

**PENGARUH PENGETAHUAN DAN PERSEPSI TERHADAP MINAT
MENABUNG DI BANK SYARIAH DENGAN RELIGIUSITAS SEBAGAI
VARIABEL MODERASI Studi Kasus Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah
Pascasarjana UIN Malang 2020 Dan 2021**

TESIS

Oleh

**SULIS RAHMAWATI
NIM 200504210012**



**PROGRAM MAGISTER EKONOMI SYARIAH
PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
2022**

**PENGARUH PENGETAHUAN DAN PERSEPSI TERHADAP MINAT
MENABUNG DI BANK SYARIAH DENGAN RELIGIUSITAS SEBAGAI
VARIABEL MODERASI Studi Kasus Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah
Pascasarjana UIN Malang 2020 Dan 2021**

TESIS

Oleh

**SULIS RAHMAWATI
NIM 200504210012**



**PROGRAM MAGISTER EKONOMI SYARIAH
PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
2022**

**PENGARUH PENGETAHUAN DAN PERSEPSI TERHADAP MINAT
MENABUNG DI BANK SYARIAH DENGAN RELIGIUSITAS SEBAGAI
VARIABEL MODERASI Moderasi Studi Kasus Pada Mahasiswa Ekonomi
Syariah Pascasarjana UIN Malang 2020 Dan 2021**

TESIS

*Diajukan kepada
Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
Untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan
Program Magister Ekonomi Syariah*

Oleh

**SULIS RAHMAWATI
NIM 200504210012**

**PROGRAM MAGISTER EKONOMI SYARIAH
PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
2022**

LEMBAR PERSETUJUAN

Tesis dengan Judul “**Pengaruh Pengetahuan Dan Persepsi Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Moderasi Studi Kasus Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Pascasarjana UIN Malang 2020 Dan 2021**”.

Setelah diperiksa dan disetujui untuk diuji,

Malang, November 2022

Pembimbing I



Dr. H. Ilfi Nur Diana, M.Si
NIP. 19711108 199803 2 002

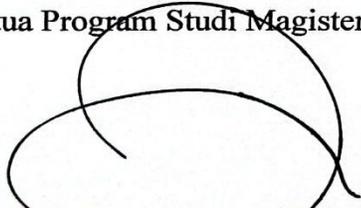
Pembimbing II



Dr. Maretha Ika Prajawati, M.M
NIP. 19890327 20801 2 002

Mengetahui:

Ketua Program Studi Magister Ekonomi Syariah



Prof. Dr. Achmad Sani Supriyanto, SE., M.Si
NIP. 19720212 200312 1 003

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

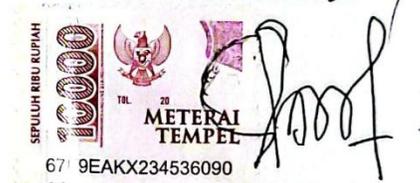
Nama : Sulis Rahmawati
NIM : 200504210012
Program Studi : Magister Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa tesis yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Pascasarjana Program Magister Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan Judul: **Pengaruh Pengetahuan Dan Persepsi Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi Studi Kasus Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Pascasarjana UIN Malang 2020 Dan 2021**, adalah benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi dari karya tulis orang lain baik sebagian atau keseluruhan. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam tesis ini dikutip dan dirujuk sesuai kode etik penelitian karya ilmiah. Apabila dikemudian hari ternyata dalam tesis ini terbukti ada unsur-unsur plagiasi, maka saya bersedia untuk diproses sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Batu, November 2022

Hormat Saya



SULIS RAHMAWATI
NIM. 200504210012

MOTTO

الْعِلْمُ نُورٌ , فَلْيَكُنْ سِلَاحَكَ فِي التَّعْلِيمِ الْقَلَمُ وَالْكِتَابُ

Ilmu adalah cahaya, maka jadikan pena dan buku sebagai pedangmu
dalam pembelajaran

حَيْرٌ جَلِيْسٌ فِي الزَّمَانِ كِتَابٌ

Sebaik-baiknya teman di setiap waktu
adalah buku

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah rabbil'alamin. Saya haturkan syukur kepada Allah SWT yang memberikan nikmat sehat, kuat dan nikmat rezeki kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan tesis ini dengan lancar. Persembahan tesis ini peneliti berikan kepada:

