupiyoadi, 2013: 216). Kualitas pelayanan dibentuk dari sebuah perbandingan antara pelayanan yang diharapkan pelanggan (*excpeted service*) dengan pelayanan nyata yang didapatkan pelanggan (*perceived service*). Terwujudnya kualitas pelayanan bisa terwujud apabila pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan pelanggan lebih atau sesuai dengan yang diharapkan (Tjiptono & Chandra, 2011). Menurut Parasuraman, Zeithami dan Berry dalam Lupiyoadi (2011) mengungkapkan ada lima dimensi utama yang pelanggan gunakan untuk mengukur kualitas pelayanan yakni: (1) Bukti fisik (*tangibles*); (2) Keandalan (*reliability*); (3) ketanggapan (*responsiveness*); (4) Jaminan (*assurance*); (5) Perhatian (*emphaty*).

Nasabah akan mengambil keputusan untuk menggunakan produk tabungan tertentu jika mereka mendapat pelayanan yang sesuai dengan ekspektasi. Bila jasa yang dinikmati oleh nasabah jauh dari yang diharapkan, maka kemungkinan nasabah meninggalkan atau beralih dari pemberi jasa semakin besar. Selain itu, nasabah juga membutuhkan komitmen dan kesungguhan petugas dalam melayani pelanggan. Hal ini sebagaimana hasil penelitian yang dilakukan oleh Tyas & Setiawan (2012) bahwa tingginya kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan keputusan untuk menabung di bank oleh nasabah. Kualitas pelayanan juga dapat memberikan kepuasan dan juga loyalitas yang mencegah untuk beralih ke perbankan lain.

Para Generasi Milenial diharapkan mampu menjadi agen utama dalam mendorong peningkatan kepemilikan tabungan karena rata-rata

mereka adalah kaum terdidik yang ilmunya dapat dipraktekkan melalui sebuah tindakan. Pengetahuan yang diperoleh melalui lembaga-lembaga terkait termasuk sekolah maupun perguruan tinggi memiliki sarana pendukung dalam penyelenggaraan pembelajaran yang dapat dimanfaatkan untuk mengaplikasikan dalam penggunaan jasa perbankan yang berupa tabungan. Generasi milenial memiliki pengetahuan pada keuangan pribadi cenderung memiliki perilaku hemat efektif. Pada tahun 2017, Jawa Timur memiliki indeks literasi keuangan tertinggi secara nasional dengan nilai 29,4 % (SNLKI, 2017).

Menurut Howe & Strauss (2000), generasi Y atau dikenal dengan milenial adalah generasi yang banyak menggunakan teknologi informasi cepat seperti sms, *email*, dan media sosial seperti *facebook*, *instagram*, *twitter*, dan lainnya. Milenial tumbuh dan berkembang di zama dimana internet sedang mengalami peningkatan yang sangat pesat. Lyons (2004) mengatakan bahwa generasi milenial lahir serta berkembang pada era internet *booming* serta memiliki pengaruh yang sangat besar pada perkembangan, maka mereka terbiasa dengan segala sesuatu yang bisa dilakukan dengan cepat, mudah dan praktis. Perkembangan ini dapat memacu untuk para generasi milenial mengelola keuangan dengan sangat baik termasuk juga generasi milenial. Dengan faktor literasi keuangan syariah, religiusitas dan kualitas layanan dimungkinkan menjadi faktor yang mempengaruhi generasi milenial untuk menabung di bank syariah.

Dari berbagai penjelasan sebelumnya, masih terjadi adanya inkonsistensinya hasil dalam beberapa penelitian dan adanya berbagai fenomena yang menunjukkan faktor-faktor yang mendorong penelitian ini terjadi. Dengan adanya faktor diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh literasi keuangan syariah, religiusitas dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung generasi milenial di bank syariah. Judul dalam penelitian ini yaitu “PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, RELIGIUSITAS DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG DI BANK SYARIAH (STUDI PADA GENERASI MILENIAL DI INDONESIA)”

### **1.2. Rumusan Masalah**

1. Apakah literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap keputusan menabung di bank syariah?
2. Apakah religiusitas berpengaruh terhadap keputusan menabung di bank syariah?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan menabung di bank syariah?
4. Apakah literasi keuangan, religiusitas dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan menabung di bank syariah?

### **1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini antara lain adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh tingkat literasi keuangan syariah terhadap keputusan menabung di bank syariah.

2. Untuk mengetahui pengaruh tingkat religiusitas terhadap keputusan menabung di bank syariah.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung di bank syariah.
4. Untuk mengetahui pengaruh tingkat literasi keuangan syariah, tingkat religiusitas dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan menabung di bank syariah.

Manfaat dari penelitian ini diantaranya:

1. Teoritis

- a. Akademisi

Akademisi diharapkan memiliki wawasan yang memadai di bidang perbankan syariah mengenai analisis pengaruh literasi keuangan syariah dan religiusitas terhadap keputusan menabung di bank syariah oleh generasi milenial.

- b. Peneliti

Peneliti diharapkan mampu menambah pengetahuan dan wawasan dalam bidang ekonomi serta lembaga keuangan Syariah, yakni khususnya perbankan Syariah. Hal ini juga diharapkan dapat menjadi ajang ilmiah untuk mengaplikasikan berbagai teori yang diperoleh di bangku kuliah.

2. Praktisi

- a. Perbankan

Diharapkan dapat menjadi saran untuk bank syariah tentang literasi keuangan syariah dan religiusitas yang dapat mempengaruhi produk bank syariah.

b. Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan informasi produk bank syariah. Sehingga masyarakat memiliki gambaran tentang bagaimana kondisi perbankan syariah yang dapat memberikan kualitas produk yang baik dan menguntungkan bagi mereka.



## **BAB II KAJIAN PUSTAKA**

### **2.1. Penelitian Terdahulu**

Abdullah & Anderson (2015) memiliki tujuan untuk menentukan apakah para bankir memiliki melek finansial yang memadai untuk melakukan keputusan keuangan sehubungan dengan produk dan layanan keuangan syariah serta untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi literasi finansial pegawai bank di Kuala Lumpur khususnya dalam hal produk keuangan syariah. Peneliti menggunakan metode kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan temuan pada studi yang menentukan faktor-faktor yang mempengaruhi melek finansial dari para bankir di sekitar Kuala Lumpur dalam hal produk keuangan syariah. Pada hal tersebut menunjukkan bahwa ada sembilan faktor (*Views on Banking Product, Views on Islamic Banking Produuk, Parents influence on Islamic Financial Product and Services, Determining Investment in Securities, Views on Conventional Banking Product, Attitude on Personal Financial Management, Influence of Personal Financial Management, Knowledge on Wealth Planning and Management, dan Attitude on Islamic Financial Product and Services*) yang menentukan literasi keuangan pegawai bank dalam hal produk dan pelayanan keuangan syariah.

Yulianto (2018) dengan penelitiannya bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan syariah serta kualitas persepsi terhadap keputusan dalam penggunaan produk atau layanan di lembaga keuangan syariah (LKS).

Penelitian tersebut menghasilkan kesimpulan bahwa literasi keuangan syariah tidak berpengaruh terhadap keputusan menabung maupun keputusan asuransi di LKS. Sedangkan literasi keuangan syariah berpengaruh negatif terhadap keputusan pembiayaan dan keputusan investasi di LKS. Sedangkan kualitas terpersepsi yang dimoderasi oleh religiusitas memiliki pengaruh positif terhadap keputusan menabung dan pembiayaan di LKS.

Cahyanti (2018) yang mengambil judul “Analisis Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas Masyarakat, dan Keterjangkauan Akses Layanan Terhadap Penggunaan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Yogyakarta)” dengan pendekatan kuantitatif dan melibatkan 100 responden, dengan teknik *stratified random sampling*. Penelitian yang dilakukan pada masyarakat Yogyakarta ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari tingkat literasi keuangan syariah, religiusitas masyarakat serta keterjangkauan akses layanan terhadap penggunaan jasa perbankan syariah. Penelitian ini menyimpulkan hasil bahwa baik secara parsial maupun simultan ketiga variabel memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap penggunaan jasa perbankan syariah pada nasabah yang merupakan masyarakat Yogyakarta.

Lailah Nailul Fauziah (2019) dengan penelitiannya menghasilkan beberapa hal yang pertama, secara parsial literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi lain halnya dengan variabel religiusitas yang tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan investasi. Secara simultan kedua variabel menunjukkan hasil adanya pengaruh

signifikan terhadap keputusan investasi yang dilakukan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang memiliki akun investasi pada galeri investasi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

Abdullah dan Majid (2003) yang mengambil judul "*The Influence Of Religiosity, Income and Consumption on Saving Behaviour: The Case of Iternational Islamic University Malaysia (IIUM)*". Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui adakah pengaruh dari faktor religiusitas terhadap perilaku menabung seorang nasabah. Dari populasi sebanyak 180, diambil sampel sebanyak 160 responden. Hasil yang didapati oleh peneliti bahwa religiusitas berpengaruh terhadap perilaku menabung seseorang.

Utami dkk. (2014) memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh dari faktor religiusitas, kelompok referensi dan motivasi terhadap keputusan masyarakat menabung di bank syariah. lokasi yang menjadi objek penelitiannya adalah di Kota Banjarmasin. Hasil yang didapatkan melalui penelitian ini ketiga faktor yakni religiusitas, kelompok referensi dan motivasi baik secara parsial maupun simultan berpengaruh secara terhadap keputusan masyarakat untuk menabung di Bank Syariah.

Shofwa (2015) dalam penelitiannya yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari dua variabel yakni kualitas produk dan juga tingkat religiusitas nasabah terhadap keputusan nasabah untuk menyimpan dananya di BSM Cabang Purwokerto. Dengan analisis regresi berganda serta sampel sebanyak 100 nasabah, diperoleh hasil bahwa kualitas produk dan religiusitas

secara parsial maupun nominal sama-sama berpengaruh terhadap keputusan nasabah menyimpan dananya di BSM Cabang Purwokerto.

Iranati (2017) melakukan penelitian dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh religiusitas, kepercayaan, dan lokasi terhadap minat menabung di bank syariah. Penelitian Iranati ini menunjukkan hasil secara parsial keempat variabel secara signifikan berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah. Hal yang sama terjadi pada hasil penelitian Secara simultan yang menunjukkan secara bersama-sama variabel religiusitas, kepercayaan, pengetahuan, dan lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.

Tyas dan Setiawan (2012) melakukan penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari *rehability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangibles* dan juga lokasi dari BMT terhadap keputusan nasabah untuk menabung. Dengan metode kuantitatif, peneliti mengambil sampel sebanyak 30 responden. Hasil yang didapatkan ialah pertama, terdapat pengaruh signifikan dari kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung. Kedua, lokasi BMT juga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan menabung, ketiga, *emphaty* merupakan faktor yang paling dominan mempengaruhi terhadap keputusan menabung.

Susanto, Waluyo & Listyorini (2012) mengangkat judul "Pengaruh Produk Tabungan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Pada KJKS BMT Binna Ummat Sejahtera Kecamatan Lasem". Penelitian yang melibatkan 100 responden ini memiliki tujuan untuk mengetahui adakah

pengaruh yang ditimbulkan dari suatu produk tabungan dan kualitas pelayanan terhadap seorang nasabah memutuskan untuk menabung di KJKS BMR Binna Ummat Sejahtera Kecamatan Lasem. Hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwa produk tabungan dan juga kualitas pelayanan secara parsial maupun simultan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan menabung.

Septiana, Siswandari & Muchsini (2018) dengan penelitiannya yang berjudul “Hubungan Literasi Keuangan dan Kualitas Pelayanan dengan Perilaku Menabung Mahasiswa” bertujuan untuk menguji hubungan literasi keuangan dan kualitas pelayanan secara parsial maupun secara simultan dengan perilaku menabung mahasiswa. Sampel yang dipilih dengan menggunakan teknik *proportionate stratified random sampling* dari populasi sebanyak 128 mahasiswa. Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya hubungan positif antara literasi keuangan dan kualitas pelayanan secara parsial ataupun simultan terhadap perilaku mahasiswa.

Beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh para peneliti menjadi acuan dalam penelitian ini dan penelitian merupakan perkembangan dari beberapa penelitian-penelitian sebelumnya. Untuk lebih memudahkan dalam mengamati penelitian terdahulu yang telah disebutkan maka dituliskan dengan tabel, berikut ini tabel penelitian terdahulu yang menjadi dasar penelitian ini:

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No.	Nama Peneliti, Judul dan Tahun Penelitian	Tujuan	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Abdullah dan Majid, <i>The Influence Of Religiosity, Income and Consumption on Saving Behaviour: The Case of Iternational Islamic University Malaysia</i> (2003)	untuk mengetahui adakah pengaruh dari faktor religiusitas terhadap perilaku menabung seorang nasabah	- <i>Religiosity</i> (X <sub>1</sub> ) - <i>Income</i> (X <sub>2</sub> ) - <i>Consumption</i> (X <sub>3</sub> ) - <i>Saing Behaviour</i> (Y)	religiusitas berpengaruh terhadap perilaku menabung seseorang.
2.	Tyas dan Setiawan, <i>Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang</i> (2012)	Mengetahui peparuh kualitas pelayanan yang terdiri dari <i>rehability, responsiveness, assurance, emphaty</i> , dan <i>tangibles</i> dan juga lokasi dari BMT terhadap keputusan nasabah untuk menabung	- <i>Lokasi</i> (X <sub>1</sub> ) - <i>Kualitas Pelayanan</i> (X <sub>2</sub> ) - <i>Keputusan Menabung</i> (Y)	Terdapat pengaruh signifikan dari Lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung
3.	Susanto dkk. <i>Pengaruh Produk Tabungan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Pada KJKS BMT Binna Ummat Sejahtera Kecamatan Lasem</i> (2012)	untuk mengetahui adakah pengaruh yang ditimbulkan dari suatu produk tabungan dan kualitas pelayanan terhadap seorang nasabah memutuskan untuk menabung di KJKS BMR Binna Ummat Sejahtera Kecamatan Lasem	- <i>Produk Tabungan</i> (X <sub>1</sub> ) - <i>Kualitas Pelayanan</i> (X <sub>2</sub> ) - <i>Keputusan Menabung</i> (Y)	Produk tabungan dan juga kualitas pelayanan secara parsial maupun simultan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan menabung.
4.	Wahyu Utami, Marijati Sangen dan M. Yudi Rachman, <i>Analisis Pengaruh Religiusitas, Kelompok Referensi dan Motivasi Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah</i> (2014)	mengetahui pengaruh dari faktor religiusitas, kelompok referensi dan motivasi terhadap keputusan masyarakat menabung di bank syariah	- <i>Religiusitas</i> (X <sub>1</sub> ) - <i>Kelompok Referensi</i> (X <sub>2</sub> ) - <i>Motivasi</i> - <i>Keprutusan Menabung</i> (Y)	ketiga faktor yakni religiusitas, kelompok referensi dan motivasi baik secara parsial maupun simultan berpengaruh secaraterhadap keputusan masyarakat untuk menabung di Bank Syariah.
5.	Abdullah, <i>Islamic Financial Literacy among Bankers in Kuala Lumpur</i> , (2015)	Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi literasi finansial pegawai bank di Kuala lumpur khususnya dalam hal produk keuangan syariah	- <i>Literasi Keuangan Syariah</i>	Ada sembilan faktor ( <i>Views on Banking Product, Views on Islamic Banking Produuk, Parents influence on Islamic Financial Product and Services, Determining Investment in Securities, Views on Conventional</i> )

				<i>Banking Product, Attitude on Personal Financial Management, Influence of Personal Financial Management, Knowledge on Wealth Planning and Management, dan Attitude on Islamic Financial Product and Services)</i> yang menentukan literasi keuangan pegawai bank dalam hal produk dan pelayanan keuangan syariah.
6	Shofwa, Pengaruh Kualitas Produk dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Produk Simpanan pada BSM Cabang Purwokerto (2015)	untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan tingkat religiusitas nasabah terhadap keputusan nasabah untuk menyimpan dananya atau tidak di BSM Cabang Purwokerto	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kualitas Produk (<math>X_1</math>)</li> <li>- Religiusitas (<math>X_2</math>)</li> <li>- Keputusan Nasabah (<math>Y</math>)</li> </ul>	Kualitas produk dan religiusitas secara parsial maupun nominal sama-sama berpengaruh terhadap keputusan nasabah menyimpan dananya di BSM Cabang Purwokerto
7.	Khosasi, Pengaruh literasi keuangan syariah dan pemasaran terhadap pengambilan keputusan nasabah melakukan pembiayaan di Bank Syariah Bukopin Sidoarjo (2017)	menguji dan menganalisis seberapa besar pengaruh dari variabel literasi keuangan syariah dan pemasaran terhadap pengambilan keputusan nasabah melakukan pembiayaan di bank syariah Bukopin Sidoarjo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Literasi Keuangan Syariah (<math>X_1</math>)</li> <li>- Pemasaran (<math>X_2</math>)</li> <li>- Keputusan Pembiayaan (<math>Y_1</math>)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ada pengaruh literasi keuangan syariah dan pemasaran secara simultan terhadap pengambilan keputusan nasabah melakukan pembiayaan mikro di Bank Syariah Bukopin Sidoarjo</li> <li>- adanya pengaruh variabel literasi keuangan syariah dan variabel pemasaran secara parsial terhadap keputusan untuk melakukan suatu pembiayaan di Bank Syariah Bukopin Sidoarjo.</li> </ul>
8.	Yulianto, Pengaruh literasi keuangan syariah dan kualitas persepsi terhadap keputusan dalam penggunaan produk atau layana di lembaga keuangan syariah. (2017)	menguji pengaruh suatu literasi keuangan syariah dan kualitas persepsi terhadap keputusan nasabah dalam penggunaan produk atau suatu layanan di lembaga keuangan syariah.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Literasi Keuangan Syariah (<math>X_1</math>)</li> <li>- Kualitas Persepsi (<math>X_2</math>)</li> <li>- Keputusan Penggunaan Produk atau Layanan Bank Syariah (<math>Y_1</math>)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- literasi keuangan syariah (<math>X_1</math>) tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan menabung maupun keputusan asuransi di suatu lembaga keuangan syariah.</li> <li>- literasi keuangan syariah memiliki pengaruh yang negatif terhadap keputusan pembiayaan dan keputusan investasi di lembaga keuangan syariah.</li> </ul>

				- kualitas terpersepsi yang telah dimoderasi oleh religiusitas memiliki pengaruh positif terhadap keputusan menabung maupun pembiayaan di lembaga keuangan syariah
9.	Cahyanti, Analisis Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas Masyarakat, dan Keterjangkauan Akses Layanan Terhadap Penggunaan Jasa Perbankan Syariah (2018)	mengetahui pengaruh dari tingkat literasi keuangan syariah, religiusitas masyarakat serta keterjangkauan akses layanan secara parsial maupun simultan terhadap penggunaan jasa perbankan syariah pada masyarakat Yogyakarta.	- literasi keuangan syariah ( $X_1$ ) - religiusitas ( $X_2$ ) - keterjangkauan akses layanan ( $X_3$ ) - Penggunaan jasa perbankan syariah ( $Y$ )	- Adanya suatu pengaruh baik secara bersama-sama ataupun secara sendiri-sendiri dari tingkat literasi keuangan, religiusitas masyarakat, dan keterjangkauan akses layanan terhadap penggunaan jasa perbankan syariah pada masyarakat Yogyakarta
10.	Iranati, Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Pengetahuan, dan Lokasi terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah (2017)	menganalisis pengaruh religiusitas, kepercayaan, dan lokasi terhadap minat menabung di bank syariah.	- Religiusitas ( $X_1$ ) - Kepercayaan ( $X_2$ ) - Pengetahuan ( $X_3$ ) - Lokasi ( $X_4$ ) - Minat Menabung ( $Y$ )	- secara parsial variabel religiusitas, kepercayaan, pengetahuan dan lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Secara simultan variabel religiusitas, kepercayaan, pengetahuan, dan lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung di bank syariah
11.	Septiana, Hubungan Literasi Keuangan dan Kualitas Pelayanan dengan Perilaku Menabung Mahasiswa (2018)	Untuk Mengetahui Hubungan literasi keuangan dan kualitas pelayanan secara parsial maupun simultan terhadap perilaku menabung mahasiswa	- Literasi Keuangan ( $X_1$ ) - Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) - Perilaku Menabung ( $Y$ )	Terdapat hubungan positif antara literasi keuangan dan kualitas pelayanan secara parsial ataupun bersama-sama dengan perilaku mahasiswa
12.	Fauzia, Analisis Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan dan Religiusitas Terhadap Keputusan Investasi Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang (2019)	Mengetahui pengaruh dari literasi keuangan dan religiusitas terhadap keputusan investasi yang dilakukan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.	- Literasi Keuangan ( $X_1$ ) - Religiusitas ( $X_2$ ) - Keputusan Investasi ( $Y$ )	- Terdapat pengaruh yang signifikan dari literasi keuangan terhadap keputusan investasi - Tidak terdapat pengaruh variabel religiusitas terhadap keputusan investasi. - Terdapat pengaruh yang signifikan kedua variabel secara simultan (bersama-sama) terhadap keputusan investasi

Sumber: Data diolah peneliti, 2020

## 2.2. Kajian Teoritis

### 2.2.1. Literasi Keuangan Syariah

#### A. Definisi Literasi Keuangan Syariah

*Financial literacy* atau literasi keuangan atau juga disebut melek keuangan memiliki beragam definisi. Menurut Nidar (2011), secara sederhana, personal finance literacy berarti melek keuangan pribadi. "Pribadi" berarti seseorang, "Keuangan" yakni sesuatu yang berkaitan dengan keuangan, atau uang, dan dapat pula dapat diartikan sebagai ilmu mengelola uang, dan "Literasi" diartikan sebagai kemampuan untuk membaca atau menulis. Di dalam konteks ini, keaksaraan dapat dijelaskan sebagai suatu kemampuan seseorang untuk mengetahui dan memahami. Oleh karena itu, melek keuangan pribadi diartikan sebagai proses dalam menunjukkan kemampuan untuk mengetahui dan memahami manajemen keuangan pribadi (*personal finance*).

*Financial literacy* secara sederhana dapat diartikan sebagai sebuah pengetahuan dalam pengaturan keuangan. Hal ini merupakan sebuah perilaku ekonomi yang sudah berkembang di masyarakat baik secara sadar maupun tidak dalam kurun waktu yang cukup lama. Literasi keuangan dapat disebut sebagai pengetahuan keuangan serta kemampuan untuk mengaplikasikannya secara langsung (*knowledge and ability*). Literasi keuangan dapat

berpengaruh pada bagaimana seseorang menabung, meminjam, berinvestasi serta mengelola keuangan (Hailwood, 2007).

Menurut Otoritas Jasa Keuangan dalam Rancangan Peraturan OJK (2016), menyatakan bahwa literasi keuangan adalah rangkaian dari proses atau suatu aktivitas untuk meningkatkan pengetahuan, keyakinan, dan keterampilan yang dapat mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan mengenai keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan. Literasi keuangan syariah dapat didefinisikan sebagai melek keuangan syariah, yakni mengetahui secara gamblang produk dan jasa keuangan syariah, serta mampu membedakan antara bank konvensional dan bank syariah, serta dapat mempengaruhi sikap seseorang dalam mengambil keputusan dibidang ekonomi sesuai dengan prinsip syariah.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menyatakan bahwa literasi keuangan syariah didefinisikan sebagai sebuah proses demi meningkatnya pengetahuan dan keterampilan masyarakat sebagai konsumen agar mereka memiliki kemampuan yang baik dalam mengelola keuangan agar selaras dengan kebutuhan serta dapat memberikan manfaat. OJK membagi tingkat literasi keuangan menjadi beberapa bagian :

1. *Well literate*, yaitu memiliki pengetahuan serta kemampuan yang baik tentang lembaga jasa keuangan serta produk dan aspek lain seperti yang terkait seperti manfaat dan risikonya, serta pula terampil dalam mengaplikasikannya.
2. *Sufficient literate*, yaitu mengetahui serta meyakini segala hal yang terkait dengan lembaga jasa keuangan dan produk jasa serta hal lain yang terkait seperti resiko, hak dan kewajiban, dll.
3. *Less literate*, hanya mengetahui tentang lembaga keuangan dan produk keuangan, tidak dengan segala fitur yang berhubungan dengan lembaga keuangan.
4. *Not literate*, merupakan kebalikan dari *well literate*, yakni tidak memiliki kemampuan dan keyakinan tentang lembaga serta produk keuangan dan juga tidak terampil dalam mengaplikasikan atau menggunakannya.

Abdul Rahim et al. (2016), menjelaskan bahwa literasi keuangan syariah berkaitan dengan kemampuan untuk mengaplikasikan pengetahuannya mengenai pengelolaan keuangan supaya sesuai dengan ajaran Islam. Keuangan syariah adalah bentuk keuangan yang berlandaskan syariah dan hukum islam. Mengacu pula pada pengertian literasi keuangan oleh OJK, maka literasi keuangan syariah dapat diartikan sebagai konsumen produk dan jasa keuangan syariah maupun masyarakat luas tidak hanya sekedar mengetahui dan memahami mengenai lembaga keuangan syariah

serta yang bersangkutan dengan itu, melainkan juga bagaimana agar dapat mengubah dan memperbaiki perilaku masyarakat dalam pengelolaan keuangan syariah sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat suatu proses agar masyarakat luas yang berperan sebagai konsumen tidak hanya mampu mengetahui dan memahami (Agustianto, 2014).

#### B. Literasi Keuangan Syariah dalam Perspektif Islam

Sejalan dengan penjelasan teori di atas literasi keuangan syariah adalah suatu pengetahuan dan keterampilan mengenai pengelolaan keuangan dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan (falah) yang berdasarkan dengan prinsip syariah. Landasan hukum dengan menghilangkan unsur riba, gharar, dan maysir sesuai prinsip Al-Quran.

Dalam alquran surat Al- Mujadalah ayat 11 Allah berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا قِيلَ لَكُمْ تَفَسَّحُوا فِي الْمَجَالِسِ فَافْسَحُوا يَفْسَحِ اللَّهُ لَكُمْ وَإِذَا قِيلَ انشُرُوا فَاَنْشُرُوا يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ

*“Hai orang-orang beriman apabila dikatakan kepadamu: "Berlapang-lapanglah dalam majlis", maka lapangkanlah niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. Dan apabila dikatakan: "Berdirilah kamu", maka berdirilah, niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. Dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan”.*

Dari ayat diatas dalam tafsir Syaikh Muhammad bin Shalih asy-Syawi menunjukkan keutamaan sebuah ilmu. Hasil dari sebuah

ilmu dapat menimbulkan adab yang baik dalam melaksanakan ilmu-ilmu tersebut. Berperilaku yang baik merupakan bagian dari ilmu dan iman. Dengan meningkatkan literasi keuangan syariah akan menimbulkan sikap yang baik dalam mengelola keuangan. Landasan ilmu keuangan syariah menjadi acuan dalam setiap transaksi dalam proses mendapatkan hingga menggunakan uang. Dalam perbankan syariah, terdapat tujuan mobilisasi dana dan menuntut adanya penggunaan dana secara produktif dalam rangka mencapai tujuan sosial ekonomi islam dengan tegas melarang adanya riba yakni melainkan dengan prinsip ajaran syariat islam terutama *wadi'ah, qard, mudharabah, dan ijarah*. (Ningsih, 2016).

### **2.2.2. Religiusitas**

Religiusitas menurut Glock & Stark (1966) adalah suatu sistem yang meliputi simbol, keyakinan, nilai, dan perilaku yang terporos terhadap suatu persoalan yang dihayati menjadi sebuah hal bermakna (*ultimate meaning*). Menurut Fetzer (1999), religiusitas memiliki arti sesuatu yang lebih menitikberatkan pada suatu masalah akhlak, sosial, dan merupakan suatu fokus atau doktrin dari setiap agama atau golongan. Doktrin dari setiap agama wajib diikuti oleh setiap pengikutnya. Dijelaskan pula menurut Jalaludin (2001), mengenai religiusitas merupakan suatu keadaan yang mendorong seseorang untuk bertingkah laku sesuai dengan tingkat ketaatannya terhadap agama yang dianut.

### A. Fungsi Religiusitas

Menurut Asyarie (1988), ada enam fungsi dari religiusitas yang dapat direlasikan dengan kehidupan sehari-hari. Pertama, fungsi edukatif yang mana agama memberikan suatu ajaran-ajaran yang bersifat menyuruh dan melarang terhadap suatu hal untuk kebaikan penganutnya. Kedua, fungsi penyelamat yang merupakan bentuk penjagaan terhadap penganut suatu agama terhadap hal-hal yang mencelakakan maupun mengarahkan pada hal yang negatif dalam dunia maupun saat di akhirat. Ketiga, fungsi perdamaian untuk pengikutnya dapat mencapai kedamaian dalam batin melalui pemahaman pada agama. Keempat, fungsi pengawasan sosial yang akan menjadikan norma pada penganutnya. Kelima, fungsi pemupuk rasa solidaritas yang mengarah pada psikologis pengikutnya dengan memiliki kesamaan dalam kesatuan iman dan kepercayaan. Keenam, fungsi transformatif yang dapat dirasakan oleh penganut suatu agama secara individu maupun kelompok merasakan suatu perubahan atau melakukan sesuatu yang berbeda sesuai dengan ajaran agama yang dipeluk.

### B. Dimensi Religiusitas

Religiusitas dapat diartikan sebagai hal yang diyakini untuk mencari kesakralan oleh individu maupun kelompok. Dimensi Religiusitas menurut Fetzer (2003) ada 12 dimensi yaitu *Daily Spiritual Experiences*, *Menaing*, *Beliefs*, *Value*, *Forgiveness*,

*Private Religious Practice, Religious/Spiritual Coping, Religious Support, Commitment, Organizational Religiousness, Religious/spiritual history, Religious preference.*

Sedangkan Menurut Glock dan Stark menyatakan ada lima dimensi religiusitas, yaitu:

1. Dimensi keyakinan (ideologis)

Dimensi ini yakni berupa suatu pengharapan di mana orang yang religius berpegang pada suatu pandangan teologis dan meyakini diktrin-doktrin yang ada. Setiap agama selalu mempertahankan keyakinan yang ada agar para penganut tetap taat. Walaupun demikian, isi dan ruang lingkup keyakinan itu sangat bervariasi, yakni tidak hanya diantara agama agama, tetapi juga diantara tradisi tradisi dalam agama yang sama.

2. Dimensi praktik agama (ritualistik)

Dalam hal ini mencakup perilaku peribadatan, ketaatan serta aktifitas yang dilakukan oleh seorang demi menunjukkan sebuah komitmen terhadap agama yang dipercayainya. Praktik keagamaan ini terdapat dua kelas penting yakni:

- a. Ritual, yakni mengacu pada seperangkat ritual, aktifitas keagamaan yang formal dan praktek suci dimana para pemeluknya diharapkan untuk menunaikannya. Contohnya yakni seperti sholat, puasa yang merupakan ritual dalam agama Islam.

b. Ketaatan, dalam hal ini ketaatan dan ritual saling berkaitan satu sama lain. Apabila aspek ritual dari sebuah komitmen sangatlah formal dan khas, maka semua agama yang ada juga memiliki seperangkat tindakan persembahan dan kontemplasi personal yang spontan, informal dan khas pribadi. Ketaatan dalam lingkungan pemeluk Islam diungkapkan melalui sholat, membaca Al Quran, dan lain-lain.

### 3. Dimensi pengalaman

Dimensi ini memandang adanya fakta bahwa semua agama yang ada mengandung suatu pengharapan tertentu, meskipun pencapaian menuju pengetahuan subjektif mengenai kenyataan terakhir yang berhubungan dengan kekuatan supranatural tidak terjadi secara langsung. Seperti yang telah dikemukakan, dimensi ini berkaitan dengan pengalaman keagamaan, perasaan, persepsi, serta sensasi yang dialami oleh seseorang atau yang didefinisikan oleh suatu kelompok keagamaan (atau suatu masyarakat) dengan melihat komunikasi dengan Tuhan mengenai kenyataan terakhir dengan otoritas transendental.

### 4. Dimensi pengetahuan agama

Dimensi ini mengacu kepada sebuah ekspektasi bahwa masyarakat yang beragama sedikit banyak pasti mempunyai pengetahuan tentang dasar keyakinan dan tradisi. Dimensi

pengetahuan ini berkaitan dengan dimensi keyakinan, karena pengetahuan mengenai keyakinan merupakan syarat bagi penerimanya. Walaupun demikian, keyakinan tidak perlu diikuti oleh syarat pengetahuan. Akan tetapi, sebuah keyakinan tidak harus selalu diikuti oleh syarat pengetahuan dan juga tidak semua pengetahuan agama berdasar pada keyakinan. Seseorang dapat meyakini dengan kuat tanpa adanya pengetahuan yang kuat pula.

#### 5. Dimensi pengalaman dan konsekuensi

Dimensi ini berbeda dengan dimensi lain yang telah dijelaskan sebelumnya. Dimensi pengalaman dan konsekuensi ini mengacu pada sebuah identifikasi pada akibat dari keyakinan keagamaan, praktik, pengalaman, serta pengetahuan seseorang dari waktu ke waktu. Meskipun agama telah mengajarkan pemeluknya bagaimana seharusnya mereka berpikir dan bertindak dalam menjalankan kehidupannya, hal ini tidak sepenuhnya dijelaskan secara gamblang batasan konsekuensi agama yang merupakan bagian dari komitmen keagamaan atau asli dari agama itu sendiri.

Menurut Adiwarman (2011), Religiusitas merupakan bentuk aspek religi yang telah dihayati oleh individu di dalam hati. Makna religiusitas digambarkan dalam beberapa aspek-aspek yang harus dipenuhi sebagai petunjuk mengenai bagaimana cara menjalankan hidup dengan benar agar manusia dapat mencapai

kebahagiaan, baik didunia maupun di akhirat. Islam adalah suatu cara hidup yang dapat membimbing seluruh aspek kehidupan manusia dengan aqidah, syariah dan akhlaq.

### C. Indikator Religiusitas

#### a. Dimensi idiologis (keyakinan)

- 1) Keyakinan kepada Allah SWT
- 2) Keyakinan kepada malaikat-malaikat Allah
- 3) Keyakinan kepada utusan Allah (Rosul/nabi)
- 4) Keyakinan kepada kitab Allah
- 5) Keyakinan terhadap surga dan neraka
- 6) Keyakinan kepada qodho dan qodar Allah

#### b. Dimensi ritualistik (praktik agama)

- 1) Melaksanakan shalat, puasa, haji (bila mampu)
- 2) Membaca Al Quran
- 3) Memanjatkan doa

#### c. Dimensi eksperiensial (pengalaman)

- 1) Merasa dekat dan dicintai oleh Allah
- 2) Merasa doanya lebih banyak dikabulkan
- 3) Merasakan hati yang tenang dan bahagia karena beribadah kepada Allah

#### d. Dimensi intelektual (pengetahuan agama)

- 1) Mengetahui tentang isi kandungan ayat-ayat Al-Quran, pokok-pokok ajaran yang harus diimani dan diamalkan

2) Mengetahui hukum islam (syariat)

3) Memahami kaidah-kaidah keilmuan ekonomi islam/muamalah

e. Dimensi konsekuensi

1) Gemar menolong, berderma, serta selalu berusaha menegakkan kebenaran dan keadilan

2) Bertindak jujur, menjaga amanat yang diberi, menjaga lingkungan sekitar, tidak mengambil hak orang lain, tidak berjudi. Harus berjuang menuju keberhasilan hidup yang sesuai dengan ajaran Islam.

3) Mematuhi serta bertindak sesuai norma-norma islam dalam berbudaya, hidup bermasyarakat, berpolitik, serta berekonomi/bermuamalah dengan menghindari riba.

D. Faktor yang Mempengaruhi Religiusitas

Faktor-faktor yang mempengaruhi sikap keagamaan dibagi menjadi empat macam, yaitu: (Thouless, 1995)

a. Pengaruh pendidikan atau pengajaran dan berbagai tekanan sosial

Faktor ini berkaitan dengan seluruh pengaruh sosial dalam perkembangan keagamaan. Hal ini termasuk dari latar belakang pendidikan orang tua, tradisi, serta lingkungan yang membentuk seseorang berdasar pada sikap yang telah disepakati di lingkungan tersebut.

b. Faktor pengalaman

Faktor ini berkaitan dengan beberapa jenis pengalaman yang membentuk sikap individu dalam hal keagamaan. Yakni terutama pengalaman mengenai konflik moral, keindahan dan emosional keagamaan. Faktor ini berupa suatu pengalaman yang secara signifikan dapat mengubah perilaku seseorang. Faktor-faktor ini berkaitan dengan kebutuhan individu dalam bertahan hidup. Kebutuhan-kebutuhan ini secara garis besar dapat menjadi empat, yaitu: (a) kebutuhan akan keamanan atau keselamatan, (b) kebutuhan akan cinta kasih, (c) kebutuhan untuk memperoleh harga diri, dan (d) kebutuhan yang timbul karena adanya ancaman kematian.

c. Faktor intelektual

Dalam diri seseorang memiliki tingkat religiusitas yang berbeda-beda. Pengaruh besar adanya perbedaan pada setiap individu dikarenakan oleh faktor internal maupun eksternal. Faktor internal yang dapat mempengaruhi tingkat religiusitas seseorang karena adanya pengalaman emosional keagamaan, kebutuhan individu yang perlu untuk dipenuhi seperti, rasa aman, cinta kasih, harga diri dan lainnya. Sedangkan dari pengaruh eksternal, seperti halnya pendidikan formal, pendidikan agama dalam keluarga, kebiasaan dalam bersosial yang mengandung nilai keagamaan, dan hal-hal yang muncul dari lingkungan sosial dalam kehidupan individu.

#### E. Religiusitas dalam Perspektif Islam

Di dalam agama islam, berbagai aspek kehidupan tidak dapat dipisahkan dengan religiusitas atau tingkat keimanan dan ketaqwaan seorang hamba kepada Tuhannya, Allah SWT. Seorang hamba harus mampu melawan musuh besar umat islam, yakni syaitan. Sebagaimana firman Allah SWT dalam surat Al Baqoroh ayat 208:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا ادْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَافَّةً وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ  
[البقرة: ٢٠٨]

*“Hai orang-orang yang beriman, masuklah kamu ke dalam Islam keseluruhan, dan janganlah kamu turut langkah-langkah syaitan. Sesungguhnya syaitan itu musuh yang nyata bagimu”.*

Seperti yang telah difirmankan oleh Allah SWT, dapat disimpulkan bahwa seluruh umat yang beriman kepada Allah SWT diserukan untuk masuk islam secara keseluruhan, yakni memahami dan mengamalkan sepenuhnya segala ajaran dan seruannya. Selanjutnya, Allah SWT juga melarang seluruh orang mukmin untuk mengikuti segala bujuk rayu syaitan yang akan menjauhkan seorang hamba dari ridho Allah. Bujuk rayu atau yang merupakan langkah syaitan yakni berbuat dzolim, berbuat sesuatu yang merusak, mengikuti hawa nafsu dan sebagainya. Karena hal-hal tersebut akan menjerumuskan kita ke dalam jalan yang sesat dan akan membawa kita ke neraka. Dalam ayat ini juga dijelaskan bahwa syaitan adalah

musuh yang nyata bagi keturunan Nabi Adam. Oleh karena hal itu, hal yang bisa menjaga kita dari bujuk rayu syetan dalah keimanan dan ketaqwaan kita kepada Allah SWT. Allah SWT juga berfirman di dalam surat Al Jatsiyah ayat 18 yang berisi perintah yang berkaitan dengan perbuatan manusia.

ثُمَّ جَعَلْنَاكَ عَلَىٰ شَرِيعَةٍ مِّنَ الْأَمْرِ فَاتَّبِعْهَا وَلَا تَتَّبِعْ أَهْوَاءَ الَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ

*“Kemudian Kami jadikan kamu berada di atas suatu syariat (peraturan) dari urusan (agama itu), maka ikutilah syariat itu dan janganlah kamu ikuti hawa nafsu orang-orang yang tidak mengetahui.”*

Ayat tersebut mengandung makna besar tentang kesempurnaan agama islam serta kemuliaannya, serta tentang kewajiban untuk tunduk pada hokum atau syariat dan tidak condong atau mengikuti hawa nafsu orang-orang yang tidak mengerti kebenaran. Karena hawa nafsu mereka dapat menyesatkan. Di samping itu, sebagai umat islam kita juga wajib memupuk dan menumbuhkan bibit keimanan dan keislaman di dalam diri kita. Bibit keagamaan tersebut hanya akan berkembang baik bila terdapat seperangkat keyakinan dan aturan yang sejalan dengannya.

Agama islam sebagai agama dengan segala kesempurnaannya, juga merupakan agama yang paling sesuai dengan fitrah manusia. Sebagaimana dijelaskan dalam firman Allah;

فَأَقِمْ وَجْهَكَ لِلدِّينِ حَنِيفًا ۗ فِطْرَتَ اللَّهِ الَّتِي فَطَرَ النَّاسَ عَلَيْهَا ۚ لَا تَبْدِيلَ لِخَلْقِ اللَّهِ ۗ ذَٰلِكَ الدِّينُ

الْقَيِّمُ وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ

*“Maka hadapkanlah wajahmu dengan lurus kepada agama Allah; (tetaplah atas) fitrah Allah yang telah menciptakan manusia menurut fitrah itu. Tidak ada peubahan pada fitrah Allah. (Itulah) agama yang lurus; tetapi kebanyakan manusia tidak mengetahui.”*

Dalam ayat ini dijelaskan bahwa Alla telat memfitrahkan manusia di atas agama islam. Oleh karena itu manusia diperinthakan untuk berpegang kepada fitrah Allah yakni dalam bentuk iman kepadaNya. Ayat ini juga menjelaskan bahwa agama islam adalah jalan yang lurus yang menyampaikan manusia kepada ridhoNya.

Manusia diciptakan oleh Allah mempunyai naluri ketauhidan. Esensi islam dalam ketauhidan yakni tindakan yang menegaskan Allah Yang Maha Esa penguasa mutlak dan penguasa atas segala sesuatu. Searah deng pemikiran islam, Glock dan Stark menilai bahwa kepercayaan agama adalah jantungnya dimensi keyakinan. (Ancok, 2000)

Untuk mengukur religiusitas, dikenal tiga dimensi dalam islam yakni *akidah* (keyakinan), *syariah* (praktik agama), dan *akhlak* (pengamalan dari *akidah* dan *syariah*). Keberagamaan dalam islam bukan hanya diwujudkan dalam bentuk ritual ibadah saja, namun juga pada aktifitas yang lain. Islam menjadi suatu sistem yang komplek dan luas. Maksudnya yakni mendorong dan memotivasi penganutnya untuk mengaplikasikan spiritual keagamaan secara

kompleks dengan dasar-dasar yang benar, melakukan tindakan yang yang didasari dengan prinsip penyerahan diri sepenuhnya kapanpun dan dimanapun.

### 2.2.3. Kualitas Pelayanan

#### A. Definisi Kualitas Layanan

Menurut Parasuraman, A., A. Zeithaml, V. and L. Berry L. (1988) Mendefinisikan *service quality* sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka peroleh. Kotler dan Keller (2012: 214) “*any act or performance that one party can offer another that is essentially intangible and does not result in the ownership of anything. It is production may or not be tied to a physical product*”. Selain itu, Goetsch dan David dikutip oleh Fandy Tjiptono (2011: 164), *service quality* merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, SDM, jasa, proses, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi apa yang diharapkan.

Berdasarkan definisi-definisi yang telah dijelaskan di atas, peneliti sampai pada sebuah pemahaman bahwa kualitas pelayanan merupakan bentuk penilaian/pengukuran terhadap nilai layanan yang diterima oleh konsumen dan kondisi yang dinamis suatu produk atau jasa dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang sesuai dengan apa yang diharapkan.

## B. Dimensi Kualitas Layanan

Konsep kualitas layanan adalah cara mengukur aktivitas pelayanan suatu lembaga melalui kinerja petugasnya terhadap pengguna jasa, yakni konsumen. Dalam hal ini, yang perlu dipahami yakni bahwa pelayanan merupakan suatu bentuk aktivitas yang dilakukan untuk memberikan manfaat kepada konsumen sama seperti apa yang ditawarkan oleh suatu organisasi atau perseorangan. Dalam Parasuraman dkk. (1988) dijelaskan bahwa dimensi *service quality* yang awalnya ada 10 dimensi di pangkas menjadi 5 dimensi (*reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *tangibles* (bukti langsung), *empathy* (empati)).

## C. Jenis Kualitas Layanan

Menurut Kasmir (2010:176), kualitas layanan terbagi atas:

### 1. Kualitas Layanan Internal

Kualitas layanan internal berkaitan dengan interaksi jajaran pegawai perusahaan dan berbagai fasilitas yang tersedia. Factor yang mempengaruhi kualitas layanan internal adalah:

- a) Pola manajemen umum perusahaan
- b) Penyediaan fasilitas pendukung
- c) Pengembangan sumber daya manusia
- d) Iklim kerja dan keselarasan hubungan kerja
- e) Pola insentif

## 2. Kualitas Layanan Eksternal

Ditentukan oleh beberapa faktor yaitu:

- a) Yang berkaitan dengan penyediaan jasa
- b) Yang berkaitan dengan penyediaan barang

## 3. Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan

Menurut Fandy Tjiptono (2012) ada beberapa faktor yang perlu menjadi pertimbangan dalam meningkatkan kualitas layanan:

- a) Mengidentifikasi determinan utama kualitas layanan

Setiap penyedia layanan diwajibkan untuk menyajikan layanan dengan kualitas terbaik kepada konsumennya. Ada beberapa faktor dapat menjadi penilaian konsumen yakni seperti keamanan dalam bertransaksi, ketepatan waktu, dan lain-lain. Upaya ini dijalankan demi membangun pandangan konsumen terhadap kualitas layanan yang telah diterima. Apabila terjadi kekurangan dalam beberapa faktor tersebut, maka perlu diperhatikan lebih baik lagi dan ditingkatkan. Sehingga akan menghasilkan penilaian yang lebih baik di mata konsumen.

- b) Mengelola ekspektasi konsumen

Terdapat banyak perusahaan yang berusaha menarik perhatian konsumen dengan banyak cara. Salah satunya yakni dengan memberikan janji yang berlebihan dimana hal ini berujung menjadi “bumerang” bagi perusahaan itu sendiri apabila tidak dapat memenuhi janji tersebut. Hal ini karena banyaknya janji yang

diberikan, berbanding lurus dengan besarnya ekspektasi pelanggan. Sehingga perlu langkah yang lebih bijak untuk memberikan janji..

c) Mengelola bukti kualitas layanan

Dalam hal ini, pengelolaan dilakukan dengan tujuan untuk memperkuat penilaian konsumen ketika mendapatkan pelayanan dan setelah mendapatkan pelayanan. Layanan memiliki sifat yang berbeda dengan produk, yakni produk bersifat tangible sedangkan pelayanan merupakan sebuah kinerja. Sehingga konsumen lebih cenderung memperhatikan “layanan seperti apa yang akan dan yang telah ia terima”. Hal ini menghasilkan sebuah persepsi konsumen terhadap penyedia layanan berdasarkan apa yang konsumen dapat.

d) Mendidik konsumen tentang layanan

Sebuah upaya mendidik mengenai layanan kepada konsumen/pelanggan yakni bertujuan untuk merealisasikan proses penyampaian dan pengkonsumsian layanan secara efektif dan efisien. Pelanggan akan mampu mengambil keputusan pembelian secara lebih baik serta memahami perannya dalam proses penyampaian layanan. Contohnya yakni :

- 1) Penyedia layanan memberikan informasi kepada konsumen dalam melakukan sendiri layanan tertentu. Seperti mengisi

formulir pendaftaran, menggunakan fasilitas teknologi, dan lain-lain.

- 2) Penyedia layanan membantu konsumen dalam pemberitahuan kapan menggunakan suatu layanan secara lebih mudah dan murah, yaitu sebisa mungkin untuk menghindari periode waktu sibuk dan memanfaatkan periode di mana layanan tidak terlalu sibuk.
  - 3) Penyedia layanan menginformasikan konsumen mengenai prosedur atau cara penggunaan layanan melalui iklan, brosur, atau staf secara langsung mendampingi konsumen saat penggunaan layanan.
  - 4) Penyedia layanan meningkatkan kualitas layanan dengan cara penjelasan kepada konsumen tentang beberapa hal kebijakan yang mungkin akan mengecewakan konsumen, misalkan kenaikan harga.
- e) Menumbuhkan budaya kualitas

Budaya kualitas dapat dikembangkan dalam sebuah perusahaan dengan diadakannya komitmen menyeluruh dari semua anggota organisasi dari yang teratas hingga terendah. Budaya kualitas terdiri dari filosofi, keyakinan, sikap, norma, nilai, tradisi, prosedur, dan harapan yang berkenaan dalam peningkatan kualitas. Beberapa faktor yang dapat menghambat namun dapat pula memperlancar pengembangan kualitas layanan, yaitu:

- 1) Sumber daya manusia, sebagai contoh dalam hal penyeleksian karyawan, pelatihan karyawan, deskripsi *job desk*, dan sebagainya.
  - 2) Organisasi/ struktur, meliputi intergrasi atau koordinasi antar fungsi dan struktur pelaporan.
  - 3) Pengukuran (*measurement*), yaitu melakukan evaluasi kinerja dan keluhan serta kepuasan konsumen.
  - 4) Pendukung sistem, yaitu faktor teknologi seperti komputer, sistem, *database*, dan teknis.
  - 5) Layanan, meliputi pengelolaan keluhan konsumen, alat-alat manajemen, alat-alat promosi/ penjualan.
  - 6) Komunikasi internal, terdiri dari prosedur dan kebijakan dalam operasional.
  - 7) Komunikasi eksternal, yakni edukasi pelanggan, manajemen ekspektasi pelanggan, dan pembentukan citra positif perusahaan.
- f) Menciptakan *automating quality*

Otomatisasi berpotensi mengatasi masalah dalam hal kurangnya sumber daya manusia yang dimiliki perusahaan. Namun dibutuhkan perhatian dalam aspek-aspek sentuhan manusia (*high touch*) dan elemen-elemen yang memerlukan otomatisasi (*high tech*). Keseimbangan antara kedua hal tersebut sangat dibutuhkan

untuk menghasilkan kesuksesan penyampaian layanan secara efektif dan efisien.

g) Menindaklanjuti layanan

Penindaklanjutan layanan diperlukan untuk memperbaiki aspek-aspek layanan yang kurang memuaskan dan mempertahankan yang sudah baik. Dalam rangka ini, perusahaan perlu melakukan *survey* terhadap sebagian atau seluruh konsumen mengenai layanan yang telah diterima. Sehingga perusahaan dapat mengetahui tingkat kualitas layanan perusahaan di mata konsumen.

h) Mengembangkan sistem informasi kualitas layanan

*Service quality information system* adalah sistem yang digunakan oleh perusahaan dengan cara melakukan riset data. Data dapat berupa hasil dari masa lalu, kuantitatif dan kualitatif, internal dan eksternal, serta informasi mengenai perusahaan, pelanggan, dan pesaing. Bertujuan untuk memahami suara konsumen (*consumer's voice*) mengenai ekspektasi dan persepsi konsumen terhadap layanan yang diberikan perusahaan. Sehingga perusahaan dapat mengetahui kekuatan dan kelemahan perusahaan berdasarkan sudut pandang konsumen.