1. Orang tua tercinta Bapak Ismail dan Ibu Sulalah atas jerih payah, do'a, biaya dan motivasi kepada peneliti, terima kasih bapak dan ibu semoga selalu selalu.
2. Badriyah Julia Putri selaku adik peneliti, terima kasih selalu memberi semangat dan motivasi, semoga sehat selalu.
3. Kepada semua dosen Magister Ekonomi Syariah, khususnya dosen pembimbing saya Dr. Ilfi Nur Diana, M. Si selaku pembimbing I dan ibu Dr. Maretha Ika Prajawati, M.M selaku pembimbing II yang senantiasa bersabar dalam membimbing dan mengarahkan saya untuk dapat menyelesaikan studi dan tesis ini. Kepada orang terdekat yang senantiasa mendoakan dan memberikan dukungan semangat untuk menyelesaikan tesis ini.
4. Sahabat peneliti, terima kasih banyak atas dukungan, bantuan, perhatian, dan semangatnya. Semoga sehat selalu.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, segala puji peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah yang tiada henti, hingga peneliti dapat menyelesaikan studi Pascasarjana Ekonomi Syariah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, khususnya dengan terselesaikannya tesis ini.

Penelitian tesis ini tidak lepas dari bantuan dan dorongan beberapa pihak. Oleh karena itu, peneliti menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. M. Zainuddin, M.A., selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, terimakasih atas segala fasilitas dan pelayanan yang diberikan selama peneliti menempuh studi.
2. Prof. Dr. H. Wahidmurni, M.Pd. Ak., selaku Direktur Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, terimakasih atas segala fasilitas dan pelayanan yang diberikan selama peneliti menempuh studi.
3. Prof. Dr. H. Achmad Sani Supriyanto, SE, M.Si., selaku Ketua Program Studi Magister Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, atas ilmu dan motivasi yang diberikan kepada peneliti selama menjalani studi dan penyelesaian tesis ini.
4. Dr. Ilfi Nur Diana., M.Si selaku pembimbing I terimakasih atas pemberian motivasi, kemudahan pelayanan, kontribusi pemikiran serta saran kepada peneliti selama masa studi dan penyelesaian tesis.

5. Dr. Maretha Ika Prajawati., M.M, selaku pembimbing II, yang telah meluangkan waktu dalam membimbing dan berdiskusi, memberikan kontribusi pemikiran, dan memberikan motivasi serta saran yang membangun kepada peneliti selama menyelesaikan tesis dan untuk bekal saat dikemudian hari.
6. Seluruh dosen Program Studi Magister Ekonomi Syariah Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, terimakasih atas ilmu, motivasi dan pengalaman yang diberikan kepada peneliti. Terima kasih atas ilmu dan bimbingan yang telah diberikan selama masa perkuliahan.
7. Seluruh Staff Administrasi Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, terimakasih atas segala informasi dan kemudahan pelayanan yang diberikan.
8. Teman-teman seperjuangan angkatan 2020/2021 kelas A dan B, terimakasih telah melewati hari-hari bersama dalam menempuh studi S2 ini di Program Studi Magister Ekonomi Syariah Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
9. Orang tua tercinta Ismail dan Sulalah, selaku kedua orang tua peneliti dan Badriyah Julia Putri selaku adikku, terima kasih atas doa, motivasi, nasehat, dukungan materil dan menjadi garda terdepan atas keluh kesah peneliti selama menempuh studi S2 ini di Program Studi Magister Ekonomi Syariah Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.

10. Seluruh pihak terkait yang telah membantu dan memberikan saran yang membangun dan bermanfaat dalam penyelesaian tesis ini yang tidak bisa peneliti sebutkan satu per satu.

Semoga tesis dalam bentuk tulisan yang sederhana ini dapat memicu semangat bagi para peneliti muda untuk dijadikan rujukan penelitian dalam meneliti dan pembaca muda untuk menambah wawasan ilmu pengetahuan dalam ranah akademik. Terimakasih.....

Wassalamualaikum Warohmatullahi Wabarokaatuh..