D. Kualitas Pelayanan Dalam Perspektif Islam

Dalam islam, kerja diangkat pada level kewajiban religiusitas dan digendong dengan keimanan. Hubungan antara iman dan amal (kerja) tidak bisa dipisahkan satu sama lain. islam tidak mengakui sebuah

keimanan yang tidak menghasilkan perilaku yang baik. (Ahmad, 2000). Terdapat lima dimensi kualitas pelayanan untuk mengevaluasi mutu jasa pelayanan sebagaimana dikemukakan oleh Zeuthaml, Berry dan Parasuraman (1988).

**a. Bukti langsung (*tangibles*)**

Bukti langsung yakni meliputi fasilitas fisik, pegawai, perlengkapan dan sarana dalam komunikasi. Bukti secara fisik yakni merupakan tampilan yang menjadi suatu identitas organisasi serta menjadi pendorong munculnya persepsi awal konsumen. Selain itu, dalam menjalankan operasionalnya, perusahaan juga harus memperhatikan segi penampilan fisik para pengelola maupun karyawannya dalam hal berbusana yang santun serta beretika yang baik dan sesuai syari'at. Sebagaimana forman Allah dalam surat Al A'raf ayat 26

يٰۤاٰدَمُ ۗ اٰتٰنَا عَلٰيكَمۡ لِبَاسًا يُۤوۡرِيۡ سَوۡءَاتِكُمۡ وَّرِيۡشًا ۗ وَلِبَاسٍ لِّتَقۡوٰى  
ذٰلِكَ خَيْرٌ ۗ ذٰلِكَ مِّنۡ ءَايٰتِ اللّٰهِ لَعَلَّهُمۡ يَذَّكَّرُوۡنَ

*“Hai anak Adam, sesungguhnya Kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutup auratmu dan pakaian indah untuk perhiasan. Dan pakaian takwa itulah yang paling baik. Yang demikian itu adalah sebahagian dari tanda-tanda kekuasaan Allah, mudah-mudahan mereka selalu ingat.”*

Dalam firman Allah di atas telah dijelaskan bahwa seorang muslim diperintahkan untuk berbusana yang menutup aurat serta santun. Dalam hal ini yang perlu dipahami adalah bagaimana penampilan merupakan bukti fisik yang baik dalam suatu pelayanan yang berkualitas.

**b. Daya tanggap (*responsiveness*)**

Daya tanggap yakni keinginan untuk membantu para konsumen atau pelanggan dalam memberikan pelayanan secara tanggap dan sigap. Sebagai seorang pelaku bisnis yang berprinsip pada syariat islam, kita harus menepati komintamen sesuai apa yang kita promosikan. Komitmen tersebut harus dijalankan dengan baik dan sesuai. Sebagaimana firman Allah SW:

فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ

*“Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain.”*

Ayat tersebut menegaskan bahwa kita harus bersungguh-sungguh dalam menyelesaikan urusan duniawi, dan juga bersungguh-sungguh dalam urusan beribadah.

**c. Keandalan (*reliability*)**

Keandalan yakni memberikan pelayanan dengan segera dan memuaskan. Dalam hal ini, pelayanan yang harus diberikan harus handal, sopan, ramah, dan bertanggung jawab. Allah SWT juga berfirman dalam surah al Ahzab ayat 21 yang dijadikan pedoman dalam muamalah.

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ آءِآخِرَ

وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا

*“Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan dia banyak menyebut Allah.”*

**d. Jaminan (*assurance*)**

Jaminan yakni meliputi kemampuan dan sikap terpercaya serta bebas dari bahaya dan resiko. Kita harus berkomitmen terhadap etika komunikasi kepada konsumen dalam menawarkan dan menjelaskan suatu produk. Allah SWT berfirman dalam surah Asy Syu'araa' ayat 181-182

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ

*“Sempurnakanlah takaran dan janganlah kalian termasuk orang-orang yang merugikan(181); dan timbanglah dengan timbangan yang lurus. (182).”*

Ayat tersebut menjelaskan bahwa kita harus bersikap jujur untuk menghindari merugikan orang lain serta menghindari suatu kecurangan dengan menjamin hak konsumen. Hal ini juga dijelaskan dalam Firman Allah SWT surat An-nahl ayat 91;

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْفُضُوا ۚ الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا وَقَدْ جَعَلْتُمُ اللَّهَ عَلَيْكُمْ

كَفِيلًا ۚ إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ

*“Dan tepatilah perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah(mu) itu, sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah-sumpahmu itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat”*

Dari Tafsir Ibnu Katsir dijelaskan larangan mengenai mengingkari janji dalam segala hal, karena Allah mengetahui semua hal yang dijanjikan. Dengan ini dalam suatu pelayanan di bank syariah sangat-sangat diwajibkan untuk menegakkan pemenuhan janji-janji dalam suatu akad atau perjanjian awal dalam pemenuhan hak-hak nasabah.

Hal tersebut sangat sejalan dengan teori peningkatan kualitas pelayanan.

e. Perhatian (*emphaty*)

Emphaty yakni mencakup kemudahan dalam melakukan komunikasi serta memahami kebutuhan konsumen. Dalam hal ini, perhatian yang diberikan kepada pelanggan hendaknya berprinsip pada keimanan dengan tujuan menjalankan segala perintah Allah untuk selalu berbuat baik kepada sesama manusia. Sebagaimana firman Allah; surah An Nahl ayat 90

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ  
وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ ۗ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

*“Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.”*

#### 2.2.4. Keputusan Menabung

##### A. Definisi Keputusan Menabung

Tabungan yang yang didefinisikan dalam Undang-undang Perbankan No 10 Tahun 1998 adalah simpanan yang penarikannya dilakukan dengan syarat tertentu sesuai dengan kesepakatan awal dan tidak dapat ditarik alat lain. Syarat penarikan tertentu yang dimaksud adalah sesuai dengan perjanjian awal yang disepakati kedua belah pihak yakni bank dan nasabah. Sedangkan pengertian lain diperbarui berdasarkan Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 Pasal 1 angka 21 tentang

Perbankan Syariah yang menjelaskan tabungan adalah simpanan menggunakan akad wadi'ah atau menabung menggunakan akad mudharabah atau akad yang lain sesuai dengan hukum islam atau prinsip syariah yang mana penarikannya dilakukan dengan syarat dan ketentuan yang disepakati dan tidak dapat ditarik dengan cek maupun bilyet dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.

Keputusan adalah pemilihan di antara alternatif-alternatif yang mengandung tiga pengertian, yaitu ada pilihan atas dasar logika/pertimbangan, ada beberapa alternatif yang harus dipilih salah satu yang terbaik dan ada tujuan yang ingin dicapai. Keputusan merupakan suatu pengakhiran dari proses pemikiran tentang suatu masalah atau problema untuk menjawab pertanyaan apa yang harus diperbuat guna mengatasi masalah tersebut dengan menjatuhkan pilihan pada suatu alternatif.

Sejalan dengan perilaku konsumen, maka pengambilan keputusan konsumen (*consumer decision making*) dapat didefinisikan sebagai suatu proses dimana konsumen melakukan penilaian terhadap berbagai alternatif pilihan, dan memilih salah satu atau lebih alternatif yang diperlukan berdasarkan pertimbangan pertimbangan tertentu.

Pegambilan keputusan adalah suatu kelanjutan dari cara pemecahan masalah yang memiliki fungsi yang pertama, yaitu pangkal permulaan dari semua aktivitas manusia yang sadar dan terarah, baik secara individual maupun secara kelompok, baik secara institusional

maupun secara organisasional. Yang kedua, sesuatu yang bersifat futuristic, artinya bersangkutan paut dengan hari depan, masa yang akan datang, dimana efeknya atau pengaruhnya berlangsung cukup lama (Maski, 2010).

Menurut Olson (2013: 162) suatu keputusan mencakup suatu pilihan diantara dua atau lebih tindakan alternatif. Muanas (2014: 26) menyatakan bahwa pengambilan keputusan adalah suatu proses penilaian dan pemilihan dari berbagai alternatif sesuai dengan kepentingan-kepentingan tertentu dengan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan. Sedangkan menurut Kotler (2002: 234) keputusan merupakan sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah, mencari informasi, beberapa penilaian alternatif, membuat keputusan membeli dan perilaku setelah membeli yang dilalui oleh konsumen.

Pengertian Keputusan menabung sama dengan Pengertian keputusan pembelian yaitu merupakan hasil dari berbagai pilihan untuk menemukan solusi dan menilai pilihan-pilihan yang ada secara sistematis dan obyektif disertai dengan melihat keuntungan dan kerugiannya (Drummond, 2011). Dalam konsep jual-beli posisi bank adalah sebagai penjual dan sebaliknya posisi nasabah adalah sebagai konsumen (pembeli). Keputusan merupakan salah satu elemen penting dari perilaku nasabah di samping kegiatan fisik yang melibatkan nasabah dalam menilai, mendapatkan dan mempergunakan barang-barang serta jasa ekonomis.

Konsumen merupakan hal-hal yang mendasari untuk membuat suatu keputusan pembelian. Secara umum calon nasabah yang akan menabung tentu memilih bank yang dapat memberikan keuntungan dan kemudahan yang lebih. Setiap nasabah akan memperhatikan dan mempertimbangkan faktor-faktor tertentu untuk memutuskan menabung. Untuk itu dari pihak bank syariah harus dapat membaca dengan baik peluang ini serta dapat segera mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan nasabah secara mendasar. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh bank syariah adalah dengan membenahi pelayanannya demi menarik perhatian nasabah.

Bentuk pelayanan berupa kecepatan, tepat, sopan dan ramah akan membuat nasabah nyaman serta membentuk kepercayaan terhadap bank tersebut bahkan akan merekomendasikan kepada calon-calon nasabah lainnya. Ketertarikan calon nasabah terhadap jasa perbankan juga dapat berkaitan dengan atribut suatu bank, khususnya bank syariah. Seperti di ketahui bank syariah merupakan bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam.

#### B. Dimensi Keputusan Menabung

Kotler (2002) menyebutkan Dalam konsep jual beli, posisi bank merupakan pihak penjual dan nasabah sebagai pihak pembeli (konsumen). Dalam proses pembelian konsumen melewati tahapan-tahapan yang dikonseptualisasikan dalam lima model tahap proses membeli. Tahapan tersebut meliputi pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, penilaian

alternatif, keputusan membeli dan perilaku setelah membeli. Dalam penelitian ini yang lebih dimungkinkan adalah menggunakan 4 tahapan yang menjadi dimensi.

### C. Faktor Pengambilan Keputusan Menabung di Bank Syariah

Menurut Abdurahman (2015: 38) mengemukakan ada empat faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan:

#### 1. Faktor budaya

Budaya adalah kumpulan nilai dasar, persepsi, keinginan dan perilaku yang dipelajari oleh anggota masyarakat dan keluarga serta institusi penting lainnya. Faktor budaya terdiri atas budaya, subbudaya dan kelas sosial. Subbudaya adalah kelompok masyarakat yang berbagi sistem nilai berdasarkan pengalaman hidup dan situasi yang umum. Kelas sosial adalah pembagian yang relatif permanen dan berjenjang dalam masyarakat yang para anggotanya berbagi nilai minat dan perilaku yang sama.

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia diikuti dengan penambahan nasabah dalam menabung. Budaya menabung juga sudah ditanamkan sejak dini oleh sebagian besar masyarakat. Dengan adanya perkembangan perbankan syariah akan lebih mendorong masyarakat untuk menabung ditempat yang lebih aman serta dengan prinsip-prinsip syariah yang juga merupakan budaya dari mayoritas masyarakat yang beragama Islam.

## 2. Faktor sosial

Kelompok referensi adalah kelompok kecil dari konsumen misalnya teman kuliah, teman kerja, lingkungan tempat tinggal (tetangga). Faktor anggota keluarga juga turut memengaruhi seperti ayah, ibu, kakak, adik, dan sebagainya. Peranan konsumen dalam pembelian terdiri atas lima peran, yaitu sebagai pengguna (*user*), pembeli (*buyer*), pemberi (*inisiatif*), yang memengaruhi (*intervencer*), dan peran sebagai pengambil keputusan (*decider*).

Pemasaran merupakan upaya yang gencar dilakukan oleh setiap lembaga keuangan syariah untuk mendapatkan nasabah. Perkembangan teknologi dan banyaknya cara untuk memasarkan produk tabungan akan mempengaruhi masyarakat untuk memutuskan menabung di bank syariah.

## 3. Faktor pribadi

Faktor pribadi terdiri atas usia dan tahap siklus hidup pembeli, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri. Kebutuhan mendasar manusia saat ini salah satunya adalah uang, yang mana kebutuhan uang dalam jumlah yang besar untuk memenuhi keinginan maupun suatu hal dari seseorang yang belum mampu bisa dengan pinjaman bank. Disisi lain ketika seseorang yang memiliki kelebihan uang dapat menyimpan uang di bank syariah yang bertujuan untuk berjaga-jaga maupun hal-hal yang lain.

#### 4. Faktor Psikologi

Faktor psikologi terdiri dari motivasi, persepsi, kepercayaan, pembelajaran, dan sikap. Dengan tingkat keamanan yang dijamin oleh bank serta adanya suatu bagi hasil, membuat masyarakat memutuskan untuk memilih bank syariah sebagai tempat untuk menyimpan uang. Kepercayaan dan motivasi itulah yang mendorong adanya keputusan untuk menabung di bank syariah.

#### D. Keputusan Menabung di Bank Syariah dalam Perspektif Islam

Dalam penetapan pengambilan keputusan, kita harus memiliki pemikiran yang matang. Hal tersebut dapat dilakukan dengan dengan cara mengumpulkan informasi yang ada. Selain itu bisa juga dengan musyawarah bersama dengan orang-orang yang kita percaya. Sehingga dalam hal ini, keputusan yang diambilpun sesuai serta tidak hanya mengikuti hawa nafsu kita semata.

Firman Allah dalam Surat Yusuf ayat 80:

فَلَمَّا أَسْنَيْنَسُوا مِنْهُ خَلَصُوا نَجِيًّا قَالَ كَبِيرُهُمْ أَلَمْ تَعْلَمُوا أَنَّ أَبَاكُمْ قَدْ أَخَذَ عَلَيْكُمْ مَوْثِقًا مِنَ اللَّهِ وَمِنْ قَبْلُ مَا فَرَّطْتُمْ فِي يُوسُفَ فَلَنْ أَبْرَحَ الْأَرْضَ حَتَّىٰ يَأْذَنَ لِي أَبِي أَوْ يَحْكُمَ اللَّهُ لِي وَهُوَ خَيْرُ الْحَكِمِينَ

*“Maka tatkala mereka berputus asa dari pada (putusan) Yusuf mereka menyendiri sambil berunding dengan berbisik-bisik. Berkatalah yang tertua diantara mereka: "Tidakkah kamu ketahui bahwa sesungguhnya ayahmu telah mengambil janji dari kamu dengan nama Allah dan sebelum itu kamu telah menyia-nyiakan Yusuf. Sebab itu aku tidak akan meninggalkan negeri Mesir, sampai ayahku mengizinkan kepadaku (untuk kembali), atau Allah memberi keputusan terhadapku. Dan Dia adalah Hakim yang sebaik-baiknya".*

Dalam ayat di atas telah dijelaskan bahwa kita sebaiknya melakukan musyawarah dalam pengambilan suatu keputusan demi kebaikan bersama. Tak hanya orang yang memiliki otoritas tertinggi yang bisa melakukan pengambilan keputusan, namun lingkungan sekitar juga memiliki pengaruh dalam proses pengambilan keputusan. Sebagaimana Firman Allah dalam surat Al-Baqarah ayat 35-37:

قَالَ اللَّهُ تَعَالَى: وَقُلْنَا يَا آدَمُ اسْكُنْ أَنْتَ وَزَوْجُكَ الْجَنَّةَ وَكُلَا مِنْهَا رَغَدًا حَيْثُ شِئْتُمَا وَلَا تَقْرَبَا هَذِهِ الشَّجَرَةَ فَتَكُونَا مِنَ الظَّالِمِينَ {35} فَأَزَلَّهُمَا الشَّيْطَانُ عَنْهَا فَأَخْرَجَهُمَا مِمَّا كَانَا فِيهِ وَقُلْنَا اهْبِطُوا بَعْضُكُمْ لِبَعْضٍ عَدُوٌّ وَلَكُمْ فِي الْأَرْضِ مُسْتَقَرٌّ وَمَتَاعٌ إِلَى حِينٍ {36} فَتَلَقَى آدَمُ مِنْ رَبِّهِ كَلِمَاتٍ فَتَابَ عَلَيْهِ إِنَّهُ هُوَ التَّوَّابُ الرَّحِيمُ {37}

*“Dan Kami berfirman:”Hai Adam, diamilah oleh kamu dan isterimu surga ini, dan makanlah makanan-makanannya yang banyak lagi baik di mana saja yang kamu sukai, dan janganlah kamu dekati pohon ini, yang menyebabkan kamu termasuk orang-orang yang zalim. [35]. Lalu keduanya digelincirkan oleh syaitan dari surga itu dan dikeluarkan dari keadaan semula dan Kami berfirman:”Turunlah kamu! Sebahagian kamu menjadi musuh bagi yang lain, dan bagi kamu ada tempat kediaman di bumi, dan kesenangan hidup sampai waktu yang ditentukan”. [36]. Kemudian Adam menerima beberapa kalimat dari Rabb-nya, maka Allah menerima taubatnya. Sesungguhnya Allah Maha Penerima taubat lagi Maha Penyayang” [37].*

Sebagaimana peristiwa yang dijelaskan di ayat tersebut, kita harus mampu menghadapi sebuah pilhan dengan pemikiran yang matang dalam mengambil keputusan serta siap berkomitmen untuk bertanggung jawab atas keputusan yang diambil. Demikian tabungan syariah yang dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Agama islam mengajarkan

kepada para penganutnya untuk tidak berperilaku boros sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al-Isra ayat 26 yang berbunyi:

وَأْتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا

*“dan berikanlah haknya kepada kerabat dekat, juga kepada orang miskin dan orang yang berada dalam jalanan. Dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros”*.

Ayat ini mengajarkan kepada kita bahwa dalam membelanjakan harta tidaklah dibenarkan menggunakannya dengan berlebihan (boros). Harta yang dimiliki hanyalah titipan dan hendaknya dibelanjakan dengan jalan yang benar. Untuk meminimalisir kegunaan yang berlebih dianjurkan untuk menyimpan uangnya dan juga tidak lupa untuk mengelola dengan lebih baik. Menabung dengan aman dan juga sesuai prinsip syariah dapat dilakukan pada bank syariah.

### 2.3. Kerangka konseptual

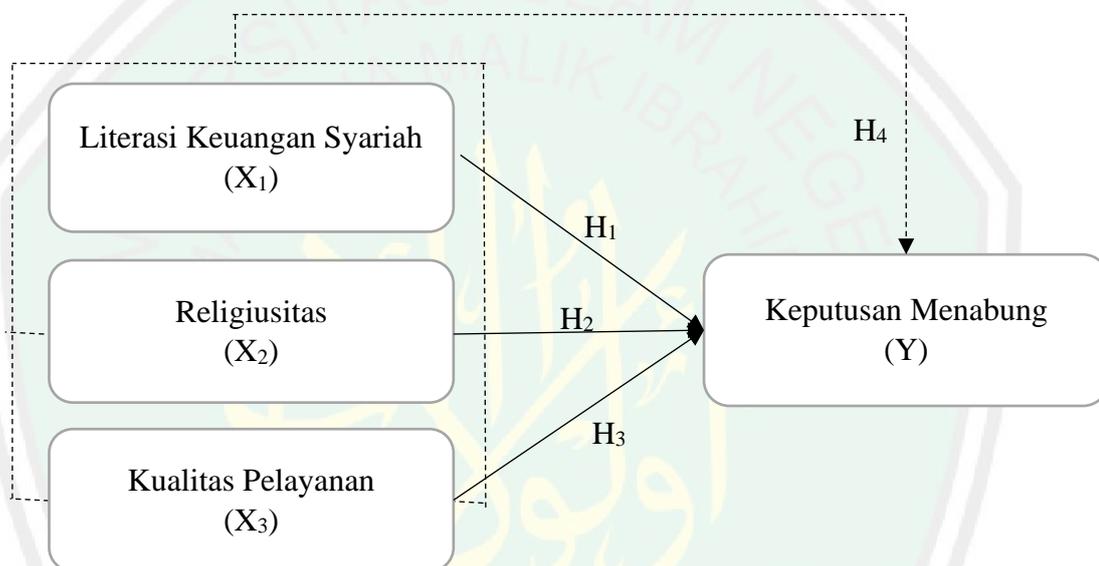
Kerangka konseptual adalah suatu gambar yang menjelaskan penelitian yang akan dilakukan. Dari gambar ini telah tergambar apa yang akan dikaji beserta dengan prosedur dalam penelitian. Kerangka konseptual memudahkan pembaca maupun yang terkait dengan penelitian ini lebih mudah dalam memahami alur dari penelitian karena berisikan tentang poin-poin alur berpikir dalam penelitian.

Aspek-aspek yang harus diperhatikan dalam membuat kerangka konseptual Menurut Sugiyono dalam (Iskandar, 2008) sebagai berikut:

1. Variabel-variabel yang digunakan untuk penelitian harus jelas.

2. Menjelaskan setiap hubungan dari variabel-variabel yang akan diteliti dengan dasar teori yang ada..
3. Penggambaran dalam bentuk diagram yang bertujuan untuk mempermudah pembaca dalam memahami jawaban yang dicari dalam penelitian.

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Konsep**



Sumber: Diolah oleh Peneliti

Keterangan:

—————▶ : Hubungan berpengaruh secara parsial

- - - - -▶ : Hubungan berpengaruh secara simultan

Dalam gambar 2.1 di atas, telah ditunjukkan bahwa literasi keuangan syariah yang menjadi variabel X1 berpengaruh dengan Variabel Y yakni Keputusan Menabung di Bank Syariah. Alur lain menjelaskan Religiusitas berpengaruh terhadap keputusan menabung dan sama dengan kualitas pelayanan yang juga berpengaruh terhadap keputusan menabung di bank

syariah. Alur yang ditunjukkan dengan panah putus-putus adalah keseluruhan variabel bebas yakni literasi keuangan syariah, religiusitas dan kualitas pelayanan secara simultan atau bersama-sama memiliki pengaruh terhadap keputusan menabung di bank syariah.

## **2.4. Hipotesis penelitian**

### **2.4.1. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah.**

Literasi keuangan syariah dapat disebut juga dengan melek keuangan syariah yang bermakna mengetahui secara gamblang dasar hukum keuangan syariah, mengetahui perbedaan antara bank syariah dengan bank konvensional dari berbagai aspek, dapat memberikan pengaruh terhadap sikap seseorang dalam mengambil keputusan dalam bidang keuangan sesuai syariat islam. Abdul Rahim, et,al. (2016) menjabarkan bahwa literasi keuangan syariah memiliki hubungan dengan kemampuan seseorang dalam mengaplikasikan pengetahuan mengenai keuangan, kemampuan dalam mengelola keuangan dengan hukum dan prinsip syariah. Teori ini didukung oleh penelitian terdahulu seperti yulianto (2017) dan Cahyanti (2018) yang menyatakan bahwa literasi keuangan syariah secara parsial berpengaruh terhadap keputusan menabung di bank syariah.

H1 : terdapat pengaruh antara tingkat literasi keuangan syariah terhadap keputusan menabung di bank syariah pada generasi milenial di Indonesia.