Batu, November 2022

Hormat Saya



SULIS RAHMAWATI
NIM. 200504210012

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUTAN	i
HALAMAN JUDUL	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS PENELITIAN	vi
MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAK	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
E. Ruang Lingkup Penelitian.....	10
F. Penelitian Terdahulu	11
G. Orisinalitas Penelitian.....	17
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	18
1. <i>Theory of Planned Behavior</i>	18
2. <i>Consumer Behavior Theory</i>	21
B. Hubungan Antar Variabel	23
C. Perspektif Islam tentang Variabel Penelitian	28
D. Kerangka Konseptual.....	33
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	35
C. Lokasi Penelitian	35
B. Operasional Variabel.....	34
C. Populasi dan Sampel	40
D. Teknik Pengumpulan Data.....	41
E. Instrumen Penelitian	42
F. Teknik Analisis Data	43
G. Pengujian Hipotesis.....	48
BAB IV HASIL PENELITIAN	
A. Gambaran Umum Penelitian	50

1. Deskripsi Karakteristik Responden.....	50
2. Analisis Statistik Deskriptif	52
B. Hasil Uji Analisis Data.....	54
1. Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	54
2. Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	58
3. Hasil Uji Hipotesis Penelitian	59
BAB V PEMBAHASAN	
A. Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Menabung.....	64
B. Pengaruh Persepsi Terhadap Minat Menabung	66
C. Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Menabung dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderasi	68
D. Pengaruh Persepsi Terhadap Minat Menabung dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderasi	70
BAB VI PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	74
B. Saran	74

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Penelitian Terdahulu	11
Tabel 3.1	Operasional Variabel.....	36
Tabel 3.2	Jumlah Populasi Penelitian.....	40
Tabel 3.3	Hasil Uji Validitas Konvergent	45
Tabel 3.4	Hasil Uji Reliabilitas	46
Tabel 3.5	Kriteria Cronbach Alpha	47
Tabel 4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 4.3	Jumlah Tabungan Bank Syariah dan Bank Konvensional	52
Tabel 4.4	Hasil Statistik Deskriptif Penelitian	52
Tabel 4.5	Hasil Uji Convergent Validity.....	55
Tabel 4.6	Hasil Uji Discriminant Validity	56
Tabel 4.7	Hasil Nilai Composite Reliability	57
Tabel 4.8	Nilai Cronbach Alpha.....	57
Tabel 4.9	Hasil Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	58
Tabel 4.10	Nilai R-Square.....	59
Tabel 4.11	Hasil Uji Hubungan Langsung.....	60
Tabel 4.12	Hasil Uji Pengaruh Moderasi	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 10 Negara Terbesar Dunia Menurut RISSC.....	1
Gambar 2.1 Hubungan Antar Kontruk TPB	21
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	33
Gambar 4.1 Model Penelitian Hubungan Langsung	60
Gambar 4.2 Model Penelitian Pengaruh Moderasi	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	85
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	88
Lampiran 3 Uji Model Pengukuran (Outer Model)	93
Lampiran 4 Uji Model Struktural (Inner Model)	94
Lampiran 5 Uji Hipotesis Penelitian.....	95

ABSTRAK

Rahmawati, Sulis. 2022. “Pengaruh pengetahuan dan persepsi terhadap minat menabung di Bank Syariah pada mahasiswa ekonomi syariah pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang”. Tesis, Program Studi Ekonomi Syariah Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.

Pembimbing : (1) Dr. H. ilfi Nur Diana., M.Si
(2) Dr. Maretha Ika Prajawati., MM

Kata Kunci : Pengetahuan, Persepsi, Minat Menabung, Religiusitas

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh pengetahuan dan persepsi dalam teori perilaku terencana terhadap minat menabung di Bank Syariah dengan religiusitas sebagai variabel moderasi pada mahasiswa ekonomi syariah program pascasarjana periode 2020-2021 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan jenis penelitian *explanatory research* untuk membuktikan kebenaran dari hipotesis penelitian. Teknik pengumpulan data dengan kuisioner yang disebarakan kepada 104 responden. Data penelitian ini menggunakan data primer. Penelitian ini menggunakan alat analisis Partial Least Square (PLS) dengan aplikasi WarpPLS versi 8.0. Analisis yang digunakan didalam penelitian ini meliputi uji outer model (Convergent Validity, Discriminant Validity dan Composite Reliability) dan uji inner model (R-Square).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pengetahuan berpengaruh langsung dan signifikan terhadap Minat Menabung, Persepsi berpengaruh langsung dan signifikan terhadap Minat menabung. Religiusitas tidak memoderasi pengaruh pengetahuan terhadap Minat menabung. Sedangkan Religiusitas memoderasi Persepsi pada Minat Menabung secara positif dan signifikan.