#### **2.4.2. Pengaruh religiusitas terhadap keputusan menabung di bank syariah.**

Pemahaman tentang suatu agama atau kepercayaan yang dianut oleh seseorang yang mengikat dengan hukum-hukum yang dibuat disebut religiusitas. Dalam agama islam, kaum muslim diikat dengan ketetapan dalam perintah maupun juga berbagai larangan yang terdapat dalam Kitab suci Alquran. Secara umum dan ideal, dengan baiknya pemahaman mengenai agama dan hukum yang melandasi aspek dalam pengambilan keputusan, maka semakin baik pula hasil dari suatu keputusan yang diambil. Sebaliknya jika pemahaman mengenai agama dari seseorang itu kurang baik atau lemah, maka hasil dari pengambilan keputusan juga kurang baik atau tidak maksimal. beberapa peneliti berpendapat mengenai religiusitas dan menyatakan sepakat adanya suatu pengaruh religiusitas terhadap keputusan menabung di Bank Syariah. Penelitian yang dilakukan oleh Utami dkk. (2014), Shofwa (2015) dan Iranati (2017) menyatakan bahwa tingkat religiusitas berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan maupun minat menabung .

Berdasarkan penelitian beberapa peneliti sebelumnya, maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

H2 : terdapat pengaruh antara religiusitas terhadap keputusan menabung di bank syariah pada Generasi Milenial di Indonesia.

### **2.4.3. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung di bank syariah.**

Kualitas pelayanan yang merupakan salah satu bentuk promosi terhadap pengguna jasa di perbankan syariah menjadi salah satu faktor yang mendorong nasabah untuk menggunakan produk di suatu bank syariah. seperti halnya penelitian yang dilakukan oleh Tyas dan Setiawan (2012) dan juga Susanto dkk. (2012) yang mendapatkan hasil mengenai adanya pengaruh dari faktor kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung seseorang.

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang ada, maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

H3: terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung di bank syariah pada Generasi Milenial di Indonesia

### **2.4.4. Pengaruh literasi keuangan syariah, religiusitas dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung di bank syariah.**

Literasi keuangan syariah atau dapat diartikan sebagai pengetahuan dan kemampuan mengelola keuangan secara syariah dengan mempertimbangkan hukum islam. Religiusitas dalam diri seseorang terfokus pada bagaimana seseorang itu beragama dan mengerti akan agama yang dianut. Hal-hal mengenai keuangan yang dilandasi hukum islam serta pertimbangan dalam mengambil keputusan untuk menabung merupakan bagian dari aspek yang ada dalam religiusitas dan menjadi faktor eksternal dalam pengambilan keputusan menabung. Disisi lain yakni kualitas pelayanan yang

dapat menciptakan respon atau *feedback* dari nasabah diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan dan juga kepuasan dalam pengambilan keuangan dalam pengelolaan keuangan di bank syariah.

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang ada, maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

H3 : terdapat pengaruh antara literasi keuangan syariah, religiusitas dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung Generasi Milenial di Indonesia.



## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **3.1. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif yakni proses menemukan suatu pengetahuan dengan menggunakan data berupa angka sebagai alat untuk menganalisis mengenai apa yang diteliti. Adapun pendekatannya menggunakan studi deskriptif. Deskriptif-kuantitatif merupakan penelitian menggunakan langkah statistik dan pengukuran yang menghasilkan temuan (Sujarweni 2015), atau metode untuk mengukur konsep-konsep tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel (Noor 2015).

### **3.2. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian merupakan lokasi dimana penelitian dilakukan. Dalam penelitian ini dilakukan di Indonesia dengan dilakukan pengumpulan data melalui media google form dengan teknik purposive sampling dan responden generasi milenial yang dominan adalah berasal dari Jawa Timur. Alasan pemilihan lokasi ini sebagai sasaran dikarenakan peneliti ingin mengetahui seberapa baik pemahaman generasi milenial di Indonesia mengenai literasi keuangan syariah, kualitas religiusitas, dan kualitas pelayanan dari bank syariah.

### **3.3. Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian adalah seluruh subjek penelitian yang dapat berupa orang, benda maupun sesuatu yang bisa diperoleh dan memberikan informasi. Populasi bisa disebut juga dengan keseluruhan objek

penelitian (Arifin, 2017). Populasi dari penelitian ini adalah generasi milenial yang memiliki rekening tabungan bank syariah. yang jumlahnya tidak diketahui dan dapat dikatakan dalam kategori tidak terhingga. Populasi tak terhingga yaitu populasi yang memiliki sumber data yang tidak dapat ditentukan batasannya secara kuantitatif. Oleh karena itu luas populasi bersifat tak terhingga dan hanya dapat dijelaskan secara kualitatif. Pengambilan populasi generasi milenial dengan pertimbangan jumlah penduduk yang termasuk dalam kategori generasi milenial dengan kelahiran tahun 1980 sampai dengan 1999.

Sampel merupakan sebagian untuk diambil dari keseluruhan objek yang diteliti dan dianggap mampu mewakili seluruh populasi (Notoatmodjo, 2003). Pada penelitian ini, nasabah yang menjadi sampel responden adalah nasabah yang dalam kualifikasi generasi milenial yang memiliki tabungan di bank syariah. Penentuan jumlah sampel yang representative menurut Hair et al. (1995 dalam Kiswati 2010) adalah tergantung pada jumlah indikator dikali 5 sampai 10. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah:

$$\text{Sampel} = \text{Jumlah indikator} \times 5$$

$$= 34 \times 5$$

$$= 170$$

Berdasarkan perhitungan diatas di dapat untuk sampel minimum menggunakan 170 sampel responden.

### **3.4. Teknik Pengambilan Sampel**

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *Purposive Sampling*. Sedangkan *Purposive Sampling* merupakan pengambilan sampel yang berdasarkan atas suatu pertimbangan tertentu seperti sifat-sifat populasi ataupun ciri-ciri yang sudah diketahui sebelumnya (Natoatmojo, 2010). Pelaksanaan *Purposive Sampling* dalam penelitian ini diberikan kepada generasi milenial yang memiliki rekening tabungan di bank syariah yang dijumpai peneliti melalui penelitian online.

### **3.5. Data dan Jenis Data**

Menurut Susetyo (2010) “data adalah bentuk jamak dari datum yang berarti banyak”. Data adalah kumpulan dari fakta, angka-angka atau keterangan yang mampu menjadi dasar untuk menarik suatu kesimpulan. Pembagian pada data dapat dibedakan dalam golongan yang berbeda-beda sudut pandangnya. Penelitian ini menggunakan jenis data primer yang merupakan jenis data yang diolah dan digali dari sumber utamanya, baik dalam data kuantitatif maupun data kualitatif (Teguh, 2005). Data dari penelitian ini yakni hasil dari kuisioer yang telah disebar kepada populasi, yakni generasi milenial yang memiliki rekening tanbungan syariah.

### **3.6. Teknik Pengumpulan Data**

#### **3.5.1. Teknik Pengumpulan Data**

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan menyebar kuisioer kepada generasi milenial yang telah ditentukan sebagai sampel penelitan. Instrumen penelitian dalam

penelitian ini yakni kuisisioner yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang dipersiapkan untuk menggali informasi yang dibutuhkan dari responden.

### 3.5.2. Uji Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan untuk mengolah, memperoleh dan menginterpretasikan suatu informasi yang didapat dari para responden, dilakukan dengan pola ukur yang sama. Instrumen pengumpul data dari penelitian yang dilakukan ini dengan menggunakan kuesioner, dengan menggunakan skala likert sebagai skala pengukuran instrumennya. Menurut Siregar (2013: 25) Skala Likert yang digunakan ini merupakan skala untuk mengukur pendapat, sikap, dan persepsi seseorang mengenai suatu objek atau fenomena tertentu..

Skala Likert yang digunakan ini membuat variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi dimensi, kemudian dijabarkan lagi menjadi indikator, dan dari indikator dijabarkan lagi menjadi sub-indikator yang dapat diukur. hasil yang ditunjukkan setiap item instrumen ini memiliki gradasi dari sangat positif sampai dengan sangat negatif menggunakan 5 alternatif jawaban masing-masing sebagai berikut:

Sangat Setuju (SS) = 5

Setuju (S) = 4

Netral (N) = 3

Tidak Setuju (TS) = 2

Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

### 3.7. Definisi Operasional Variabel

Operasional variabel dapat didefinisikan dengan batasan ruang lingkup variabel yang menjadi bahan sebuah penelitian, “mengubah konsep konsep yang berupa konstruk dengan kata-kata yang menggambarkan perilaku atau gejala yang dapat diamati dan yang dapat diuji dan ditentukan kebenarannya oleh orang lain”.

$X_1$  : Literasi Keuangan syariah

Literasi keuangan syariah bersangkutan dengan kemampuan seseorang untuk mengaplikasikan pengetahuan mengenai keuangan, kemampuan serta sikap untuk mengelola sumber keuangannya agar sesuai dengan ajaran islam (Abdul Rahim *et al.* 2016)

$X_2$  : Religiusitas

suatu sistem yang meliputi simbol, keyakinan, nilai, dan perilaku yang terporos terhadap suatu persoalan yang dihayati menjadi sebuah hal bermakna (*ultimate meaning*). (Glock & Stark, 1966).

$X_3$  : Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka peroleh (Parasuraman, *et al.*, 1988).

Y : Keputusan Menabung

Sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah, mencari informasi, beberapa penilaian alternatif,

membuat keputusan membeli dan perilaku setelah membeli yang dilalui konsumen (Kotler, 2002).

**Tabel 3.1**  
**Pengukuran Variabel**

Variabel	Indikator	Item
Literasi keuangan Syariah (X <sub>1</sub> )	1. Pengetahuan Keuangan Syariah	1. Pengetahuan tentang keuangan Syariah
		2. Mempelajari mengenai keuangan Syariah 3. Pengetahuan tentang produk pada lembaga keuangan syariah
	2. Kemampuan	4. Kemampuan dalam menggunakan sesuai akad-akad keuangan Syariah
	3. Sikap Keuangan Syariah	5. Pengambilan keputusan terhadap produk dan layanan jasa keuangansyariah secara hati-hati
	4. Kepercayaan	6. Kepercayaan terhadap lembaga dan produk keuangan Syariah
Religiusitas (X <sub>2</sub> )	1. Keyakinan (idiologis)	1. Keyakinan terhadap Tuhan 2. Keyakinan terhadap malaikat 3. Keyakinan terhadap Rasul/nabi 4. Keyakinan terhadap kitab allah 5. Keyakinan terhadap surga dan neraka 6. Keyakinan terhadap qodho dan qodar
	2. Praktik agama (ritualistik)	7. Melaksanakan shalat, puasa, haji dan ibadah lainnya ( bila berkemampuan)
	3. Pengalaman (eksperiensial)	8. Merasa semua tingkah laku akan dipertanggung jawabkan 9. Merasa tenang dan bahagia karena melakukan ibadah
	4. Pengetahuan (Intelektual)	10. mengetahui Hukum Islam dan pokok-pokok ajaran yang harus diimani dan dilaksanakan 11. Memahami kaidah-kaidah keilmuan ekonomi islam/perbankan syariah
	5. Konsekuensi	12. Suka menolong, berderma, menegakkan kebenaran dan keadilan . 13. Mematuhi serta menjalankan norma-norma islam dalam berbudaya, bermasyarakat,berpolitik,dan berekonomi (transaksi bisnis/perbankan) secara non riba.
Service Quality (X <sub>3</sub> )	1. Bukti langsung ( <i>tangibles</i> )	1. Peralatan dan teknologi yang sesuai perkembangan zaman 2. Desain produk yang menarik
	2. Keandalan ( <i>reliability</i> )	3. Kemampuan memecahkan permasalahan 4. Ketepatan pencatatan transaksi

	3. Daya tanggap ( <i>responsiveness</i> )	5. Kemampuan komunikasi 6. Kecepatan waktu pelayanan
	4. Jaminan ( <i>assurance</i> )	7. Keamanan saat transaksi 8. Pegawai melayani dengan jujur, sopan dan ramah
	5. Perhatian ( <i>emphaty</i> )	9. Hubungan yang baik dengan nasabah 10. Tanggapan terhadap saran dan keluhan
Keputusan Menabung (Y)	1. Identifikasi kebutuhan	1. Membutuhkan jasa bank 2. Bank syariah memberikan solusi atas kebutuhan saya
	2. Informasi	3. Mencari banyak informasi sebelum menabung di bank syariah
	3. evaluasi alternatif	4. mempertimbangkan kualitas pelayanan bank syariah dengan bank lain sebelum memutuskan menabung.
	4. keputusan	5. Saya merasa puas menabung di bank Syariah

Sumber: Diolah peneliti, 2020

### 3.8. Uji Validitas dan Reliabilitas

Dalam penelitian ini, agar kuesioner yang dibagikan kepada responden benar-benar dapat diukur maka kuesioner haruslah valid (sahih) dan andal. Sehingga peneliti kemudian akan melakukan pengujian validitas dan uji reliabilitas terhadap setiap pertanyaan dalam kuesioner agar data yang diperoleh dari jawaban responden apabila diolah tidak memberikan hasil yang sesat.

#### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur atau mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner (Siregar, 2013: 46). Kriteria yang dapat digunakan untuk mengetahui kuesioner yang digunakan sudah valid atau tidak yaitu :

- a. Jika koefisien korelasi product moment melebihi 0,3 (Azwar, 1992. Soegiyono, 1999).

- b. Jika koefisien korelasi product moment  $> r$ -tabel ( $\alpha ; n-2$ )  $n =$  Jumlah sampel
- c. Nilai Sig  $\leq \alpha$
- d. Taraf signifikan ( $\alpha$ ) = 5% atau 0,05.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. (Siregar, 2013: 56). Untuk menentukan apakah suatu instrumen penelitian *reliabel atau tidak* maka teknik yang dapat digunakan adalah teknik *Alpha Cronbach*. Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel dengan menggunakan *Alpha Cronbach* bila koefisien reliabilitas  $>0,60$ . (Ghozali, 2011: 48)

## 3.9. Analisis Data

### 3.8.1. Uji Asumsi Klasik

Setelah data terkumpul dengan lengkap dan benar. Langkah selanjutnya yakni dengan uji asumsi klasik yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pelanggaran asumsi klasik ekonometrika.

#### a) Uji Normalitas

Uji normalitas sampel atau menguji normal atau tidaknya sampel, tidak lain sebenarnya adalah mengadakan pengujian terhadap normal tidaknya sebaran data yang akan dianalisis (Arikunto, 2005: 301). Apabila data distribusi normal, berarti data tersebut dapat dipakai untuk salah satu syarat analisis regresi linear

yang nantinya digunakan untuk hipotesis. Langkah yang dilakukan dalam uji normalitas adalah dengan menggunakan *One sample Kolmogorov-Smirnow* dengan menggunakan taraf signifikan 0,05. Data dinyatakan berdistribusi normal jika taraf signifikansi  $> 0,05$  (Priyatno, 2008: 28).

b) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan pengujian apakah pada model regresi ditemukan adanya masalah di antara variabel independen. Jika terjadi kolerasi, maka terdapat masalah multikolinearitas. Model regresi yang baik adalah jika tidak terjadi kolerasi diantara variabel. Model regresi dinyatakan bebas multikolinearitas apabila *Tolerance Value* di atas angka 0,1 atau *Variance inflation (VIF)*  $< 10$  (Ghozali, 2001: 92). Dari penjelasan tersebut maka peneliti menyimpulkan bahwa jika nilai toleransi di bawah angka 0,1 atau  $VIF > 10$ , maka terjadi gejala multikolinearitas.

c) Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas merupakan pengujian apakah dalam sebuah model regresi terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas, sedangkan jika pengamatan berbeda disebut heteroskedastisitas (Ghozali, 2001: 105). Salah satu cara yang dilakukan untuk menguji ada/tidaknya heteroskedastisitas

adalah dengan metode Glesjer. Uji Glesjer ini dilakukan dengan dua tahap regresi berikut ini:

- a. Melakukan regresi tanpa memperhatikan gejala heteroskedastisitas, kemudian menentukan nilai absolute residual.
- b. Melakukan regresi dengan residual dari hasil tersebut sebagai variabel dependen. Regresi ini dilakukan satu persatu dengan masing-masing variabel independen.
- c. Apabila nilai thitung < ttabel , maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Sebaliknya jika thitung > ttabel , maka terjadi heteroskedastisitas.
- d. antara nilai absolut residual dengan variabel independen lebih dari 0,05.

### 3.8.2. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda dilakukan untuk menguji pengaruh simultan dari beberapa variabel bebas (independen) terhadap satu variabel terikat (Riduwan,2010). Rumus persamaan regresi dari hipotesis dalam penelitian ini adalah :

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

Keterangan :

Y = Keputusan menabung di Bank Syariah

a = Konstanta

b<sub>1</sub> = koefisien regresi variabel Literasi Keuangan Syariah

$b_2$  = koefisien regresi variabel Religiusitas

$X_1$  = Literasi Keuangan Syariah

$X_2$  = Religiusitas

$X_3$  = Kualitas Pelayanan

$e$  = eror

### 3.8.3. Uji Hipotesis

#### a. Uji Statistik (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menjelaskan variabel dependen (Ghozali, 2013: 99). Adapun langkah-langkah pengujian analisis regresi adalah sebagai berikut.

Pengujian X terhadap Y:

#### 1) Menentukan Hipotesis

$H_0$  : Artinya tidak terdapat pengaruh X terhadap Y

$H_a$  : Artinya terdapat pengaruh X terhadap Y

#### 2) Menentukan level significance ( $\alpha$ ) = 0,05

#### 3) Keputusan

$H_0$  Diterima jika probabilitas  $> 0,05$

$H_0$  Ditolak jika probabilitas  $< 0,05$

Nilai probabilitas diambil dari nilai signifikansi pada kolom *coefficien* di model regresi.

b. Uji Simultan (Uji f)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas (independen) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang nyata terhadap variabel tidak bebas (Priyatno, 2008: 73).

Dalam penelitian ini dilakukan dengan uji ANOVA atau F test dengan menggunakan analisis regresi. Langkah-langkah dalam Uji F yaitu (Sarwono, 2012: 223) :

- 1) Membuat hipotesis
- 2) Menghitung nilai F tabel dengan ketentuan nilai signifikan atau  $\alpha = < 0,05$ .
- 3) Menentukan kriteria berdasarkan ketentuan yang ada:
  - a) Jika F hitung ( $F_o$ )  $>$  F tabel,  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima
  - b) Jika F hitung ( $F_o$ )  $<$  F tabel,  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1. Hasil Penelitian

##### 4.1.1. Profil Umum Objek Penelitian

Generasi Milenial atau disebut juga dengan generasi Y menurut dikelompokkan melalui tahun kelahiran yakni antara tahun 1980 sampai dengan tahun 1999 (Lancaster & Stillman, 2002). Generasi Y ini mulai digunakan pada masa editorial koran besar Amerika Serikat pada Agustus 1993. Generasi yang banyak menggunakan teknologi komunikasi instan seperti email, SMS, *instant massaging*, dan media sosial seperti facebook dan twitter ini dapat disebut juga generasi yang tumbuh pada era *internet booming* (Lyon, 2004). Di era generasi ini pun, generasi milenial lebih terbuka dalam pandangan politik dan ekonomi, sehingga mereka terlihat sangat reaktif terhadap perubahan lingkungan yang terjadi di sekitarnya (Putra, 2016)

Ciri-ciri dari generasi milenial ini adalah karakteristik masing-masing individu yang berbeda-beda, didasari dimana dia dibesarkan, strata ekonomi, dan sosial keluarganya, pola komunikasinya sangat terbuka diandingkan dengan generasi sebelumnya, pemakai media sosial yang fanatik dan kehidupannya sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi, serta lebih terbuka dengan pandangan politik dan ekonomi, sehingga mereka terlihat reaktif terhadap suatu perubahan pada lingkungannya dan memiliki perhatian yang lebih terhadap kekayaan.

#### 4.1.2. Gambaran Umum Responden

Gambaran umum responden adalah gambaran secara keseluruhan mengenai karakteristik responden yang digunakan dalam penelitian. Dalam penelitian ini gambaran umum responden terbagi menjadi 4 kelompok yakni gambaran umum responden berdasarkan jenis kelamin, Tahun Lahir, Pekerjaan, dan Bank yang dipilih.

##### 4.1.2.1. Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin merupakan pembeda yang sangat mendasar dan dapat diketahui secara fisik. Jenis kelamin dapat mempengaruhi seseorang dalam berperilaku (Robb dan Sharpe, 2009). Secara umum gambaran umum responden berdasarkan jenis kelamin dapat diketahui lebih jelas dengan gambar berikut :

**Gambar 4. 1**  
**Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**



Sumber: diolah peneliti, 2020

Dari gambar 4.1 di atas, dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini mayoritas berjenis kelamin perempuan dengan masing-masing sebanyak 100 responden (58,82%) berjenis kelamin perempuan dan 70 responden (41,18%) berjenis kelamin laki-laki. Dengan demikian berjenis kelamin perempuan memiliki tingkat keputusan yang lebih tinggi untuk menabung di bank syariah dari pada berjenis kelamin laki-laki.

#### 4.1.2.2. Gambaran Responden Berdasarkan Tahun Kelahiran

Tahun Kelahiran yang bagi dengan ratio 5 tahun dengan batas dari tahun lahir generasi milenial menjadi penting dalam penelitian ini karena dalam masing-masing ratio tahun kelahiran memiliki pola pikir yang berbeda sehingga output yang dihasilkan dalam pemahaman mengenai keputusan menabung juga bisa jadi berbeda. Sebaran responden berdasarkan tahun kelahiran dapat dilihat pada gambar berikut :

**Gambar 4. 2**  
**Gambaran Responden Berdasarkan Tahun Kelahiran**



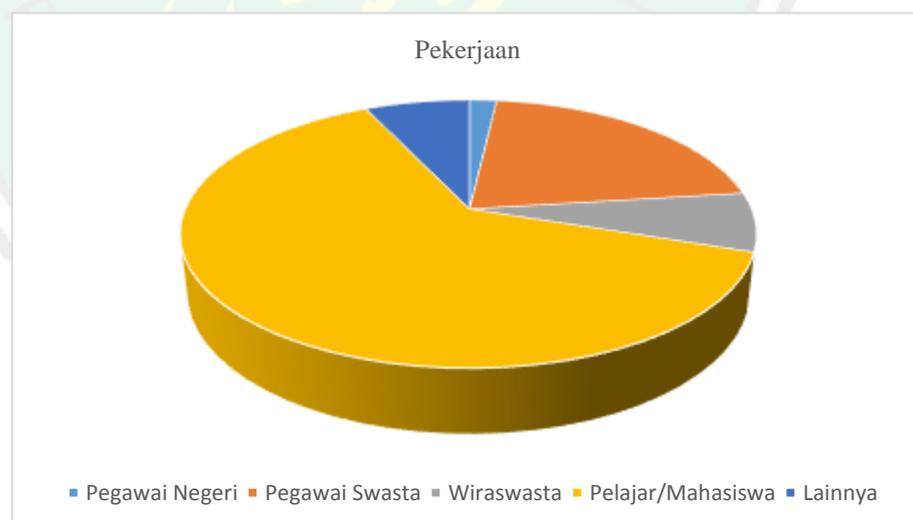
Sumber: diolah peneliti, 2020

Berdasarkan gambar 4.2 diatas, dapat disimpulkan bahwa responden yang dominan adalah generasi milenial yang lahir diantara tahun 1996 sampai dengan 1999 sebesar 72,9%. Pada responden dengan kelahiran tahun 1991–1995 memiliki nilai 11,2 % dan 8,2% untuk responden kelahiran tahun 1986–1990. Responden dengan kelahiran 1980–1985 memiliki nilai presentase terkecil yakni 7,6% dari keseluruhan responden.

#### 4.1.2.3. Gambaran Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan merupakan salah satu faktor yang dapat digunakan untuk menentukan tingkat pendapatan dan kebutuhan dalam mengelola keuangan dengan menabung di Bank Syariah. Untuk melihat gambaran umum responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada gambar berikut:

**Gambar 4.3**  
**Gambaran Responden Berdasarkan Pekerjaan**



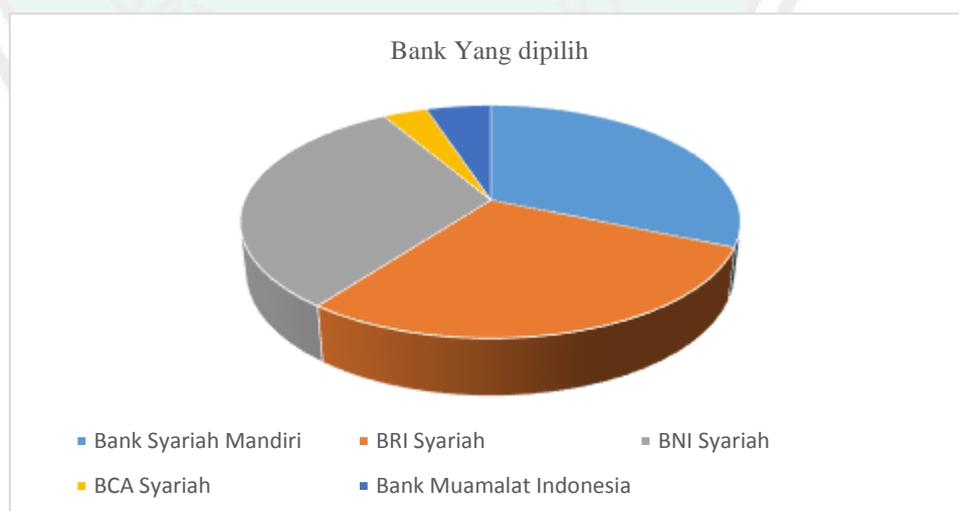
Sumber: diolah peneliti, 2020

Pada gambar 4.3 diatas diketahui nilai responden dengan pekerjaan sebagai Pegawai Negeri sebesar 1,8%, Pegawai Swasta 21,20%, Wiraswasta 7,1%, Pelajar/mahasiswa 62,9% dan pekerjaan Lainnya memiliki nilai 7%. Dengan demikian responden yang memutuskan untuk menabung di bank syariah kebanyakan adalah pelajar/mahasiswa.