ABSTRACT

Rahmawati, Sulis. 2022. "The effect of knowledge and perception on interest in saving at Islamic Banks in postgraduate Islamic economics students at UIN Maulana Malik Ibrahim Malang". Thesis, Postgraduate Sharia Economics Study Program, Maulana Malik Ibrahim State Islamic University Malang.

Pembimbing : (1) Dr. H. ilfi Nur Diana., M.Si
(2) Dr. Maretha Ika Prajawati., MM

Kata Kunci : Knowledg, Perception, Interest in Saving, Religiosity

This study aims to explain the effect of knowledge and perceptions in the theory of planned behavior on interest in saving at Islamic banks with religiosity as a moderating variable in Islamic economics students postgraduate program for the 2020-2021 period at UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

The research method used is quantitative with explanatory research to prove the truth of the research hypothesis. Data collection techniques with questionnaires distributed to 104 respondents. This research data uses primary data. This research uses Partial Least Square (PLS) analysis tool with WarppPLS version 8.0 application. The analysis used in this study includes the outer model test (Convergent Validity, Discriminant Validity and Composite Reliability) and the inner model test (R-Square).

The results of this study indicate that knowledge has a direct and significant effect on interest in saving, perception has a direct and significant effect on interest in saving. Religiosity does not moderate the effect of knowledge on saving interest. Meanwhile, religiosity moderated the perception of saving interest in a positive and significant way.

الملخص

رحموتي , سوليس . ٢٠٢٢ . تأثير المعرفة والإدراك على الاهتمام بالادخار في البنوك الإسلامية لدى طلاب الدراسات العليا في الاقتصاد الإسلامي في جامعة لندن مولانا مالك إبراهيم مالانج. اطير , برنامج دراسة الإسلامي , في الجامعة العليا مولانا مالك إبراهيم مالانج.

السرفان : (١) الأستاذة : إيلفي نور ديانا M.Si

(٢) ماريتا إيك فرجوتي , MM

الكلمات المفتاحية : المعرفة ، المعرفة ، التدبير ، مصلحة في الادخار

تهدف هذه الدراسة إلى شرح تأثير المعرفة والتصورات في نظرية السلوك المخطط على الاهتمام بالادخار في البنوك الإسلامية ذات التدبير كمتغير معتدل في برنامج الدراسات العليا لطلاب الاقتصاد الإسلامي للفترة 2020-2021 في جامعة UIN مولانا مالك إبراهيم مالانج.

أسلوب البحث المستخدم كمي مع البحث التوضيحي لإثبات صحة فرضية البحث. تقنيات جمع البيانات مع الاستبيانات الموزعة على 104 مجيبين. تستخدم بيانات البحث هذه البيانات الأولية. يستخدم هذا البحث أداة تحليل Partial Least Square (PLS) مع تطبيق WarpPLS الإصدار 8.0. يتضمن التحليل المستخدم في هذه الدراسة اختبار النموذج الخارجي (المصدقية المتقاربة والصلاحية التمييزية والموثوقية المركبة) واختبار النموذج الداخلي (R-Square).

تشير نتائج هذه الدراسة إلى أن المعرفة لها تأثير مباشر وهام على الاهتمام بالادخار ، وللمعرفة تأثير مباشر وهام على الاهتمام بالادخار. لا يخفف التدبير من تأثير المعرفة على توفير الفائدة. وفي الوقت نفسه ، خفف التدبير من تصور توفير الاهتمام بطريقة إيجابية وذات مغزى.