#### 4.1.2.4. Gambaran Responden Berdasarkan Bank yang Dipilih

Indonesia memiliki 14 Bank umum syariah yang mana setiap bank memiliki SOP dan pelayanan yang berbeda-beda, produk yang berbeda juga serta banyak hal yang berbeda secara oprasional maupun fasilitas. Hal itu sangat menentukan keputusan nasabah untuk memilih menabung di bank tersebut. Responden pada penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut bank yang menjadi pilihannya.

**Gambar 4.4**  
**Gambaran Responden Berdasarkan Bank yang Dipilih**



Sumber: diolah peneliti, 2020

Pada gambar 4.4 dapat dijelaskan bahwa Bank yang dipilih oleh responden terbanyak adalah Bank Syariah Mandiri dan BNI Syariah dengan nilai 31,4%. BRI Syariah dengan presentasi 28,8%, BCA Syariah 3,4% dan Bank muamalat sebesar 5% dalam akumulasi responden. Dengan demikian Bank Syariah Mandiri dan BNI Syariah menjadi bank yang paling banyak menjadi pilihan nasabah dalam menabung.

#### 4.1.2.5. Rata-rata data kuesioner responden

Hasil Pengumpulan data berupa nilai yang di dapat dari kuesioner yang diisi oleh responden menunjukkan angka-angka yang menjelaskan data yang didapat oleh peneliti. Untuk mengetahui lebih jelas mengenai rata-rata data dari responden ditunjukkan pada tabel berikut:

**Tabel 4.1**  
**Rata-rata data responden**

No	Variabel	Item	Rata-rata
1	Literasi Keuangan Syariah	L1	3,95882
2		L2	3,59412
3		L3	3,61176
4		L4	4,07647
5		L5	3,84706
6		L6	4,07647
7	Religiusitas	R1	4,676471
8		R2	4,794118

9		R3	4,517647
10		R4	4,758824
11		R5	4,329412
12		R6	4,511765
13		R7	4,435294
14		R8	4,635294
15		R9	3,711765
16		R10	3,635294
17		R11	4,164706
18		R12	4,358824
19		R13	4,147059
20	Kualitas Pelayanan	KP1	3,858824
21		KP2	4,364706
22		KP3	4,135294
23		KP4	4,047059
24		KP5	4,005882
25		KP6	4,5
26		KP7	4,064706
27		KP8	4,288235
28		KP9	4,182353
29		KP10	3,805882
30	Keputusan Menabung	KM1	4,141176
31		KM2	3,970588
32		KM3	4,147059

33		KM4	3,694118
34		KM5	4,147059

Sumber: diolah oleh peneliti, 2020

Dari tabel 4.1 diatas pada variabel literasi keuangan syariah menunjukkan rata-rata tertinggi nilai responden adalah pada item L4 dan L6 yang berarti bahwa responden sangat baik dalam mengetahui perbedaan bank syariah dengan bank konvensional serta berhati-hati sebelum memilih suatu produk yang sesuai hukum syariah. Selain itu, nilai rata-rata terendah pada item L2 yang menunjukkan responden belum mempelajari tentang keuangan syariah secara mendalam

Pada variabel religiusitas yang mana hasil menunjukkan rata-rata data tertinggi pada item R2 dan terendah pada R10, hal ini menunjukkan bahwa tingkat keyakinan dari responden kepada Allah sangat tinggi, sedangkan dalam membaca buku-buku tentang agama islam responden masih rendah. Dengan rendahnya nilai membaca buku-buku agama dari responden dapat berpengaruh pada tingkat pengetahuan mengenai hukum-hukum mengenai agama termasuk juga keuangan syariah.

Rata-rata tertinggi data pada variabel kualitas pelayanan terdapat pada item KP6 dan yang terendah pada item KP10. Responden menganggap bahwa komunikasi yang diberikan oleh bank syariah sudah sangat baik tetapi dalam pemenuhan kebutuhan pelanggan secara spesifik masih rendah. Sedangkan

pada variabel keputusan menabung ditunjukkan bahwa rata-rata tertinggi pada item KM1 dan KM3 yang menunjukkan responden menabung di bank syariah karena keinginan dan kebutuhan serta informasi yang didapat mengenai bank syariah berasal dari faktor-faktor pemasaran bank.

### 4.1.3. Uji Instrumen

#### 4.1.3.1. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau keshahihan sesuatu instrument. Tolak ukur yang digunakan dalam uji validitas pearson adalah dengan melihat nilai r-hitung pada masing-masing item. Item yang memiliki tingkat r-hitung lebih dari 0,1506 ( $> 0,1506$ ) maka dikatakan valid. Sebaliknya, item yang memiliki nilai r-hitung yang kurang dari 0,1506 ( $< 0,1506$ ) maka dikatakan tidak valid.

**Tabel 4.2**  
**Ringkasan Uji Validitas Pearson**

No	Variabel	Item	$r_{hitung}$	Keterangan Valid
1	Literasi Keuangan Syariah	L1	0,520	VALID
2		L2	0,507	VALID
3		L3	0,752	VALID
4		L4	0,767	VALID
5		L5	0,730	VALID
6		L6	0,624	VALID
7	Religiusitas	R1	0,676	VALID
8		R2	0,705	VALID

9		R3	0,724	VALID
10		R4	0,584	VALID
11		R5	0,689	VALID
12		R6	0,708	VALID
13		R7	0,699	VALID
14		R8	0,698	VALID
15		R9	0,621	VALID
16		R10	0,550	VALID
17		R11	0,585	VALID
18		R12	0,596	VALID
19		R13	0,583	VALID
20	Kualitas Pelayanan	KP1	0,700	VALID
21		KP2	0,774	VALID
22		KP3	0,789	VALID
23		KP4	0,797	VALID
24		KP5	0,808	VALID
25		KP6	0,835	VALID
26		KP7	0,813	VALID
27		KP8	0,765	VALID
28		KP9	0,794	VALID
29		KP10	0,588	VALID
30	Keputusan Menabung	KM1	0,796	VALID
31		KM2	0,825	VALID
32		KM3	0,614	VALID
33		KM4	0,743	VALID
34		KM5	0,842	VALID

Sumber: diolah peneliti, 2020

Berdasarkan tabel 4.2. diatas dapat diketahui bahwa baik variabel independen (literasi keuangan, religiusitas dan kualitas pelayanan) dan variabel dependen (keputusan menabung)

memiliki nilai  $r$ -hitung lebih dari 0,1506 ( $>0,1506$ ). Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa item pertanyaan tersebut diatas dinyatakan valid.

#### 4.1.3.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu uji yang digunakan untuk mengukur tingkat reliabilitas atau kehandalah atas jawaban seseorang terhadap pertanyaan apakah konsisten dari satu waktu ke waktu. Tolak ukur yang digunakan adalah dengan melihat nilai dari Cronbach's Alpha. Jika nilai Cronbach's Alpha kurang dari 0,6 ( $<0,6$ ) maka item tersebut tidak reliabel. Dan sebaliknya jika nilai dari Cronbach's Alpha lebih dari 0,6 ( $>0,6$ ) maka item tersebut dapat dinyatakan reliabel.

**Tabel 4.3**  
**Ringkasan Uji Reliabilitas**

No	Variabel	Item	Cronbach's Alpha	Keterangan Reliabel
1	Literasi Keuangan Syariah	L1	0,719	RELIABEL
2		L2	0,756	RELIABEL
3		L3	0,621	RELIABEL
4		L4	0,615	RELIABEL
5		L5	0,631	RELIABEL
6		L6	0,669	RELIABEL
7	Religiusitas	R1	0,861	RELIABEL
8		R2	0,861	RELIABEL
9		R3	0,858	RELIABEL
10		R4	0,866	RELIABEL
11		R5	0,861	RELIABEL

12		R6	0,859	RELIABEL
13		R7	0,860	RELIABEL
14		R8	0,860	RELIABEL
15		R9	0,874	RELIABEL
16		R10	0,871	RELIABEL
17		R11	0,867	RELIABEL
18		R12	0,866	RELIABEL
19		R13	0,869	RELIABEL
20	Kualitas Pelayanan	KP1	0,918	RELIABEL
21		KP2	0,911	RELIABEL
22		KP3	0,910	RELIABEL
23		KP4	0,909	RELIABEL
24		KP5	0,909	RELIABEL
25		KP6	0,907	RELIABEL
26		KP7	0,908	RELIABEL
27		KP8	0,911	RELIABEL
28		KP9	0,910	RELIABEL
29		KP10	0,923	RELIABEL
30	Keputusan Menabung	KM1	0,771	RELIABEL
31		KM2	0,757	RELIABEL
32		KM3	0,840	RELIABEL
33		KM4	0,799	RELIABEL
34		KM5	0,749	RELIABEL

Sumber: diolah peneliti, 2020

Berdasarkan tabel 4.3 diatas datat diketahui niai dari Cronbach"s Alpha pada asing masing variabel menunjukkan angka ebih dari 0,6. Dengan ini, dapat disimpulkan bahwa item pada masing-masing variabel dapat dinyatakan reliabel atau konsisten dan dapat digunakan instrument penelitian.

#### 4.1.4. Uji Asumsi Klasik

##### 4.1.4.1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah suatu uji yang digunakan untuk menguji kenormalan distribusi sebelum melakukan uji hipotesis. Dalam normalitas ada beberapa persyaratan yang harus terpenuhi. Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas adalah jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka data penelitian berdistribusi normal. Maka sebaliknya, jika nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka data penelitian tidak berdistribusi normal.

**Tabel 4.4**  
**Uji Normalitas**

	Unstandardized Residual
N	170
Kolmogorov-Smirnov Z	,704
Asymp. Sig. (2-tailed)	,705

Sumber: diolah peneliti, 2020

Berdasarkan tabel 4.4 diatas, nilai signifikansi tertera 0,704. Nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05. Maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan pada uji normalitas dapat ditarik kesimpulan bahwa data yang diperoleh dalam penelitian ini berdistribusi normal.

##### 4.1.4.2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas adalah pengujian yang bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi

(hubungan kuat) antar variabel bebas atau variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel bebas atau tidak terjadi gejala multikolinieritas. Dasar pengambilan keputusan pada uji multikolinieritas adalah:

1. Jika nilai tolerance lebih besar dari 0,10 maka tidak terjadi gejala multikolinieritas
2. Jika nilai VIF < 10,00 maka artinya tidak terjadi multikolinieritas.

**Tabel 4.5**  
**Uji Multikolinieritas**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X <sub>1</sub>	,785	1,274
	X <sub>2</sub>	,795	1,258
	X <sub>3</sub>	,723	1,382

Sumber: diolah peneliti, 2020

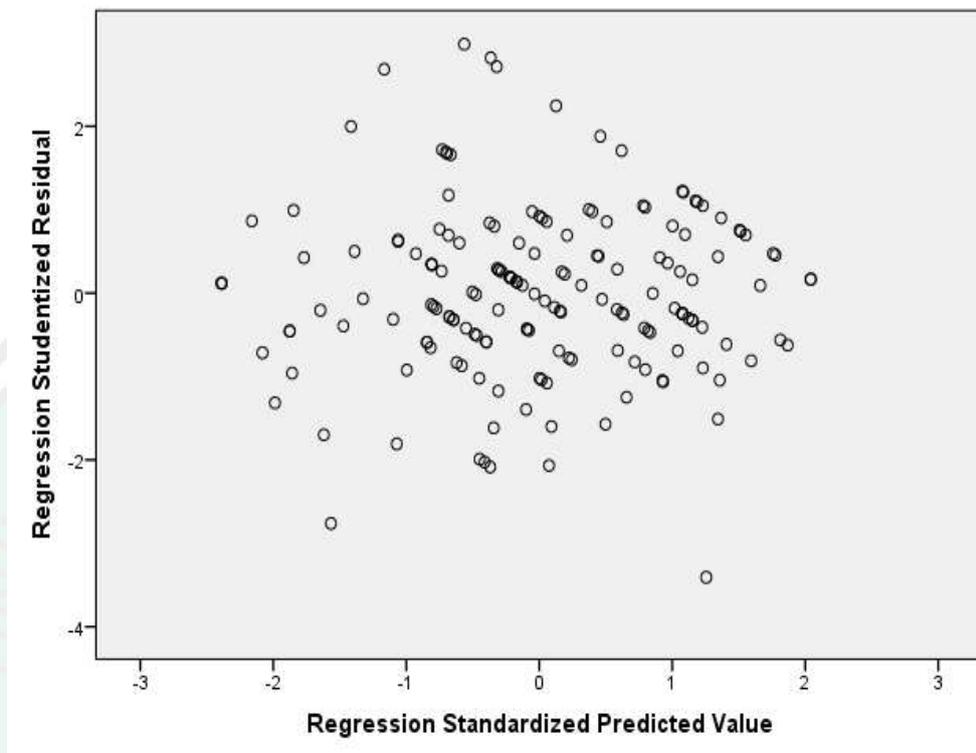
Berdasarkan tabel 4.5 di atas dapat diperoleh informasi bahwa nilai tolerance pada model penelitian ini menunjukkan angka 0,785, 0,795 dan 0,723. Dengan demikian, dilihat dari syarat nilai tolerance maka model penelitian ini bebas dari gejala multikolinieritas. Sedangkan angka VIF menunjukkan angka 1,274, 1,258 dan 1,382. Menurut pedoman pengambilan keputusan gejala multikolinieritas terjadi jika angka VIF lebih dari 10,00 maka syarat bebas multikolinieritas terpenuhi.

#### 4.1.4.3. Uji Heterokedastisitas (Uji Glejser)

Uji heteroskedastisitas adalah uji yang bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* (variasi) dari nilai residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dasar pengambilan keputusan untuk uji heteroskedastisitas adalah dengan melihat bentuk *plots* yang terbentuk. Dasar pengambilan keputusan uji heteroskedastisitas adalah:

- a. Jika pada grafik *scatter plot* terlihat titik-titik yang membentuk pola tertentu, yang teratur (misal bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka dapat disimpulkan telah terjadi masalah Heteroskedastisitas.
- b. Jika pada grafik *scatter plot*, titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y serta tidak membentuk pola tertentu yang teratur (misal bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka dapat disimpulkan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas (*variance* sama / Homoskedastisitas).

**Gambar 4.5**  
**Uji Heterokedastisitas (Uji Glejser)**



Sumber: diolah peneliti, 2020

Berdasarkan gambar 4.5 di atas dapat diperoleh informasi bahwa titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y serta tidak membentuk pola tertentu yang teratur. Hal ini sesuai dengan dasar keputusan pada uji heteroskedastisitas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model penelitian pada model regresi ini bebas gejala heteroskedastisitas.

#### 4.1.4.4. Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah uji yang bertujuan untuk menguji apakah model regresi linier terdapat korelasi antara kesalahan

pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya. Dasar pengambilan keputusan pada uji autokorelasi adalah :

1. Jika  $d$  (durbin Watson) lebih kecil dari  $dL$  atau lebih besar dari  $(4-dL)$  maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terjadi autokorelasi.
2. Jika  $d$  (durbin Watson) terletak antara  $dU$  dan  $(4-dU)$ , maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak terjadi autokorelasi.
3. Jika  $d$  (durbin Watson) terletak antara  $dL$  dan  $dU$  atau diantara  $(4dU)$  dan  $(4-dL)$ , maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

**Tabel 4.1**  
**Uji Autokolerasi**

Model	Durbin-Watson
1	2,193 <sup>a</sup>

Sumber: diolah peneliti, 2020

Berdasarkan tabel 4.6 di atas dapat membeikan informasi bahwa nilai durbin Watson pada model regresi adalah 2,193. Selanjutnya nilai ini akan dbandingkan dengan nilai tabel durbin Watson pada signifikansi 0,05. Adapun jumlah variabel independen adalah 3 atau  $k-3$ , sementara jumlah sampel adalah 170 atau “N” 170, maka  $(k;N)$  (3;170). Pada tabel durbin Watson diketahui nilai  $dL$  adalah 1,713 dan  $dU$  1,785. Nilai durbin Watson sebesar 2,193 lebih besar dari batas  $dU$  yakni 1,785 dan kurang dari  $(4-dU)$   $4-1,785 = 2,215$ . Maka sebagaimana dasar

pengambilan keputusan pada uji autokorelasi di atas, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah autokorelasi.

#### 4.1.5. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi merupakan suatu metode atau teknik analisis hipotesis penelitian untuk menguji ada atau tidaknya pengaruh antara variabel satu dengan variabel yang lainnya dan dinyatakan dalam bentuk persamaan matematis (regresi). Analisis regresi linier berganda berfungsi untuk mencari pengaruh antara dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen

**Tabel 4.2**  
**Analisis Regresi Linier Berganda**

Model	R Square	Std. Error of the Estimate
1	,541	2,076

Sumber: diolah peneliti, 2020

Dalam tabel tersebut dapat diketahui dari uji determinasi model analisis regresi ini memiliki nilai R Square sebanyak 0,541. Yang artinya secara simultan (bersama-sama) variabel literasi keuangan dan religiusitas berpengaruh terhadap variabel keputusan menabung di bank syariah sebanyak 54,1%. Sedangkan sisanya yakni 45,9 dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini. Standart error of estimate (SEE) dalam model regresi ini adalah 2,076. Semakin kecil nilai SEE maka model regresi yang terbentuk akan semakin tepat dalam memprediksi variabel dependen.

Dalam suatu penentuan model regresi diperlukan rumus matematis untuk dapat memprediksi model regresi yang baik. Dalam penentuan rumus matematis dapat diketahui dalam uji regresi berganda berikut :

**Tabel 4.3**  
**Uji Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	
(Constant)	-,087	1,806	,962
X1	,167	,053	,002
X2	,044	,033	,181
X3	,338	,035	,000

Sumber: diolah peneliti, 2020

Berdasarkan tabel 4.7 di atas dapat diketahui bahwa hasil uji regresi linier berganda menghasikan nilai matematis uji regresi sebagai berikut :

$$Y = (-0,087) + 0,167X_1 + 0,044X_2 + 0,338X_3$$

Keterangan:

Y : Keputusan Menabung

X<sub>1</sub> : Literasi Keuangan Syariah

X<sub>2</sub> : Religiusitas

X<sub>3</sub> : Kualitas layanan

Dari persamaan di atas dapat diperoleh pemahaman bahwa :

- a. Konstanta (a) = -0,087

Artinya : apabila literasi keuangan syariah ( $X_1$ ), religiusitas ( $X_2$ ) dan Kualitas Layanan ( $X_3$ ) sama dengan nol (tidak ada perubahan), maka keputusan menabung di bank syariah ( $Y$ ) sebesar -0,087.

- b. Koefisien Regresi Literasi Keuangan Syariah ( $X_1$ ) = +0,167

Artinya : koefisien regresi positif (searah) sebesar 0,167. Jika tingkat literasi keuangan meningkat satu satuan, maka keputusan menabung di bank syariah oleh generasi milenial ( $Y$ ) juga akan meningkat sebesar 0,167.

- c. Koefisien Regresi Religiusitas ( $X_2$ ) = +0,044

Artinya : koefisien regresi positif (searah) sebesar 0,044. Jika tingkat religiusitas meningkat satu satuan, maka keputusan menabung di bank syariah generasi milenial ( $Y$ ) juga akan meningkat sebesar 0,044.

- d. Koefisien Regresi Kualitas Layanan ( $X_3$ ) = +0,388

Artinya : koefisien regresi positif (searah) sebesar 0,388. Jika tingkat religiusitas meningkat satu satuan, maka keputusan menabung di bank syariah generasi milenial ( $Y$ ) juga akan meningkat sebesar 0,388.

#### 4.1.6. Uji Hipotesis

##### 4.1.6.1. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial adalah suatu uji dalam analisis regresi untuk dapat melihat apakah secara mandiri variabel-variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya. Dalam uji parsial ini peneliti akan menguji pengaruh variabel literasi keuangan terhadap keputusan menabung di bank syariah dan variabel

religiusitas terhadap keputusan menabung di bank syariah. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini

**Tabel 4.8**  
**Uji Parsial (Uji t)**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-,087	1,806		-,048	,962
I	,167	,053	,187	3,150	,002
R	,044	,033	,079	1,344	,181
KP	,338	,035	,595	9,622	,000

Sumber: diolah peneliti, 2020

Untuk menguji pengaruh masing-masing variabel secara parsial dapat dilakukan dengan melakukan uji t. berdasarkan tabel 4.8 di atas maka hasil dari uji t dapat diringkas sebagai berikut :

1. Diketahui uji t terhadap variabel literasi keuangan syariah ( $X_1$ ) memiliki  $t_{hitung}$  sebesar 3,150 dengan derajat signifikansi  $t$  0,002. Karena derajat signifikansi  $t$  lebih kecil dari 0,05, maka kesimpulan yang didapatkan adalah bahwa secara parsial variabel literasi keuangan ( $X_1$ ) memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan menabung di bank syariah ( $Y$ ).
2. Diketahui uji t terhadap variabel religiusitas ( $X_2$ ) memiliki  $t_{hitung}$  sebesar 1,344 dengan derajat signifikansi  $t$  0,181. Karena derajat signifikansi  $t$  lebih besar dari 0,05, maka kesimpulan yang didapatkan adalah bahwa secara parsial

variabel religiusitas ( $X_2$ ) tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan menabung di bank syariah (Y).

3. Diketahui uji t terhadap variabel kualitas layanan ( $X_3$ ) memiliki  $t_{hitung}$  sebesar 9,622 dengan derajat signifikansi t 0,000 Karena derajat signifikansi t lebih kecil dari 0,05, maka kesimpulan yang didapatkan adalah bahwa secara parsial variabel Kualitas pelayanan ( $X_3$ ) memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan menabung di bank syariah (Y).

#### 4.1.6.2. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan adalah suatu uji dalam analisis regresi yang berfungsi untuk melihat apakah terdapat pengaruh pada variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Dalam penelitian ini variabel bebas yang diuji adalah variabel literasi keuangan syariah, religiusitas dan kualitas pelayanan terhadap variabel terikatnya yakni keputusan menabung di bank syariah. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 4.9**

**Uji Simultan (Uji F)**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	844,022	3	281,341	65,293	,000 <sup>b</sup>

Sumber: diolah peneliti, 2020

Berdasarkan tabel 4.9 di atas, dapat diketahui uji  $f$  menunjukkan bahwa nilai  $f$ -hitung sebesar 65,293 dengan tingkat signifikansi ( $\text{sig}$ ) sebesar 0,000. Angka tersebut lebih kecil jika dibandingkan dengan derajat signifikansi 0,05. Dengan demikian maka variabel bebas yang terdiri dari variabel literasi keuangan, religiusitas dan kualitas pelayanan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan menabung di bank syariah.

#### **4.2. Pembahasan**

Pembahasan dalam penelitian ini bersumber dari paparan teori yang telah dikemukakan oleh peneliti pada bab yang ada sebelumnya. Hasil dari penelitian ini bersumber melalui data-data yang diperoleh dari lapangan secara langsung. Dalam pembahasan ini peneliti akan menjabarkan sejumlah teori yang dipadukan dengan keadaan sebenarnya di lapangan sebagai jawaban atas rumusan hipotesis yang telah di sampaikan.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah terdapat pengaruh antara variabel literasi keuangan, religiusitas dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung di bank syariah pada generasi milenial. Berdasarkan teori dan tinjauan lapangan dengan pembagian angket atau kuesioner maka hasil penelitian akan dipaparkan secara mendetail pada sub bab selanjutnya.

##### **4.2.1. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah Secara Parsial**

Variabel literasi keuangan ( $X_1$ ) memiliki  $t_{\text{hitung}}$  sebesar 3,150 lebih besar dari pada tabel yakni 1,654 dan arah koefisiennya positif serta derajat

signifikansi kurang dari 0,05. maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel literasi keuangan ( $X_1$ ) memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap keputusan menabung di bank syariah yang dilakukan pada generasi milenial. Hasil dari perhitungan statistik tersebut memberikan penjelasan bahwa tingkat literasi keuangan syariah yang dimiliki oleh generasi milenial mampu memberikan pengaruh terhadap keputusan menabung di bank syariah. Dengan demikian, semakin besar tingkat literasi keuangan syariah yang dimiliki generasi milenial maka akan semakin kuat pula pengaruhnya terhadap keputusan menabung di bank syariah. .

Literasi keuangan memberikan pemahaman lebih tentang cara pengelolaan keuangan yang baik sehingga tujuan untuk mencapai kesejahteraan mampu terpenuhi. Dalam penelitian ini generasi milenial tingkat responden dalam menguasai dan memahami literasi keuangan syariah cukup tinggi atau bisa disebut baik. Dari hasil tersebut dapat disebutkan baiknya literasi keuangan generasi milenial, meningkatkan keputusan menabung di bank syariah.

Literasi keuangan syariah memberikan pemahaman lebih tentang cara pengelolaan keuangan yang baik dan benar untuk mencapai kesejahteraan mampu terpenuhi dengan landasan prinsip syariah. Dalam alquran surat Al-Mujadalah ayat 11 Allah berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا قِيلَ لَكُمْ تَفَسَّحُوا فِي الْمَجَالِسِ فَافْسَحُوا يَفْسَحِ اللَّهُ لَكُمْ ۗ وَإِذَا قِيلَ  
 انشُرُوا فَاَنْشُرُوا يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ ۗ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ

*“Hai orang-orang beriman apabila dikatakan kepadamu: "Berlapang-lapanglah dalam majlis", maka lapangkanlah niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. Dan apabila dikatakan: "Berdirilah kamu", maka berdirilah, niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. Dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan”.*

Dari ayat diatas dalam tafsir Syaikh Muhammad bin Shalih asy-Syawi menunjukkan keutamaan sebuah ilmu. Hasil dari sebuah ilmu dapat menimbulkan adab yang baik dalam melaksanakan ilmu-ilmu tersebut. Berperilaku yang baik merupakan bagian dari ilmu dan iman. Dengan meningkatkan literasi keuangan syariah akan menimbulkan sikap yang baik dalam mengelola keuangan. Landasan ilmu keuangan syariah menjadi acuan dalam setiap transaksi dalam proses mendapatkan hingga menggunakan uang.

#### **4.2.2. Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah Secara Parsial**

Berdasarkan hasil uji statistik variabel religiusitas ( $X_2$ ) memiliki  $t_{hitung}$  sebesar 1,344 lebih kecil dari  $t_{tabel}$  yakni 1,654 dengan derajat signifikansi  $t$  0,243. Karena derajat signifikansi  $t$  lebih besar dari 0,05, maka kesimpulan yang didapatkan adalah bahwa tingkat religiusitas tidak berpengaruh terhadap keputusan menabung di bank syariah pada generasi milenial. Hasil perhitungan tersebut memberikan pengertian bahwa tingkat religiusitas tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan menabung di bank syariah. Dalam artian pengambilan keputusan menabung di bank syariah yang dilakukan oleh generasi milenial tidak didasarkan pada tingkat religiusitas

yang dimiliki. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fauzia (2019) yang mengungkapkan religiusitas tidak berpengaruh terhadap suatu keputusan nasabah. Hal ini sangat bisa terjadi karena dengan tingkat religiusitas yang tinggi seseorang tetapi tidak memiliki uang untuk ditabung, keputusan menabung tidak bisa terpenuhi. Pernyataan lain didukung pula oleh penelitian dari Nugroho (2014) yang dalam penelitiannya menjelaskan bahwa faktanya, mayoritas nasabah perbankan syariah adalah “nasabah mengambang” yakni mereka yang mengutamakan motif keuntungan. Hanya terdapat sekitar 20 persen nasabah yang didasari religiusitas loyal untuk menyimpan uangnya di bank syariah. Dan sebagian kecil nasabah lainnya yakni karena faktor terpaksa.

Menurut Glock & Stark (Robetson, 1988), ada lima macam dimensi keberagamaan, yaitu dimensi keyakinan (ideologis), dimensi peribadatan atau praktek agama (ritualistik), dimensi penghayatan (eksperiensial), dimensi pengamalan (konsekuensial), dimensi pengetahuan agama (intelektual). Religiusitas merupakan bentuk kompleksitas dalam hal yang konkret dan abstrak. Dikatakan konkret karena dimensi pada religiusitas memiliki ritual-ritual yang mampu ditangkap oleh panca indra yang dimiliki manusia. dan juga pemerolehan pengetahuan yang dapat ditempuh pada lembaga formal dan non formal. Religiusitas juga dikatakan sesuatu yang abstrak karena pada prinsipnya baik keyakinan (ideologi) dan penghayatan seseorang tidak mampu diketahui oleh orang lain selain yang bersangkutan dengan tuhan.

Penghayatan religiusitas merupakan perjalanan panjang manusia dalam memahami agamanya. Sehingga menjadi suatu kewajaran bahwa usia mampu menjadi salah satu tolak ukur kematangan dalam religiusitas. Dalam penelitian ini responden yang dituju adalah dari generasi milenial tahun kelahiran 1980 sampai dengan 1999. Hasil dari penyebaran kuesioner didapati tingkat nilai kepercayaan diatas disimpulkan bahwa responden memiliki tingkat keyakinan sangat baik atau sangat meyakini. Hal lain yang didapati menunjukkan tingkat ibadah, pengalaman, pengetahuan, dan konsekuensi dalam variabel religiusitas responden baik. Tingkat religiusitas generasi milenial baik tetapi tidak berpengaruh pada keputusan menabung. Hal ini dapat didukung dengan dengan rendahnya nilai membaca buku-buku agama dari responden dapat berpengaruh pada tingkat pengetahuan mengenai hukum-hukum mengenai agama termasuk juga keuangan syariah dan mendorong faktor Religiusitas tidak menjadi alasan generasi milenial memutuskan menabung di Bank Syariah.

Sikap konsumerisme yang ada pada generasi milenial juga turut mempengaruhi proses pengambilan keputusan dalam menabung di bank syariah. Dalam Al-Quran surat Al Isra ayat 26 berbunyi:

وَأَتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا

*“Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros.”*

Titik tekan dalam ayat tersebut adalah larangan penggunaan harta secara berebihan atau boros. Dengan kata lain penggunaan harta harus pada

jalur yang benar dengan jumlah yang sewajarnya. Adapun sisanya adalah sebagai dana cadangan yang dapat diinvestasikan untuk kebutuhan yang akan datang.

#### **4.2.3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah**

Berdasarkan hasil uji statistik variabel religiusitas ( $X_3$ ) memiliki  $t_{hitung}$  sebesar 9,622 lebih besar dari  $t_{tabel}$  yakni 1,654 dengan derajat signifikansi  $t$  0,000. Karena derajat signifikansi  $t$  lebih kecil dari 0,05, maka kesimpulan yang didapatkan adalah bahwa tingkat kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan menabung di bank syariah pada generasi milenial. Hasil perhitungan tersebut memberikan pengertian bahwa kualitas pelayanan generasi milenial memiliki pengaruh terhadap keputusan menabung. Dalam artian pengambilan keputusan menabung di bank syariah yang dilakukan oleh generasi milenial didasarkan pada kualitas pelayanan yang dimiliki.

Melalui hasil dari penyebaran kuesioner pada generasi milenial didapati kesimpulan bahwasanya kualitas pelayanan bank syariah cukup baik menurut generasi milenial. Dengan baiknya kualitas pelayanan yang dilakukan oleh pihak bank, maka keputusan menabung generasi milenial semakin baik pula. Hal ini dapat menunjukkan bahwa generasi milenial sangat mempertimbangkan kualitas pelayanan yang ada di bank syariah dalam keputusannya dalam menabung.

وَأَنْزَلْنَا إِلَيْكَ الْكِتَابَ بِالْحَقِّ مُصَدِّقًا لِّمَا بَيْنَ يَدَيْهِ مِنَ الْكِتَابِ وَمُهَيْمِنًا عَلَيْهِ فَاحْكُم بَيْنَهُمْ بِمَا أَنْزَلَ اللَّهُ وَلَا تَتَّبِعْ أَهْوَاءَهُمْ عَمَّا جَاءَكَ مِنَ الْحَقِّ لِكُلِّ جَعَلْنَا مِنْكُمْ شِرْعَةً وَمِنْهَاجًا ...

*“Dan Kami telah turunkan kepadamu Al Quran dengan membawa kebenaran, membenarkan apa yang sebelumnya, yaitu kitab-kitab (yang diturunkan sebelumnya) dan batu ujian terhadap kitab-kitab yang lain itu; maka putuskanlah perkara mereka menurut apa yang Allah turunkan dan janganlah kamu mengikuti hawa nafsu mereka dengan meninggalkan kebenaran yang telah datang kepadamu. Untuk tiap-tiap umat diantara kamu, Kami berikan aturan dan jalan yang terang.”*

Menurut tafsir dari Kementerian Agama Arab Saudi menjelaskan Allah menurunkan Al-Qur'an sebagai kitab yang terakhir kepada penutup para nabi, sebagai lanjutan dan pembenar bagi kitab-kitab sebelumnya. Al-qur'an adalah bukti dan penguji atas kebenaran kitab-kitab sebelumnya, penjelas, penerang, pelurus, pemurni dari kebatilan dan khurafat yang telah tercampur di dalamnya, penyempurna, dan rujukan hukum-hukumnya. Allah memerintahkan untuk berhukum dengan kitabnya, mengamalkan dan mengagungkannya; dan melarang mengikuti hawa nafsu orang-orang yang tersesat. Allah telah membuat syariat bagi setiap umat ada dijadikan sebagai dasar hukum, dan jalan yang terang untuk ditempuh agar dapat meraih kebaikan dan memenuhi segala kebutuhannya. Seandainya Allah menghendaki niscaya dia hanya akan membuat satu jalan dan syariat bagi seluruh umat manusia; namun setiap manusia memiliki perbedaan pandangan dan pemikiran, yang mana itu sudah menjadi sunnatullah dan ketetapan-nya. Termasuk juga dengan kualitas pelayanan satu bank syariah tidak

diperbolehkan untuk menyimpang dari hukum islam yang landasan utamanya adalah Al-Quran.

#### **4.2.4. Pengaruh Literasi Keuangan, Religiusitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan menabung Secara Simultan**

Berdasarkan uji statistik dapat diketahui uji F menunjukkan bahwa nilai Fhitung sebesar 13,043 dengan tingkat signifikansi (sig ) sebesar 0,000. Angka tersebut lebih kecil jika dibandingkan dengan derajat signifikansi 0,05. Dengan demikian maka variabel bebas yang terdiri dari variabel literasi keuangan dan religiusitas secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan menabung.

Hasil uji statistik tersebut memberikan pengertian bahwa ketiga variabel bebas berupa literasi keuangan, religiusitas dan kualitas pelayanan secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap keputusan menabung. Artinya, semakin tinggi tingkat literasi keuangan religiusitas dan kualitas layanan yang dimiliki generasi milenial maka akan semakin baik pengaruhnya terhadap keputusan menabung. Berdasarkan paparan data diatas, peneliti menyatakan bahwa variabel literasi keuangan, religiusitas dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan menabung.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan paparan data dan analisis yang telah dilakukan peneliti menyimpulkan hasil dari penelitian diatas. Poin-poin tersebut adalah :

1. Variabel literasi keuangan ( $X_1$ ) secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel dependen berupa keputusan menabung di bank syariah. Hasil ini memberikan pemahaman bahwa semakin baik tingkat literasi keuangan generasi milenial maka akan semakin baik pula keputusan menabung yang diambil oleh para generasi milenial.
2. Variabel religiusitas ( $X_2$ ) secara parsial tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen yakni keputusan menabung. Sehingga dapat diperoleh kesimpulan bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas generasi milenial maka tidak terdapat pengaruh terhadap keputusan menabung di bank syariah.
3. Variabel Kualitas layanan ( $X_3$ ) memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan menabung di bank syariah (Y). Sehingga dapat diperoleh kesimpulan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan terhadap nasabah generasi milenial maka terdapat pengaruh terhadap keputusan menabung di bank syariah.
4. Uji simultan (pengaruh secara bersama-sama) menunjukkan bahwa ketiga variabel yakni literasi keuangan, religiusitas dan kualitas layanan

secara bersama-sama memiliki pengaruh secara signifikan pada keputusan menabung di bank syariah.

## 5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian untuk menguji tingkat literasi keuangan, religiusitas dan kualitas pelayanan pada generasi milenial maka saran yang dapat disampaikan adalah :

1. Bagi pihak generasi milenial untuk terbuka terhadap sistem keuangan syariah. Meningkatkan literasi keuangan sebagai bekal pokok bagi kelangsungan hidup generasi milenial agar nantinya mampu menjadi masyarakat cerdas yang bisa memberikan perubahan warna untuk bangsa. selain itu, mengajak untuk senantiasa memanfaatkan jasa perbankan syariah untuk kebutuhan dalam mengelola keuangan yang menjadi salah satu hal penting didalam kehidupan.
2. Bagi tokoh agama islam untuk memberikan wawasan dan pemahaman mengenai dasar-dasar keuangan syariah yang dibahas dalam islam. selain dari dasar hukum agama yang berupa Alquran dan Hadist, dijelaskan juga hukum dari fatwa yang dibuat oleh MUI. Sehingga pemahaman mengenai hukum bertransaksi sesuai syariah lebih bisa disadari masyarakat Indonesia yang mayoritas muslim.
3. Bagi Perbankan Syariah Di Indonesia untuk menggalakkan sosialisasi mengenai produk perbankan syariah. penekanan selain pada keunggulan produk, juga pada pemahaman mengenai produk dan sistem transaksi yang sesuai dengan hukum islam.. Pihak perbankan juga diharapkan

untuk membekali setiap anggota atau pegawai dengan ilmu-ilmu muamalah yang tidak melanggar syariat islam dan sejalan dengan prinsip yang dibangun bank syariah. selain itu perbankan syariah diharapkan selalu terus meningkatkan kualitas pelayanan terhadap nasabah maupun calon nasabah yang bertransaksi. Dengan peningkatan dari sektor operasional maupun fasilitas akan sangat mendorong untuk nasabah memilih suatu perbankan syariah menjadi mitra kerja dalam pengelolaan keuangan.

4. Bagi peneliti yang akan datang diharapkan untuk melakukan penelitian lebih mendalam terlebih secara kualitatif dengan penambahan variabel kepuasan dan loyalitas serta dengan model analisis uji mediasi dan dengan alat analisis yang lebih kompleks demi keluasan ilmu dan informasi yang lebih mendetail agar hazanah ilmu pengetahuan semakin berkembang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah & Anderson. (2015). *Islamic Financial Literacy among Bankers in Kuala Lumpur*. *Journal of Emerging Economies and Islamic Research*, 3 (2).
- Abdullah & Majid. (2003) *The Influence Of Religiosity, Income and Consumption on Saving Behaviour: The Case of Iternational Islamic University Malaysia (IIUM)*. *IQTISAD Journal of Islamic Economics*. 4 (1).
- Abdul Rahim SH, Rashid RA, Hamed AB. 2016. *Islamic Financial Literacy and Determinants Among University Students: An Exploratory Factor Analysis*. *International Journal of Economics and Financial Issues*: 6 (S7) 32-35.
- Abdurrahman, Nana Herdiana. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: CV PUSTAKA SETIA.
- Agustianto. (2014). *Membangun Literasi Keuangan Syariah*. Diperoleh tanggal 25 Desember 2019 dari <http://www.agustiantocentre.com/?p=1674>.
- Ancok, Djamaluddin dan Suroso, Fuad Nashori. (2011) *Psikologi Islami. Solusi Islam Atas Problem Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Arifin, J. (2017). *SPSS 24 untuk Penelitian dan Skripsi*. Jakarta: Kelompok Gramedia.
- Bhabha, J. et al (2014). *Impact of Financial Literacy on Saving-Investment Behavior of Working Women in the Developing Countries*, *Research Journal of Finance and Accounting*., 13(5), 118–122.
- Cahyanti, Deby H.(2018). *Analisis Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas Masyarakat, dan Keterjangkauan Akses Layanan Terhadap Penggunaan Jasa Perbankan Syariah*. Skripsi (tidak dipublikasikan). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta.
- Carpena, dkk. (2011). *Unpacking the Causal Chain of Financial Literacy*. Policy Research Working Paper. 5798
- Chen, H., dan Volpe, R.P. (1998). *An Analysis of Personal Financial Literacy Among College Students* 7 (2), 107 – 128. JAI Press Inc.
- Drummond, Helga. 2011. “*The Darker Side of Innovation*,” *Journal of Information Technology*, (18) 2,.
- Fauziah, L.N. (2019). *Analisis Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Investasi Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Uin Maulana Malik Ibrahim Malang*. Skripsi (tidak dipublikasi). Fakultas Ekonommi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, Malang.

- Glaser, M., & Weber, M. (2007). Why Inexperienced Investors Do Not Learn: They Do Not Know Their Past Portfolio Performance', *Finance Research Letter*, 4, 203–216.
- Glock, C.Y. & Stark, R. (1966). *Religion and Society in Tension*. New York: Rand McNally & Company.
- Hair, et al. (1995). *Multivariate Data Analysis* 6 Ed. New Jersey: Pearson Education.
- Howe, N., & Strauss, W. (2000). *Millennials rising: The next great generation*. New York: Vintage.
- Hung, A., et al (2009). *Defining and measuring financial literacy*, WR-708, September 2009, Rand: Labor and Population.
- Iskandar. 2008. *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial (Kuantitatif dan Kualitatif)*. Jakarta: GP Press.
- Iranati, R.B.O. (2017). *Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Pengetahuan, dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah*. Tesis (tidak dipublikasikan). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatulloh, Jakarta..
- Jalaluddin. 2001. *Psikologi Agama*. Jakarta: PT Raja Grafindo
- Karim, Adowarman. (2011). *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuanan*. Jakarta: Rajawali Press.
- Lestadi & Mukaromah (2018). *Literasi Keuangan Syariah Pengelola Koperasi Pondok Pesantren An-Nawawi Kec. Gebang, Kab. Purworejo*. *An-Nawa, Jurnal Hukum Islam*, 22.
- Lupiyoadi, Rambat. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta, Salemba Empat.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2007). Baby Boomer Retirement Security: The Roles of Planning, Financial Literacy, and Housing Wealth. *Journal of Monetary Economics*, 54, 205-224.
- Lyons, S. (2004). An exploration of generational values in life and at work. *ProQuest Dissertations and Theses*, 441-441 . Diakses pada 9 Maret 2020 dari <http://ezproxy.um.edu.my/docview/305203456?accountid=28930>.
- Maski, Ghozali. (2010). *Analisis Keputusan Nasabah Menabung: Pendekatan Komponen dan Model Logistik Studi Pada Bank Syariah di Malang*. *Journal of Indonesian Applied Economics*, 4 (1), 43-57
- Mohamad, A.A. & Anderson, A. (2015). Islamic Financial Literacy among Bankers in Kuala Lumpur. Vol.3, No. 2. Labuan: Jeeir
- Noor, Juliansyah. 2015. *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Prenadamedia Grup.

- Nugroho Joko Prastowo, Mendorong Akselerasi Perbankan Syariah . (Republika Online Edisi Jumat, 22 Agustus 2014, 12:00 WIB), <http://www.republika.co.id/berita/koran/pareto/14/08/22/>
- Ojk. (28 Agustus 2020). Statistik Perbankan Syariah, 95
- Penduduk Menurut Wilayah dan Agama yang Dianut (2010) Badan Pusat Statistik. Diperoleh tanggal 25 Februari 2019 dari <https://sp2010.bps.go.id/index.php/site/tabel?tid=321>.
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. 2013. *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*. Alih bahasa oleh : Diah Tantri Dwiandani. Buku 1. Edisi Kesembilan. Jakarta: Salemba Empat.
- Putra, Yanuar S. (2016). *Theoretical Review : Teori Perbedaan Generasi*. Among Makarti 18 (9). 129
- Riduwan. 2010. *Dasar-Dasar Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Salmah, S. & Amiruddin, A.M.A. (2017). *Literasi Keuangan Syariah di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam (Studi Kasus UIN Alauddin Makasar)*: Al-Ulum 17 (1)
- Sandy, Kunthi Fahmar. (2017). *Literasi Keuangan di Indonesia Tercatat Masih Rendah*. Diperoleh tanggal 19 Januari 2020 dari <https://ekbis.sindonews.com/read/1245411/178/literasi-keuangan-di-indonesia-tercatat-masih-rendah-1507115421>.
- Septiana, dkk. (2018). *Hubungan Literasi Keuangan dan Kualitas Pelayanan dengan Perilaku Menabung Mahasiswa*. Jurnal "Tata Arta" UNS, 4 (1).78-88.
- Shofwa, Yoiz. (2015). *Pengaruh Kualitas Produk dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Produk Simpanan Pada BSM Cabang Purwokerto*. *Skripsi* (tidak dipublikasikan). Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
- Siaran Pers Survei OJK 2019 Indeks Literasi Dan Inklusi Keuangan Meningkatkan (2019) Siaran Persm Diperoleh tanggal 19 Desember 2019 dari <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/Siaran-Pers-Survei-OJK-2019-Indeks-Literasi-Dan-Inklusi-Kuangan-Meningkat.aspx>.
- Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : Prenada Media Group.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru.
- Susanto, M. D. A., Waluyo, H. D. & Listyorini, S. (2012). *Pengaruh Produk Tabungan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung pada KJKS BMT Binna Ummat Sejahtera Kec. Lasem*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis.

- Susetyo, Budi .(2010). *Statistika Untuk Analisis Data Penelitian Dilengkapi Cara Perhitngan dengan SPSS dan MS Office Excel*. Bandung : Refika Aditama.
- Teguh, Muhammad, (2005). *Metode Penelitian Ekonomi (Teori dan Aplikasi)*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Thouless, H. Robert. (1995). *Pengantar Psikologi Agama*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada,
- Tjiptono F. dan Chandra G. (2011). *Service, Quality, & Satisfaction*, Edisi 3, Yogyakarta : Andi
- Tyas., Setiawan, A. (2012). Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang. Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Salatiga, 3 (2).
- Ulfatun, Titik., Udhma, Syafa'atul U., Dewi, Rina S. (2014). Analisis Tingkat Literasi Keuangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta Tahun Angkatan 2012-2014, PELITA, 6 (2), 4.
- Utami, W., Sangen, M., Rachman, M. Y. (2013) Analisis Pengaruh Religiusitas, Kelompok Referensi dan Motivasi Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 3 (1).
- World Bank Group. (2015). *The Global Findex Database 2014*. Policy Research Working Paper 7255.
- Yulianto. A. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Penggunaan Produk Atau Jasa Lembaga Keuangan Syariah. *Skripsi* (tidak dipublikasikan). Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

### Lampiran 1 Data Literasi Keuangan Syariah (X1)

No	L1	L2	L3	L4	L5	L6	ΣL
1	5	5	4	5	4	5	28
2	3	4	4	5	5	5	26
3	4	5	5	5	4	5	28
4	5	1	4	4	3	5	22
5	1	3	3	4	3	4	18
6	5	3	5	5	5	5	28
7	4	4	3	3	4	4	22
8	2	4	4	4	4	4	22
9	5	3	4	5	4	5	26
10	5	3	4	5	3	4	24
11	4	3	3	4	3	3	20
12	4	4	4	4	4	5	25
13	4	2	3	4	3	4	20
14	5	3	2	5	5	3	23
15	5	2	4	5	4	5	25
16	5	5	5	5	5	5	30
17	4	5	5	5	5	5	29
18	5	3	2	2	4	5	21
19	4	3	3	4	3	3	20
20	2	4	3	4	4	4	21
21	5	1	5	5	4	4	24
22	5	3	2	4	5	5	24
23	5	4	5	5	4	5	28
24	5	5	5	5	3	5	28
25	4	5	4	4	5	4	26
26	4	5	5	5	5	5	29
27	4	3	4	4	4	4	23
28	4	1	3	4	3	3	18
29	5	5	4	5	5	4	28
30	4	4	3	3	3	5	22
31	4	4	3	4	4	4	23
32	4	3	3	3	3	3	19
33	5	4	3	4	3	4	23
34	4	4	2	2	2	4	18
35	5	4	3	4	4	4	24
36	4	5	4	5	5	4	27

37	4	4	3	3	4	4	22
38	5	5	4	5	4	4	27
39	4	5	4	5	4	4	26
40	2	4	4	4	4	4	22
41	4	5	4	4	4	3	24
42	3	3	3	3	3	3	18
43	5	5	3	3	2	5	23
44	4	4	4	4	3	4	23
45	4	4	4	4	4	4	24
46	2	4	4	4	4	4	22
47	4	4	4	4	4	4	24
48	4	2	2	1	2	4	15
49	5	2	5	5	5	4	26
50	3	2	3	5	4	4	21
51	4	3	4	4	3	4	22
52	4	3	4	4	4	3	22
53	5	4	3	4	3	5	24
54	5	5	4	5	4	5	28
55	4	3	2	4	2	4	19
56	5	4	4	5	5	4	27
57	5	4	3	4	4	4	24
58	5	3	4	4	4	4	24
59	2	4	4	4	3	4	21
60	5	2	4	4	5	4	24
61	5	3	4	4	4	4	24
62	4	4	3	4	2	4	21
63	2	5	4	4	4	5	24
64	3	5	4	5	5	5	27
65	4	3	5	5	5	4	26
66	4	4	5	4	5	5	27
67	5	4	4	5	4	4	26
68	4	4	2	4	4	4	22
69	3	5	3	5	3	5	24
70	3	3	3	3	3	4	19
71	5	3	4	5	4	5	26
72	1	1	1	2	2	3	10
73	3	4	3	4	3	3	20
74	5	4	3	4	3	3	22
75	4	2	4	5	4	4	23
76	5	3	4	4	5	5	26
77	5	3	3	3	4	4	22