BAB I

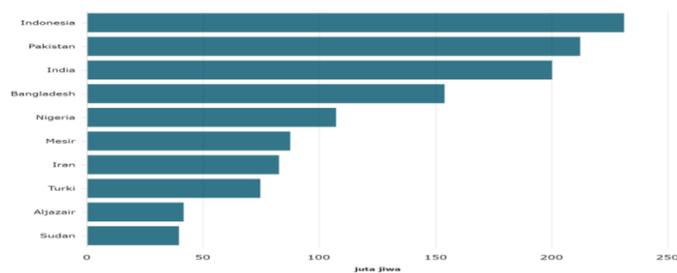
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bank Islam merupakan intermediari yang bertugas mengumpulkan dan mendistribusikan uang sesuai dengan ajaran Islam. Adapun bank Islam pertama yang ada di Indonesia ialah Bank Muamalat pada tahun 1992. Bank Islam dalam segi praktiknya berbeda dengan bank secara konvensional yakni bank Islam berlandaskan pada bagi hasil bukan riba serta menghindari segala bentuk gharar dan maysir *riba, risywah dan batil* (Suryani 2012).

Bank syariah Indonesia tertinggal dari negara lain akan tetapi perbankan syariah yang ada di Indonesia terus mengalami pertumbuhan dan perkembangan. Dan juga Indonesia memiliki peluang dan potensi yang besar dalam pengembangan bank syariah ke depan karena Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki jumlah penduduk mayoritas muslim dan terbesar terbesar di dunia. Berdasarkan laporan Royal Islamic Strategic Studies Center (RISSC) (Databoks, 2021):

Gambar 1.1
10 Negara Dengan Populasi Muslim Terbesar Dunia Menurut RISSC (2021)



Sumber: The Royal Islamic Strategic Studies Centre (RISSC)

Berdasarkan Gambar 1.1 di atas dengan melihat jumlah penduduk muslim di Indonesia, sudah sepatutnya bank syariah lebih banyak diminati dan dipilih oleh masyarakat dibandingkan dengan bank konvensional, hal ini didasarkan pada sistem yang ada pada bank konvensional yang masih menggunakan sistem bunga, atau lebih dikenal sebagai riba.

Keberadaan perbankan syariah sudah tidak asing lagi dikalangan masyarakat Indonesia, peminatnya pun juga sudah banyak. Salah satu cara untuk mengetahui sejauh mana atau sebanyak mana yang minat menabung di Bank Syariah kita bisa mengetahuinya melalui partisipasi mahasiswa di perguruan-perguruan tinggi. Karena Sebagian perguruan tinggi terdapat jurusan yang memberikan materi tentang Bank Syariah. Dengan itu, tentu mahasiswanya memiliki pengetahuan tentang Bank Syariah. Seperti halnya penelitian yang dilakukan oleh (Rizal Prasasti 2020) pada mahasiswa fakultas ekonomi syariah yang sudah mendapat pengetahuan terkait perbankan syariah akan tetapi hasil penelitiannya menunjukkan bahwa sebanyak 9,8% mahasiswa yang sudah menjadi nasabah di Bank Syariah dan 90,2% tidak menggunakan bank syariah dan menjadi nasabah di bank konvensional. Temuan penelitian lain (Imanuddin 2019) dan (Aliah 2021) menunjukkan bahwa masih banyak mahasiswa perbankan syariah menggunakan bank konvensional dari pada bank syariah.

Hal mengenai riba di jelaskan oleh Allah SWT. dalam Al-Quran sebagai berikut.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُضَاعَفَةً ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٣٠﴾

“Wahai orang-orang beriman! janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertawakalah kepada Allah agar kamu beruntung” (Qs. Ali Imron [3]: 130).

Dengan banyaknya kompetitor pada dunia perbankan, sehingga diperlukan strategi yang bagus bagi bank syariah dalam rangka memenangkan persaingan. Strategi tersebut tentu harus mengetahui perilaku dan kebutuhan dari calon nasabah sebagai konsumen. Perilaku tersebut dapat menjadi referensi atau acuan mengapa konsumen memiliki keputusan dan berminat untuk menabung pada bank syariah tersebut. Sehingga dari pihak bank syariah dapat meningkatkan kinerja dari bank tersebut.