78	4	4	5	5	4	4	26
79	4	3	3	4	4	3	21
80	4	3	3	4	3	4	21
81	5	3	3	5	3	5	24
82	5	3	3	4	4	4	23
83	4	4	3	4	4	4	23
84	3	5	3	4	3	4	22
85	3	3	3	3	3	3	18
86	3	4	3	3	3	4	20
87	3	3	3	4	4	4	21
88	4	4	3	3	3	4	21
89	3	3	3	4	4	4	21
90	4	2	4	4	4	5	23
91	2	4	4	4	3	5	22
92	2	3	3	3	3	3	17
93	3	3	3	3	3	3	18
94	4	4	4	4	4	5	25
95	5	1	3	4	3	4	20
96	2	3	3	3	3	5	19
97	4	3	3	4	4	4	22
98	4	5	3	4	5	5	26
99	5	4	5	5	5	4	28
100	3	3	4	4	3	4	21
101	1	1	4	5	5	5	21
102	3	4	4	4	4	4	23
103	5	4	4	3	5	4	25
104	3	4	2	3	3	4	19
105	4	3	3	4	4	4	22
106	4	3	2	2	2	2	15
107	3	4	3	5	4	3	22
108	5	5	5	5	5	5	30
109	5	5	3	3	3	3	22
110	4	5	3	4	4	5	25
111	4	4	4	5	4	5	26
112	3	3	3	3	3	3	18
113	5	5	5	5	4	4	28
114	3	4	2	3	4	4	20
115	4	4	4	4	4	4	24
116	3	2	3	4	4	4	20
117	4	1	5	5	2	2	19
118	3	4	4	3	4	3	21

119	3	4	5	5	5	5	27
120	4	5	3	4	5	5	26
121	4	5	4	5	4	4	26
122	5	1	5	5	5	5	26
123	4	3	4	4	4	4	23
124	4	2	5	5	5	5	26
125	4	4	4	4	4	4	24
126	5	4	4	4	4	4	25
127	4	4	3	5	5	5	26
128	4	2	5	5	5	3	24
129	4	3	4	4	3	3	21
130	4	5	5	5	5	5	29
131	5	5	5	5	5	5	30
132	4	2	4	5	5	4	24
133	4	4	4	4	4	3	23
134	4	4	2	4	4	4	22
135	5	4	4	4	4	4	25
136	4	4	3	3	4	4	22
137	3	5	2	3	3	3	19
138	4	3	4	4	4	4	23
139	5	5	3	3	3	4	23
140	4	2	2	3	4	4	19
141	3	2	2	2	2	2	13
142	4	2	2	2	2	3	15
143	5	2	5	5	5	4	26
144	4	4	5	4	5	5	27
145	4	4	4	5	4	4	25
146	4	4	5	5	5	4	27
147	5	4	4	5	4	4	26
148	3	3	3	3	3	3	18
149	4	4	4	4	4	4	24
150	3	3	3	3	3	3	18
151	4	3	3	3	3	4	20
152	4	2	4	5	4	4	23
153	4	5	5	5	5	4	28
154	4	4	4	4	4	3	23
155	3	4	4	4	4	2	21
156	3	5	2	4	3	5	22
157	4	4	3	3	4	4	22
158	4	5	4	5	4	5	27
159	4	3	4	4	5	5	25

160	4	3	4	4	5	5	25
161	4	3	4	4	5	5	25
162	4	4	4	5	4	5	26
163	5	5	4	4	3	4	25
164	4	4	4	4	3	5	24
165	5	5	5	5	4	4	28
166	4	5	4	4	4	4	25
167	4	5	3	4	4	4	24
168	4	4	4	5	5	4	26
169	4	4	4	4	3	4	23
170	4	3	2	4	4	2	19
Rata-rata data	3,958824	3,594118	3,611765	4,076471	3,847059	4,076471	23,16471



**Lampiran 2**  
**Data Religiusitas (X2)**

No	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7	R8	R9	R10	R11	R12	R13	ΣR
1	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	57
2	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	63
3	5	5	4	5	4	5	5	5	4	3	4	5	5	59
4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	4	60
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65
6	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	61
7	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	4	5	5	56
8	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	62
9	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4	4	4	58
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	3	61
11	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	49
12	4	5	4	5	4	4	4	5	3	3	4	4	4	53
13	5	5	4	5	5	5	5	5	3	3	4	5	5	59
14	4	5	3	5	5	5	5	5	3	3	4	5	4	56
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	62
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65
17	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	63
18	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	59
19	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	63
20	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	4	4	4	57
21	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	64
22	5	5	4	5	5	5	5	5	2	4	5	5	5	60
23	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	61
24	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	60
25	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	60
26	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	60
27	4	5	4	5	5	4	4	5	3	4	3	3	3	52
28	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	5	5	56
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65
30	5	4	3	5	3	3	4	3	3	5	5	5	4	52
31	5	5	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	2	49
32	4	4	5	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	47
33	5	5	4	5	4	4	4	5	4	3	4	4	3	54
34	5	5	5	5	4	4	4	5	3	3	4	4	4	55
35	5	5	4	5	4	4	4	5	3	3	5	4	3	54
36	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	62
37	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	60

38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	62
39	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	59
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	53
41	5	5	5	5	2	3	4	5	2	3	4	4	4	5	52
42	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	39
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65
44	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	57
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	59
46	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	57
47	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	59
48	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	64
49	5	5	5	5	5	4	4	5	4	3	4	4	4	5	58
50	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	3	60
51	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	60
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	62
53	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65
54	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	64
55	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	4	61
56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65
57	5	5	4	5	4	5	4	5	4	3	4	5	5	5	58
58	5	5	5	5	4	5	5	5	4	3	5	5	5	4	60
59	5	5	5	5	4	5	4	5	3	4	4	4	4	5	58
60	3	4	3	5	4	5	4	5	4	2	4	4	4	4	51
61	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	60
62	5	5	5	5	4	4	5	5	4	3	5	5	5	4	59
63	5	5	5	5	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	56
64	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	62
65	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	61
66	5	5	4	5	5	5	4	5	3	5	4	4	4	4	58
67	3	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	5	4	52
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	51
69	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	4	5	59
70	5	5	5	5	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	55
71	5	5	5	5	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	62
72	5	5	5	5	3	3	5	5	3	3	5	5	5	5	57
73	4	4	4	4	3	3	4	5	3	3	3	4	4	4	48
74	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	58
75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	3	59
76	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	63
77	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	62
78	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	3	5	3	5	57

79	5	5	4	5	5	5	5	4	3	3	4	4	4	56
80	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	49
81	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	3	58
82	5	5	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	51
83	1	5	4	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	49
84	5	5	5	5	5	4	5	4	3	3	4	4	4	56
85	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	39
86	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	3	4	58
87	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4	5	4	59
88	5	5	5	5	4	4	5	4	3	4	4	4	4	56
89	4	4	5	5	3	4	4	5	3	3	4	3	3	50
90	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	58
91	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	3	4	4	58
92	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	39
93	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65
94	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	63
95	5	5	5	5	3	4	5	5	3	3	4	5	5	57
96	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	61
97	3	5	5	5	4	4	5	4	3	4	3	3	5	53
98	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	63
99	4	5	4	5	4	4	4	5	3	3	4	5	4	54
100	5	5	3	5	5	5	4	4	3	3	4	4	4	54
101	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	62
102	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	58
103	5	5	5	5	3	5	5	5	3	3	4	3	5	56
104	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4	3	5	58
105	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	39
106	5	5	3	5	3	3	3	4	2	3	3	4	5	48
107	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	61
108	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65
109	5	5	4	5	4	5	5	3	3	3	4	5	3	54
110	4	5	4	5	3	3	3	5	3	2	4	4	4	49
111	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	61
112	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
113	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	58
114	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	5	4	51
115	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
116	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	55
117	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	5	4	60
118	4	4	3	4	4	5	4	4	3	3	3	4	3	48
119	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	62

120	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	3	4	4	55
121	5	5	4	5	4	4	4	5	3	3	4	4	4	54
122	5	5	3	5	5	4	3	5	4	3	4	4	3	53
123	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
124	5	5	5	5	4	4	5	5	3	3	5	5	5	59
125	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	60
126	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	59
127	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	61
128	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	2	5	3	58
129	5	4	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	52
130	4	4	4	4	5	4	5	4	3	3	3	5	4	52
131	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	61
132	4	4	3	5	3	3	2	4	3	3	4	5	4	47
133	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	61
134	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	61
135	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	52
136	5	5	4	5	5	5	5	4	3	3	3	4	3	54
137	5	5	5	5	5	4	5	5	4	3	5	4	4	59
138	5	5	4	5	4	5	4	4	4	3	5	5	5	58
139	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	4	5	60
140	5	5	4	5	5	5	4	5	4	3	4	4	4	57
141	5	5	5	5	3	3	3	4	3	3	4	4	4	51
142	4	5	4	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	52
143	5	5	4	5	4	4	4	5	2	2	5	5	5	55
144	3	5	4	5	3	4	4	5	3	4	4	3	1	48
145	5	5	4	5	4	4	5	4	4	3	3	4	4	54
146	5	5	4	5	4	5	4	4	3	3	4	4	4	54
147	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	59
148	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	39
149	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	61
150	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65
151	4	4	2	3	3	4	3	4	3	3	4	4	2	43
152	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	56
153	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	61
154	4	5	5	5	4	5	4	4	3	3	4	4	3	53
155	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	3	60
156	5	5	4	5	3	4	4	5	4	4	4	4	3	54
157	5	5	5	5	4	5	5	4	2	3	5	4	5	57
158	5	5	5	4	5	5	4	4	3	4	4	5	5	58
159	5	5	5	5	5	5	3	5	3	4	4	5	4	58
160	5	5	5	5	5	5	3	5	3	4	4	5	4	58

161	5	5	5	5	5	5	3	5	3	4	4	5	4	58
162	4	5	4	4	4	5	5	5	4	3	4	5	4	56
163	5	5	5	5	4	4	4	5	4	3	5	5	4	58
164	4	4	5	4	5	5	4	4	4	3	4	4	3	53
165	5	5	5	5	4	4	5	4	3	4	4	5	3	56
166	5	4	5	4	5	5	4	5	5	3	5	5	3	58
167	5	5	4	4	4	4	5	5	4	3	4	5	4	56
168	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	54
169	5	5	4	5	3	4	4	5	4	3	4	3	4	53
170	4	5	5	5	4	4	4	4	3	2	4	4	3	51
Rata-rata data	4,676	4,794	4,518	4,759	4,329	4,512	4,435	4,635	3,712	3,635	4,165	4,359	4,147	56,68



**Lampiran 3**  
**Data Kualitas Pelayanan (X3)**

No	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	KP7	KP8	KP9	KP10	ΣKP
1	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	40
2	4	5	3	4	4	5	5	4	5	5	44
3	4	5	5	4	3	5	4	5	5	5	45
4	1	4	4	5	3	4	4	4	3	2	34
5	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	40
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
7	4	5	4	4	4	5	4	5	5	3	43
8	4	5	5	5	4	5	5	5	5	3	46
9	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	47
10	4	5	4	4	4	4	4	3	5	4	41
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
12	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	43
13	3	5	4	4	3	4	4	4	4	4	39
14	4	5	5	3	3	4	4	5	3	3	39
15	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	45
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
18	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	47
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
20	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	38
21	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	45
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
24	3	5	4	4	4	5	4	4	5	4	42
25	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	43
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
27	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	38
28	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	38
29	4	5	5	4	5	5	3	5	4	3	43
30	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	36
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
32	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	37
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
34	2	4	4	3	3	3	4	4	4	2	33
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
36	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	45
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39

38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
41	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	28
42	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
43	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
44	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
46	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	40
47	4	4	4	3	3	4	3	4	5	4	38
48	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	37
49	4	5	4	4	4	5	3	4	4	4	41
50	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	37
51	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	45
52	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	47
53	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
54	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	44
55	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	40
56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	48
57	2	3	3	3	3	4	3	4	3	3	31
58	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
59	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	42
60	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	37
61	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	47
62	3	5	4	4	4	4	4	4	4	3	39
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
64	3	4	5	5	5	5	4	5	5	5	46
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
66	5	4	4	4	3	4	3	4	4	4	39
67	4	5	3	5	4	4	3	4	5	4	41
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
69	3	4	4	3	4	5	5	4	5	3	40
70	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	31
71	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	47
72	5	5	3	5	5	5	3	5	5	1	42
73	3	4	4	4	4	4	4	4	5	3	39
74	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
75	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	42
76	3	4	3	4	4	4	4	5	4	4	39
77	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	48
78	3	5	4	4	4	4	4	5	3	4	40

79	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41
80	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	36
81	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
82	2	4	3	3	3	2	2	3	2	4	28
83	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
84	3	5	3	4	4	4	4	5	5	5	42
85	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
86	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	37
87	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	34
88	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
89	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	32
90	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
91	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	36
92	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	32
93	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
94	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	47
95	3	4	4	3	4	4	4	5	5	4	40
96	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
97	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41
98	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
99	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	40
100	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	37
101	4	5	3	3	3	4	4	4	4	4	38
102	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	36
103	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	48
104	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	38
105	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	43
106	4	5	4	4	4	4	4	4	5	3	41
107	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	36
108	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
109	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
110	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	44
111	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	46
112	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
113	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	46
114	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
115	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
116	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
117	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
118	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	40
119	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41

120	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	31
121	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	42
122	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
123	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
124	2	4	5	2	4	4	2	5	3	3	34
125	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
126	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	47
127	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	36
128	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	35
129	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
130	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	48
131	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	46
132	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	46
133	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	36
134	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	44
135	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
136	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
137	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	46
138	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	37
139	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
140	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	40
141	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	35
142	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
143	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	45
144	3	4	2	3	3	3	3	3	3	4	31
145	4	5	4	4	4	5	4	4	4	3	41
146	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	35
147	4	4	4	4	5	5	5	5	5	3	44
148	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
149	2	5	4	4	4	4	4	5	4	4	40
150	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
151	3	4	3	3	2	2	4	4	4	3	32
152	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	44
153	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	44
154	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	37
155	2	4	4	4	4	4	2	5	4	3	36
156	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	43
157	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	37
158	4	5	3	5	4	4	4	5	5	4	43
159	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	47
160	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	47

161	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	47
162	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	43
163	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	46
164	4	5	3	4	5	4	5	4	4	4	42
165	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	43
166	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	43
167	4	5	3	4	4	4	4	5	4	4	41
168	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	44
169	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41
170	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	34
Rata-rata data	3,8588	4,3647	4,1353	4,0471	4,0059	4,2	4,0647	4,2882	4,1824	3,8059	40,953



**Lampiran 4**  
**Data Keputusan Menabung (Y)**

No	KM1	KM2	KM3	KM4	KM5	$\Sigma$ KM
1	3	4	4	4	4	19
2	5	5	5	4	5	24
3	4	5	5	4	4	22
4	4	3	3	1	3	14
5	5	5	5	5	5	25
6	5	5	3	5	5	23
7	4	4	5	4	5	22
8	5	5	5	4	5	24
9	5	4	5	4	5	23
10	3	4	5	4	4	20
11	4	4	4	4	4	20
12	5	5	4	4	5	23
13	3	4	5	3	3	18
14	5	5	5	5	5	25
15	5	4	5	4	4	22
16	5	5	5	5	5	25
17	5	5	5	5	5	25
18	4	4	4	4	4	20
19	3	3	4	3	3	16
20	4	4	4	4	4	20
21	4	4	4	4	5	21
22	4	4	4	4	4	20
23	5	5	5	4	5	24
24	4	4	5	3	5	21
25	4	4	4	5	5	22
26	5	4	5	4	5	23
27	4	3	4	3	4	18
28	4	3	3	3	4	17
29	4	5	4	4	4	21
30	4	4	4	3	4	19
31	3	4	4	3	3	17
32	3	3	3	4	4	17
33	4	4	4	4	4	20
34	2	3	2	3	3	13
35	5	4	4	4	5	22
36	5	5	5	4	5	24
37	4	4	4	4	4	20

38	5	5	5	5	5	25
39	4	4	4	4	4	20
40	4	4	4	4	4	20
41	3	2	4	1	3	13
42	3	3	3	3	3	15
43	5	5	5	5	5	25
44	4	4	4	4	4	20
45	4	4	4	4	4	20
46	4	4	4	4	4	20
47	4	5	4	4	4	21
48	4	3	4	4	4	19
49	3	3	5	4	4	19
50	5	5	5	3	4	22
51	4	4	4	4	4	20
52	4	4	4	4	4	20
53	4	4	4	5	5	22
54	5	5	4	4	5	23
55	2	3	4	3	3	15
56	5	5	5	5	5	25
57	4	5	5	3	4	21
58	5	5	4	5	5	24
59	5	4	4	4	5	22
60	3	4	5	3	3	18
61	3	4	5	4	5	21
62	3	3	3	3	3	15
63	4	4	4	3	4	19
64	5	5	4	4	4	22
65	5	5	5	3	4	22
66	4	3	4	3	4	18
67	5	5	5	5	5	25
68	3	3	4	3	3	16
69	5	4	5	3	4	21
70	4	4	4	3	3	18
71	5	3	5	3	5	21
72	5	3	5	1	3	17
73	5	4	4	4	5	22
74	5	4	5	4	4	22
75	5	5	5	2	4	21
76	4	4	4	4	4	20
77	5	5	5	5	5	25
78	3	3	4	3	3	16

79	4	4	4	4	4	20
80	4	4	4	3	4	19
81	2	1	4	3	1	11
82	3	2	3	3	3	14
83	4	4	4	3	4	19
84	3	3	5	3	4	18
85	3	3	3	3	3	15
86	4	4	3	3	5	19
87	4	4	5	5	5	23
88	4	4	3	3	4	18
89	4	3	3	3	3	16
90	5	5	5	5	5	25
91	3	4	4	4	4	19
92	3	4	4	3	3	17
93	3	3	3	3	3	15
94	5	5	5	5	5	25
95	5	4	4	3	5	21
96	4	4	4	4	4	20
97	5	4	4	3	5	21
98	5	5	5	5	5	25
99	4	4	5	2	5	20
100	4	3	4	3	4	18
101	4	3	4	3	5	19
102	4	4	4	3	4	19
103	5	5	5	5	5	25
104	5	4	4	4	5	22
105	4	4	4	4	4	20
106	5	5	2	3	3	18
107	4	5	4	4	3	20
108	5	5	5	5	5	25
109	5	5	5	5	5	25
110	5	4	5	4	4	22
111	5	5	5	4	4	23
112	4	3	4	3	3	17
113	5	4	4	4	5	22
114	4	3	4	3	4	18
115	4	4	4	4	4	20
116	5	5	5	5	5	25
117	5	5	2	5	5	22
118	4	4	4	3	4	19
119	5	5	5	4	4	23

120	3	3	4	3	4	17
121	4	4	5	4	4	21
122	5	5	5	5	5	25
123	4	3	4	3	4	18
124	4	5	3	3	3	18
125	4	4	4	4	4	20
126	5	5	5	4	5	24
127	5	3	3	3	3	17
128	4	3	4	4	4	19
129	4	4	3	3	4	18
130	5	4	4	4	5	22
131	5	5	1	5	5	21
132	5	3	5	4	4	21
133	4	3	4	3	4	18
134	5	5	5	5	5	25
135	4	3	3	3	4	17
136	4	4	4	4	4	20
137	4	3	4	3	4	18
138	4	3	3	3	4	17
139	3	4	4	4	4	19
140	3	3	3	3	3	15
141	3	4	3	3	4	17
142	3	3	4	3	3	16
143	5	5	5	2	4	21
144	4	4	4	3	3	18
145	3	3	4	3	4	17
146	4	4	5	4	5	22
147	4	4	4	4	4	20
148	3	3	3	3	3	15
149	4	3	4	3	4	18
150	3	3	3	3	3	15
151	2	3	3	3	3	14
152	5	4	5	4	4	22
153	4	5	4	5	5	23
154	4	4	4	5	4	21
155	4	4	2	3	4	17
156	5	4	4	4	4	21
157	2	4	5	3	4	18
158	5	4	5	3	4	21
159	5	4	5	3	5	22
160	5	4	5	3	5	22

161	5	4	5	3	5	22
162	5	4	4	5	5	23
163	5	3	4	4	4	20
164	3	4	3	4	5	19
165	4	3	4	4	4	19
166	4	4	4	5	4	21
167	4	4	4	5	5	22
168	5	5	5	5	5	25
169	4	4	4	3	4	19
170	3	3	4	3	3	16
Rata-rata data	4,141176	3,970588	4,147059	3,694118	4,147059	20,1



## Lampiran 5 Uji Statistik

### Literasi Keuangan Syariah (X1)

		Correlations						
		I1	I2	I3	I4	I5	I6	I
I1	Pearson Correlation	1	,074	,258**	,272**	,224**	,187*	,520**
	Sig. (2-tailed)		,338	,001	,000	,003	,015	,000
	N	170	170	170	170	170	170	170
I2	Pearson Correlation	,074	1	,150	,155*	,166*	,243**	,507**
	Sig. (2-tailed)	,338		,052	,044	,030	,001	,000
	N	170	170	170	170	170	170	170
I3	Pearson Correlation	,258**	,150	1	,681**	,543**	,335**	,752**
	Sig. (2-tailed)	,001	,052		,000	,000	,000	,000
	N	170	170	170	170	170	170	170
I4	Pearson Correlation	,272**	,155*	,681**	1	,576**	,370**	,767**
	Sig. (2-tailed)	,000	,044	,000		,000	,000	,000
	N	170	170	170	170	170	170	170
I5	Pearson Correlation	,224**	,166*	,543**	,576**	1	,400**	,730**
	Sig. (2-tailed)	,003	,030	,000	,000		,000	,000
	N	170	170	170	170	170	170	170
I6	Pearson Correlation	,187*	,243**	,335**	,370**	,400**	1	,624**
	Sig. (2-tailed)	,015	,001	,000	,000	,000		,000
	N	170	170	170	170	170	170	170
I	Pearson Correlation	,520**	,507**	,752**	,767**	,730**	,624**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	170	170	170	170	170	170	170

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

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

### Religiusitas (X2)

		Correlations													
		R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7	R8	R9	R10	R11	R12	R13	R
R1	Pearson Correlation	1	,613**	,487**	,456**	,409**	,400**	,400**	,483**	,230**	,220**	,360**	,350**	,320**	,676**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170

R2	Pearson	,61		,53	,71	,44	,45	,49	,61	,13	,17	,31	,33	,33	
	Correlation	3**	1	5**	7**	0**	8**	0**	3**	9	7*	5**	0**	0**	,705**
	Sig. (2-tailed)	,00		,00	,00	,00	,00	,00	,00	,07	,02	,00	,00	,00	,000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170
R3	Pearson	,48	,53		,42	,43	,43	,53	,54	,33	,33	,33	,29	,36	
	Correlation	7**	5**	1	5**	6**	4**	5**	1**	6**	5**	6**	4**	6**	,724**
	Sig. (2-tailed)	,00	,00		,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170
R4	Pearson	,45	,71	,42		,28	,30	,33	,49	,04	,20	,23	,34	,27	
	Correlation	6**	7**	5**	1	9**	9**	4**	9**	2	1**	5**	7**	9**	,584**
	Sig. (2-tailed)	,00	,00	,00		,00	,00	,00	,00	,58	,00	,00	,00	,00	,000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170
R5	Pearson	,40	,44	,43	,28		,71	,51	,42	,33	,29	,26	,29	,26	
	Correlation	9**	0**	6**	9**	1	2**	7**	1**	1**	5**	9**	6**	5**	,689**
	Sig. (2-tailed)	,00	,00	,00	,00		,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170
R6	Pearson	,40	,45	,43	,30	,71		,55	,42	,34	,33	,29	,34	,27	
	Correlation	0**	8**	4**	9**	2**	1	0**	6**	6**	3**	6**	1**	6**	,708**
	Sig. (2-tailed)	,00	,00	,00	,00	,00		,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170
R7	Pearson	,40	,49	,53	,33	,51	,55		,40	,27	,24	,33	,34	,39	
	Correlation	0**	0**	5**	4**	7**	0**	1	3**	2**	8**	3**	2**	2**	,699**
	Sig. (2-tailed)	,00	,00	,00	,00	,00	,00		,00	,00	,00	,00	,00	,00	,000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170
R8	Pearson	,48	,61	,54	,49	,42	,42	,40		,32	,22	,39	,32	,32	
	Correlation	3**	3**	1**	9**	1**	6**	3**	1	6**	3**	2**	9**	5**	,698**
	Sig. (2-tailed)	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00		,00	,00	,00	,00	,00	,000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170
R9	Pearson	,23	,13	,33	,04	,33	,34	,27	,32		,45	,23	,25	,13	
	Correlation	0**	9	6**	2	1**	6**	2**	6**	1	2**	4**	2**	8	,521**
	Sig. (2-tailed)	,00	,07	,00	,58	,00	,00	,00	,00		,00	,00	,00	,07	,000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170