Theory of Planned Behavior (TPB) oleh (Ajzen 2005) mengungkapkan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat yakni dengan adanya pengetahuan, persepsi, dan religiusitas yang dimiliki seseorang mengenai bank syariah. Sesuai juga dengan teori lainnya yaitu teori perilaku konsumen oleh (Wardhana 2020) yang menyatakan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen diantaranya persepsi dan belief. Sama halnya juga dengan teori *sharia enterprise theory* menyatakan bahwa faktor religiusitas yang dapat mempengaruhi minat seseorang.

Peristiwa tersebut mengharuskan pihak bank syariah perlu mengetahui terkait faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa untuk menabung

pada bank syariah. (Damayanti 2017) menyatakan bahwa minat erat kaitannya dengan keinginan seseorang, yang kemudian menimbulkan keinginan untuk berpartisipasi dan terlibat dalam sesuatu yang menarik minatnya. Seseorang yang tertarik pada suatu objek merasa senang ketika dia terlibat dengan objek tersebut dan karena itu cenderung memberikan banyak perhatian pada objek tersebut.

Salah satu faktor yang mempengaruhi minat dalam teori TPB yakni pengetahuan mengenai perbankan syariah. Menurut (Kristiyadi and Hartiyah 2017) dengan pemahaman akan pengetahuan perbankan syariah yang baik akan meningkatkan minat seseorang untuk menabung di bank syariah. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian (Himmah 2017) yang menunjukkan bahwa jika seseorang memiliki tingkat pengetahuan yang baik mengenai bank syariah maka semakin tinggi pula minat orang tersebut untuk menabung di bank syariah. Senada dengan penelitian (Siregar, Daulay, and Siregar 2021) Memiliki pengetahuan akan menghindari pelanggan memilih produk dengan nilai manfaat yang rendah.

Manfaat dan perbedaan antara bank syariah dan bank konvensional diperoleh dari pengetahuan dan pemahaman orang tersebut. Hal ini ditunjukkan oleh temua penelitian sebelumnya oleh (Siregar, Daulay, and Siregar 2021), (Wahab and Huda 2021), (Winarti 2021) dan (Novianti and Hakim 2021) menunjukkan bahwa pengetahuan bank syariah berpengaruh terhadap minat seseorang untuk menabung pada bank syariah. Tetapi terdapat

penelitian yang tidak sejalan yakni penelitian yang dilakukan oleh (Nurkhin, Mukhibad, and Aprilia 2020), (Nur 2021), (Wijaya et al. 2019) dan ((Nengsih, Arsa, and Putri 2021) menemukan pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat menabung pada bank syariah.

Faktor kedua yang dapat mempengaruhi minat menabung di Bank Syariah yaitu persepsi nasabah (Al Kanzu and Soesanto 2016). Persepsi yang dimiliki setiap individu menjadi dasar dalam mengambil posisi untuk lebih memilih bertransaksi dengan layanan bank syariah. Akan sangat sulit untuk meningkatkan minat menabung jika persepsi masyarakat terhadap pengetahuan berbagai produk syariah masih sangat rendah (Imran and Hendrawan 2017). Tidak heran jika pemahaman masyarakat masih rendah karena bank konvensional sudah begitu dekat dengan masyarakat (Rusdianto and Ibrahim 2016). Seorang pelanggan yang memiliki persepsi produk akan mudah untuk memilih dan memilih informasi terkait produk, mengelola informasi baru dan bahkan menginterpretasikan informasi tersebut (P. Keller and Kotler 2012).

Hasil penelitian terdahulu yang mendukung (Siregar, Daulay, and Siregar 2021), (Ilfita and Cangih 2021), (Umah, Supriyatna, and Hubeis n.d.), (Saputra and Khoirul Anwar 2019), (Afiah, 2016) mengatakan bahwa terdapat pengaruh antara persepsi terhadap minat menabung di Bank Syariah. Akan tetapi terdapat penelitian yang bertolak belakang (Febri Annisa Sukma Putri, Popon Srisusilawati 2020) mengatakan bahwa persepsi tidak berpengaruh terhadap minat menabung di Bank Syariah.