R10	Pearson Correlation	,22	,17	,33	,20	,29	,33	,24	,22	,45	1	,28	,30	,25	,550**
	Sig. (2-tailed)	,00	,02	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00		,00	,00	,00	,000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170
		3	1	0	8	0	0	1	4	0		0	0	1	
R11	Pearson Correlation	,36	,31	,33	,23	,26	,29	,33	,39	,23	,28	1	,37	,41	,585**
	Sig. (2-tailed)	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00		,00	,00	,000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170
		0	0	0	2	0	0	0	0	2	0	0	0	0	
R12	Pearson Correlation	,35	,33	,29	,34	,29	,34	,34	,32	,25	,30	,37	1	,37	,596**
	Sig. (2-tailed)	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00		,00	,000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170
		0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	
R13	Pearson Correlation	,32	,33	,36	,27	,26	,27	,39	,32	,13	,25	,41	,37	1	,583**
	Sig. (2-tailed)	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,07	,00	,00	,00		,000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170
		0	0	0	0	0	0	0	0	3	1	0	0	0	
R	Pearson Correlation	,67	,70	,72	,58	,68	,70	,69	,69	,52	,55	,58	,59	,58	1
	Sig. (2-tailed)	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

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

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

### Kualitas Pelayanan (X3)

		Correlations										
		KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	KP7	KP8	KP9	KP10	KP
KP1	Pearson Correlation	1	,475**	,475**	,500**	,523**	,493**	,556**	,383**	,493**	,355**	,700**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170
KP2	Pearson Correlation	,475**	1	,560**	,596**	,550**	,641**	,577**	,599**	,591**	,393**	,774**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170

	Pearson Correlation	,475**	,560**	1	,598**	,599**	,686**	,605**	,606**	,513**	,391**	,789**
KP3	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170
	Pearson Correlation	,500**	,596**	,598**	1	,672**	,633**	,591**	,566**	,614**	,360**	,797**
KP4	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170
	Pearson Correlation	,523**	,550**	,599**	,672**	1	,654**	,623**	,607**	,607**	,370**	,808**
KP5	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170
	Pearson Correlation	,493**	,641**	,686**	,633**	,654**	1	,629**	,647**	,666**	,379**	,835**
KP6	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170
	Pearson Correlation	,556**	,577**	,605**	,591**	,623**	,629**	1	,562**	,610**	,454**	,813**
KP7	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170
	Pearson Correlation	,383**	,599**	,606**	,566**	,607**	,647**	,562**	1	,584**	,349**	,765**
KP8	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170
	Pearson Correlation	,493**	,591**	,513**	,614**	,607**	,666**	,610**	,584**	1	,428**	,794**
KP9	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170
	Pearson Correlation	,355**	,393**	,391**	,360**	,370**	,379**	,454**	,349**	,428**	1	,588**
KP10	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170
	Pearson Correlation	,700**	,774**	,789**	,797**	,808**	,835**	,813**	,765**	,794**	,588**	1
KP	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170

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

### Keputusan Menabung (Y)

#### Correlations

		KM1	KM2	KM3	KM4	KM5	KM
KM1	Pearson Correlation	1	,619**	,379**	,399**	,647**	,796**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	170	170	170	170	170	170
KM2	Pearson Correlation	,619**	1	,363**	,570**	,598**	,825**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	170	170	170	170	170	170
KM3	Pearson Correlation	,379**	,363**	1	,237**	,386**	,614**

	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,002	,000	,000
	N	170	170	170	170	170	170
KM4	Pearson Correlation	,399**	,570**	,237**	1	,599**	,743**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,002		,000	,000
	N	170	170	170	170	170	170
KM5	Pearson Correlation	,647**	,598**	,386**	,599**	1	,842**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	170	170	170	170	170	170
KM	Pearson Correlation	,796**	,825**	,614**	,743**	,842**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	170	170	170	170	170	170

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



## Uji Reliabilitas

### Literasi Keuangan Syariah (X1)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,710	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	19,21	9,218	,285	,719
x2	19,57	9,051	,217	,756
x3	19,55	7,834	,596	,621
x4	19,09	7,963	,632	,615
x5	19,32	8,123	,577	,631
X6	19,09	8,968	,458	,669

### Religiusitas (X2)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,873	13

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x1	52,00	25,574	,605	,861
x2	51,88	26,329	,656	,861
x3	52,16	25,022	,658	,858
x4	51,92	26,514	,508	,866
x5	52,35	24,832	,608	,861
X6	52,16	25,310	,642	,859
X7	52,24	25,107	,627	,860
X8	52,04	25,862	,639	,860
X9	52,96	25,999	,405	,874
X10	53,04	25,779	,439	,871
X11	52,51	26,097	,498	,867
X12	52,32	26,029	,511	,866
X13	52,53	25,458	,477	,869

### Kualitas Pelayanan (X3)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,920	,922	10

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KP1	37,09	23,139	,607	,402	,918
KP2	36,59	23,794	,719	,537	,911
KP3	36,82	23,002	,728	,575	,910
KP4	36,91	23,305	,743	,581	,909
KP5	36,95	23,246	,756	,601	,909
KP6	36,75	23,110	,790	,664	,907
KP7	36,89	22,798	,758	,579	,908
KP8	36,66	23,561	,704	,549	,911
KP9	36,77	23,338	,739	,577	,910
KP10	37,15	24,635	,489	,263	,923

**Keputusan Menabung (Y)****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,820	,822	5

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KM1	15,96	5,969	,659	,518	,771
KM2	16,13	5,900	,707	,525	,757
KM3	15,95	6,921	,412	,191	,840
KM4	16,41	6,112	,569	,438	,799
KM5	15,95	5,950	,740	,577	,749

## Uji Normalitas

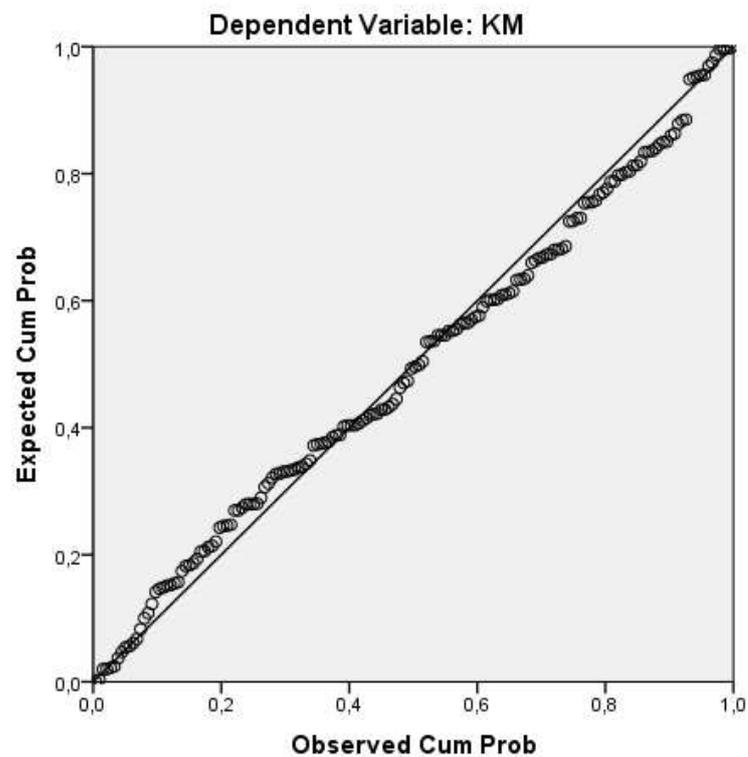
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		170
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2,05728298
	Absolute	,054
Most Extreme Differences	Positive	,054
	Negative	-,050
Kolmogorov-Smirnov Z		,704
Asymp. Sig. (2-tailed)		,705

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

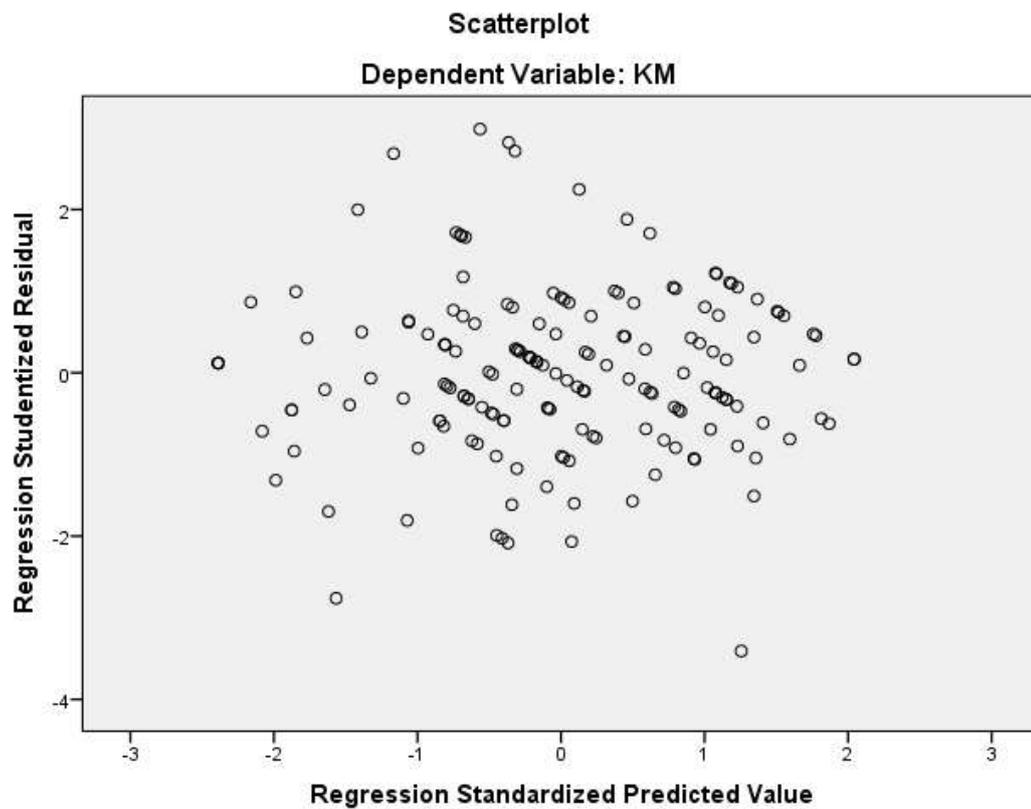
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



### Uji Multikolinearitas

Model		Coefficients <sup>a</sup>	
		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	I	,785	1,274
	R	,795	1,258
	KP	,723	1,382

a. Dependent Variable: KM



### Uji Autokorelasi

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,736 <sup>a</sup>	,541	,533	2,076	2,193

a. Predictors: (Constant), KP, R, I

b. Dependent Variable: KM

### Uji Parsial (Uji t)

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-,087	1,806		-,048	,962
1 I	,167	,053	,187	3,150	,002
R	,044	,033	,079	1,344	,181
KP	,338	,035	,595	9,622	,000

a. Dependent Variable: KM

### Uji Simultan (Uji F)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	844,022	3	281,341	65,293	,000 <sup>b</sup>
	Residual	715,278	166	4,309		
	Total	1559,300	169			

a. Dependent Variable: KM

b. Predictors: (Constant), KP, R, I

Lampiran 6  
Tabel r

Tabel r untuk df = 151 - 200

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
151	0.1335	0.1587	0.1879	0.2077	0.2635
152	0.1330	0.1582	0.1873	0.2070	0.2626
153	0.1326	0.1577	0.1867	0.2063	0.2618
154	0.1322	0.1572	0.1861	0.2057	0.2610
155	0.1318	0.1567	0.1855	0.2050	0.2602
156	0.1313	0.1562	0.1849	0.2044	0.2593
157	0.1309	0.1557	0.1844	0.2037	0.2585
158	0.1305	0.1552	0.1838	0.2031	0.2578
159	0.1301	0.1547	0.1832	0.2025	0.2570
160	0.1297	0.1543	0.1826	0.2019	0.2562
161	0.1293	0.1538	0.1821	0.2012	0.2554
162	0.1289	0.1533	0.1815	0.2006	0.2546
163	0.1285	0.1528	0.1810	0.2000	0.2539
164	0.1281	0.1524	0.1804	0.1994	0.2531
165	0.1277	0.1519	0.1799	0.1988	0.2524
166	0.1273	0.1515	0.1794	0.1982	0.2517
167	0.1270	0.1510	0.1788	0.1976	0.2509
168	0.1266	0.1506	0.1783	0.1971	0.2502
169	0.1262	0.1501	0.1778	0.1965	0.2495
170	0.1258	0.1497	0.1773	0.1959	0.2488
171	0.1255	0.1493	0.1768	0.1954	0.2481

Lampiran 7  
Tabel t

Titik Persentase Distribusi t (df = 161 –200)

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
161	0.67602	1.28683	1.65437	1.97481	2.34973	2.60671	3.14162
162	0.67601	1.28680	1.65431	1.97472	2.34959	2.60652	3.14130
163	0.67600	1.28677	1.65426	1.97462	2.34944	2.60633	3.14098
164	0.67599	1.28673	1.65420	1.97453	2.34930	2.60614	3.14067
165	0.67598	1.28670	1.65414	1.97445	2.34916	2.60595	3.14036
166	0.67597	1.28667	1.65408	1.97436	2.34902	2.60577	3.14005
167	0.67596	1.28664	1.65403	1.97427	2.34888	2.60559	3.13975
168	0.67595	1.28661	1.65397	1.97419	2.34875	2.60541	3.13945
169	0.67594	1.28658	1.65392	1.97410	2.34862	2.60523	3.13915
170	0.67594	1.28655	1.65387	1.97402	2.34848	2.60506	3.13886
171	0.67593	1.28652	1.65381	1.97393	2.34835	2.60489	3.13857
172	0.67592	1.28649	1.65376	1.97385	2.34822	2.60471	3.13829
173	0.67591	1.28646	1.65371	1.97377	2.34810	2.60455	3.13801
174	0.67590	1.28644	1.65366	1.97369	2.34797	2.60438	3.13773
175	0.67589	1.28641	1.65361	1.97361	2.34784	2.60421	3.13745
176	0.67589	1.28638	1.65356	1.97353	2.34772	2.60405	3.13718
177	0.67588	1.28635	1.65351	1.97346	2.34760	2.60389	3.13691
178	0.67587	1.28633	1.65346	1.97338	2.34748	2.60373	3.13665
179	0.67586	1.28630	1.65341	1.97331	2.34736	2.60357	3.13638
180	0.67586	1.28627	1.65336	1.97323	2.34724	2.60342	3.13612
181	0.67585	1.28625	1.65332	1.97316	2.34713	2.60326	3.13587
182	0.67584	1.28622	1.65327	1.97308	2.34701	2.60311	3.13561
183	0.67583	1.28619	1.65322	1.97301	2.34690	2.60296	3.13536

Lampiran 8  
Tabel F

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
136	3.91	3.08	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74
137	3.91	3.08	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
138	3.91	3.08	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
139	3.91	3.08	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
140	3.91	3.08	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
141	3.91	3.08	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
142	3.91	3.08	2.67	2.44	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
143	3.91	3.08	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
144	3.91	3.08	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
145	3.91	3.08	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
146	3.91	3.08	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.74
147	3.91	3.08	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
148	3.91	3.08	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
149	3.90	3.08	2.67	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
150	3.90	3.08	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
151	3.90	3.08	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
152	3.90	3.08	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
153	3.90	3.08	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
154	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
155	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
156	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.76	1.73
157	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.76	1.73
158	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
159	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
160	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
161	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
162	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
163	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
164	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
165	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
166	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
167	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
168	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
169	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
170	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
171	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
172	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72

## Lampiran 9 Tabel Durbin Watson

Tabel Durbin-Watson (DW),  $\alpha = 5\%$

n	k=1		k=2		k=3		k=4		k=5	
	dL	dU								
137	1.7062	1.7356	1.6914	1.7506	1.6765	1.7659	1.6613	1.7813	1.6461	1.7971
138	1.7073	1.7365	1.6926	1.7514	1.6778	1.7665	1.6628	1.7819	1.6476	1.7975
139	1.7084	1.7374	1.6938	1.7521	1.6791	1.7672	1.6642	1.7824	1.6491	1.7979
140	1.7095	1.7382	1.6950	1.7529	1.6804	1.7678	1.6656	1.7830	1.6507	1.7984
141	1.7106	1.7391	1.6962	1.7537	1.6817	1.7685	1.6670	1.7835	1.6522	1.7988
142	1.7116	1.7400	1.6974	1.7544	1.6829	1.7691	1.6684	1.7840	1.6536	1.7992
143	1.7127	1.7408	1.6985	1.7552	1.6842	1.7697	1.6697	1.7846	1.6551	1.7996
144	1.7137	1.7417	1.6996	1.7559	1.6854	1.7704	1.6710	1.7851	1.6565	1.8000
145	1.7147	1.7425	1.7008	1.7566	1.6866	1.7710	1.6724	1.7856	1.6580	1.8004
146	1.7157	1.7433	1.7019	1.7574	1.6878	1.7716	1.6737	1.7861	1.6594	1.8008
147	1.7167	1.7441	1.7030	1.7581	1.6890	1.7722	1.6750	1.7866	1.6608	1.8012
148	1.7177	1.7449	1.7041	1.7588	1.6902	1.7729	1.6762	1.7871	1.6622	1.8016
149	1.7187	1.7457	1.7051	1.7595	1.6914	1.7735	1.6775	1.7876	1.6635	1.8020
150	1.7197	1.7465	1.7062	1.7602	1.6926	1.7741	1.6788	1.7881	1.6649	1.8024
151	1.7207	1.7473	1.7072	1.7609	1.6937	1.7747	1.6800	1.7886	1.6662	1.8028
152	1.7216	1.7481	1.7083	1.7616	1.6948	1.7752	1.6812	1.7891	1.6675	1.8032
153	1.7226	1.7488	1.7093	1.7622	1.6959	1.7758	1.6824	1.7896	1.6688	1.8036
154	1.7235	1.7496	1.7103	1.7629	1.6971	1.7764	1.6836	1.7901	1.6701	1.8040
155	1.7244	1.7504	1.7114	1.7636	1.6982	1.7770	1.6848	1.7906	1.6714	1.8044
156	1.7253	1.7511	1.7123	1.7642	1.6992	1.7776	1.6860	1.7911	1.6727	1.8048
157	1.7262	1.7519	1.7133	1.7649	1.7003	1.7781	1.6872	1.7915	1.6739	1.8052
158	1.7271	1.7526	1.7143	1.7656	1.7014	1.7787	1.6883	1.7920	1.6751	1.8055
159	1.7280	1.7533	1.7153	1.7662	1.7024	1.7792	1.6895	1.7925	1.6764	1.8059
160	1.7289	1.7541	1.7163	1.7668	1.7035	1.7798	1.6906	1.7930	1.6776	1.8063
161	1.7298	1.7548	1.7172	1.7675	1.7045	1.7804	1.6917	1.7934	1.6788	1.8067
162	1.7306	1.7555	1.7182	1.7681	1.7055	1.7809	1.6928	1.7939	1.6800	1.8070
163	1.7315	1.7562	1.7191	1.7687	1.7066	1.7814	1.6939	1.7943	1.6811	1.8074
164	1.7324	1.7569	1.7200	1.7693	1.7075	1.7820	1.6950	1.7948	1.6823	1.8078
165	1.7332	1.7576	1.7209	1.7700	1.7085	1.7825	1.6960	1.7953	1.6834	1.8082
166	1.7340	1.7582	1.7218	1.7706	1.7095	1.7831	1.6971	1.7957	1.6846	1.8085
167	1.7348	1.7589	1.7227	1.7712	1.7105	1.7836	1.6982	1.7961	1.6857	1.8089
168	1.7357	1.7596	1.7236	1.7718	1.7115	1.7841	1.6992	1.7966	1.6868	1.8092
169	1.7365	1.7603	1.7245	1.7724	1.7124	1.7846	1.7002	1.7970	1.6879	1.8096
170	1.7373	1.7609	1.7254	1.7730	1.7134	1.7851	1.7012	1.7975	1.6890	1.8100
171	1.7381	1.7616	1.7262	1.7735	1.7143	1.7856	1.7023	1.7979	1.6901	1.8103
172	1.7389	1.7622	1.7271	1.7741	1.7152	1.7861	1.7033	1.7983	1.6912	1.8107
173	1.7396	1.7629	1.7279	1.7747	1.7162	1.7866	1.7042	1.7988	1.6922	1.8110

**Lampiran 10**  
**Bukti konsultasi pembimbing**

**BUKTI KONSULTASI**

Nama : Dhepril Puradi Rachmatulloh  
 NIM : 16540034  
 Dosen Pembimbing : Nihayatu Aslamatis Solekah, SE., MM.  
 Judul Skripsi : Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah (Studi Pada Generasi Milenial)

No	Tanggal Konsultasi	Materi Konsultasi	Paraf Pembimbing
1	11 November 2019	Pengajuan Outline Skripsi	1.
2	28 November 2019	Bab 1 Revisi	2.
3	30 Januari 2020	Revisi Bab 1	3.
4	6 Maret 2020	Revisi Variabel	4.
5	24 Maret 2020	Revisi Bab 1, 2, dan 3	5.
6	6 April 2020	Acc Seminar Proposal	6.
7	8 April 2020	Pembahasan Kuesioner	7.
8	7 Oktober 2020	Acc Seminar Hasil	8.
9	20 Oktober 2020	Acc Ujian Akhir Skripsi	9.
10	6 November 2020	Ujian Akhir	10.
11	20 November 2020	Revisi dan Acc Skripsi	11.

Malang, 20 November 2020  
 Mengetahui  
 Ketua Jurusan Perbankan Syariah

**Eko Suprayitno.SE.,M.Si.Ph.D**  
**NIP 19751109 199903 1 003**

**Lampiran 11**  
**Biodata peneliti**

**BIODATA PENELITI**

**DATA PRIBADI**

Nama : Dhepril Puradi Rachmaulloh  
 Tempat, Tanggal lahir: Jombang, 28 April 1998  
 Jenis Kelamin : Laki-laki  
 Agama : Islam  
 Tinggi Badan : 170  
 Berat Badan : 68  
 Alamat : Jl. Garuda RT.001 RW.003 Tambakrejo Jombang  
 Handphone : 085859214542  
 Status : Mahasiswa  
 E-mail : [dhepril17@gmail.com](mailto:dhepril17@gmail.com)



**DATA PENDIDIKAN**

1. TK : TK Muslimat Pesanggrahaan, Gudo, Jombang (2002-2004)
2. SD : MIS Sabilun Najah Gudo Jombang (2004-2007)  
MIS As-Sulaimanyah Kauman Mojoagung Jombang (2007-2010)
3. SMP : SMPN 3 Peterongan Jombang (2010-2013)
4. SMA : SMAN 1 Jombang (2013-2016)
5. Perguruan Tinggi : UIN Maulana Malik Ibrahim Malang (2016-sekarang)

**PENGALAMAN ORGANISASI**

1. Ikatan Remaja Muslim (IKRAM) Kabupaten Jombang sebagai Ketua periode 2014-2015.
2. Remaja Masjid (Remas) SMAN 1 Jombang sebagai anggota 2013-2014, sebagai ketua 2014-2015.
3. Paduan Suara "GESWADA" SMAN 1 Jombang sebagai anggota 2013-2015.
4. Ikatan Mahasiswa Jombang UIN Maliki Malang sebagai pengurus 2017-2018
5. HMJ Perbankan Syariah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang sebagai pengurus 2017-2018

**Lampiran 12**  
**Surat Keterangan Bebas Plagiarisme**



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**  
**FAKULTAS EKONOMI**

Jalan Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

**SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME**  
**(FORM C)**

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Zuraidah, SE., M.SA  
 NIP : 19761210 200912 2 001  
 Jabatan : **UP2M**

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Dhepril Puradi Rachmatulloh  
 NIM : 16540034  
 Handphone : 0895806353826  
 Konsentrasi : Entrepreneur  
 Email : dheprilpr@gmail.com  
 Judul Skripsi : "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah (Studi pada Generasi Milenial di Indonesia)"

Menerangkan bahwa penulis skripsi mahasiswa tersebut di nyatakan **BEBAS PLAGIARISME** dari **TURNITIN** dengan nilai *Originaly report*:

SIMILARTY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATION	STUDENT PAPER
23%	23%	2%	2%

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan di berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 23 November 2020  
 UP2M

Zuraidah, SE., M.SA  
 NIP 197612102009122 001

## Lampiran 13 Persentase Plagiarisme

Pengaruh Literasi Keuangan, Religiusitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah (Studi Pada Generasi Milenial di Indonesia)

### ORIGINALITY REPORT

<b>23%</b>	<b>23%</b>	<b>2%</b>	<b>2%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

### PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<b>etheses.uin-malang.ac.id</b> Internet Source	<b>16%</b>
<b>2</b>	<b>dspace.uii.ac.id</b> Internet Source	<b>3%</b>
<b>3</b>	<b>repository.uinjkt.ac.id</b> Internet Source	<b>3%</b>
<b>4</b>	<b>repository.unpas.ac.id</b> Internet Source	<b>2%</b>

Exclude quotes	On	Exclude matches	< 2%
Exclude bibliography	On		