Faktor terakhir sekaligus sebagai variable moderasi yang mempengaruhi minat nasabah untuk menabung pada produk bank syariah ialah religiusitas. Peneliti menggunakan variabel religiusitas menjadi faktor penentu minat menggunakan jasa bank syariah. Menurut (Baron and Kenny 1986) menyarankan bahwa ketika hubungan variabel independen dan dependen ditemukan hasil lemah atau tidak konsisten maka variabel moderasi harus disajikan. Oleh karena itu, telah direkomendasikan untuk memperkenalkan religiusitas sebagai variabel moderasi. Menurut (Lindridge 2005) menyatakan bahwa religiusitas memainkan peran utama dalam bentuk persepsi dan minat individu.

Masyarakat yang mempunyai tingkat religiusitas yang tinggi akan semakin tertarik menggunakan jasa bank syariah. Masyarakat akan merasa nyaman karena telah melakukan kegiatan ekonomi yang sesuai dengan ajaran agama. Bank syariah menerapkan prinsip syariah dalam operasionalnya. Banyak peneliti menemukan pengaruh religiusitas terhadap minat menabung di bank syariah (Afiah 2016), (Rohmanto 2018) dan (Shafrani 2016).

Menurut (Nurkhi 2021), (2021), (Thohari and Hakim 2021) dan (Haryono, Mubyarto, and Ferawati 2021) mengatakan bahwa Religiusitas mampu memoderasi pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah. Namun berbeda dengan penelitian yang diteliti oleh (Novianti and Hakim 2021) bahwasannya persepsi merupakan variabel moderating religiusitas bank dengan minat menabung.

Dari hasil penelitian tersebut terdapat gap atau inkonsistensi pada hasil penelitian sebelumnya sehingga peneliti tertarik untuk menguji kembali tentang pengaruh pengetahuan dan persepsi terhadap minat mahasiswa menggunakan bank syariah dengan religiusitas sebagai variabel moderasi. Peneliti menggunakan Mahasiswa Ekonomi Syariah Pascasarjana Universitas UIN Maulana Malik Ibrahim Malang (UIN) karena disemua periode dari semester 1 sampai semester 4 sebagai responden. Yakni mahasiswa yang sudah Mahasiswa Ekonomi Syariah Pascasarjana UIN tahun angkatan 2020-2021 sudah menempuh 8 semester perkuliahan dari perkuliahan sarjana. Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya maka peneliti juga ingin mengetahui apakah di UIN Malang ini mahasiswanya cenderung menggunakan Bank Syariah atau Bank Konvensional. Karena mengingat pada penelitian terdahulu meskipun pada perguruan tinggi terdapat materi tentang Bank Syariah tetapi mayoritas mahasiswanya menggunakan Bank Konvensional. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti kembali terkait “Pengaruh Pengetahuan Dan Persepsi Mahasiswa Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dapat ditentukan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah pengetahuan berpengaruh terhadap minat menabung di Bank Syariah?
2. Apakah persepsi berpengaruh terhadap minat menabung di Bank Syariah?
3. Apakah religiusitas memoderasi pengetahuan terhadap minat menabung di Bank Syariah?
4. Apakah religiusitas memoderasi persepsi terhadap minat menabung di Bank Syariah?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung di Bank Syariah.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi terhadap minat menabung di Bank Syariah.
3. Untuk mengetahui religiusitas memoderasi pengetahuan terhadap minat menabung di Bank Syariah?
4. Untuk mengetahui religiusitas memoderasi pengetahuan terhadap minat menabung di Bank Syariah?

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat, baik secara langsung maupun tidak langsung bagi berbagai pihak yang terkait sebagai berikut: Secara Teoritis

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan terutama bidang Ekonomi Syariah.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan bermanfaat dan memberikan kontribusi praktis kepada berbagai pihak antara lain:

a. Manfaat bagi Lembaga Pendidikan

Bagi Universitas Pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dapat memberikan pemahaman tentang Bank Syariah lebih baik lagi kepada mahasiswa yang sesuai dengan syariah.

b. Manfaat bagi Peneliti

Hasil penelitian ini di harapkan dapat menambah perbendaharaan dan memperkaya informasi empirik dalam hal kebiasaan menabung di Bank Syariah, sehingga bermanfaat bagi peningkatan kinerja Bank Syariah yang dapat dipakai sebagai rujukan dengan mengubah atau menambah variabel lain sekaligus dapat menyempurnakan penelitian ini.

E. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini mencakup beberapa variable. Variabel merupakan atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sudiyono 2011). Adapun variabel yang menjadi fokus dalam penelitian ini yaitu, variabel independen (variabel X) yang

terdiri dari pengetahuan (X_1), persepsi (X_2) dan variabel dependen (variabel Y) minat menabung serta variabel moderasi (variabel Z) yaitu religiusitas.

1. Variabel Independen (Variabel X)

Variabel independen adalah variabel yang dapat mempengaruhi perubahan dalam variabel dependen dan mempunyai hubungan yang positif ataupun yang negatif bagi variabel dependen nantinya (Fatati 2013). Variabel independen pada penelitian ini terdiri dari:

- a. Pengetahuan (X_1)
- b. Persepsi (X_2)

2. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen adalah variabel yang menjadi perhatian utama dalam sebuah pengamatan (Fatati 2013). Variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah minat menabung di Bank Syariah.

3. Variabel Moderasi

Variabel moderasi adalah variabel yang memperkuat atau memperlemah hubungan antara satu variabel dengan variabel lain. Variabel moderasi (Z) dalam penelitian ini adalah religiusitas.

Adapun ruang lingkup lokasi yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah mahasiswa ekonomi syariah pascasarjana UIN Malang.

F. Penelitian Terdahulu

Berikut penelitian terdahulu serta persamaan dan perbedaan dengan penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan pengetahuan, persepsi, minat dan religiusitas

Tabel 1.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama, Tahun dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Kardoyo, Ahmad Nurkhin, Hasan Mukhibad and Fatmala Dewi Aprilia (2020) The Effect of Knowledge, Promotion, and Religiosity on Intention to Use Islamic Banking Services	<ol style="list-style-type: none"> 1. Only promotion proved to have a positive and significant effect on interest in using services of Islamic banks. 2. Knowledge and religiosity have not been proven to have a significant effect on interest in using services of Islamic banks 	Sama-sama menggunakan variabel pengetahuan sebagai variabel bebas dan menggunakan metode penelitian kuantitatif	Terdapat penambahan variable persepsi sebagai variable bebas dan religiusitas sebagai variable moderasi
2	Mahfuz (2021) The Effect of Knowledge and Promotion on Interest in Saving in Sharia Bank: Case Study of Al Barkah Mosque Contributors, Bekasi City	<ol style="list-style-type: none"> 1. Knowledge has no positive and insignificant effect on the interest 2. Promotion has a positive and significant effect on the interest 	Sama-sama menguji pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung	Terdapat penambahan variable persepsi sebagai variable bebas dan religiusitas sebagai variable moderasi Serta menggunakan analisis PLS.

3	Dahrul Siregar, Ahmad Harun Daulay and Saparuddin Siregar (2021) Increasing Customer's Saving Interest Through Religiosity, Product Perception and Knowledge	The results showed that all independent variables of religiosity, product perception and knowledge have a positive and significant effect on saving interest in Islamic banking products. The most dominant variable in influencing consumers interest in saving is product perception.	Sama-sama menguji pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung	Terdapat penambahan variable persepsi sebagai variable bebas dan religiusitas sebagai variable moderasi Serta mrnggunakan analisis PLS.
4	Khoiriyah Ilfita (2021) The Influence of Sharia Financial Literacy, Religiosity and Perception of Saving Students Interest in Sharia Banks	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sharia financial literacy had no efeect on students interest to save at sharia banks. 2. Religiosity and perception have a positive and significant effect on students interest to save in sharia bank 	Sama-sama menguji pengaruh persepsi dan religiusitas terhadap mahasiswa minat menabung pada bank syariah	Terdapat penambahan variable pengetahuan sebagai variable bebas dan religiusitas sebagai variable moderasi Serta mrnggunakan analisis PLS.
5	Alifah Dwi Novianti dan Luqman Hakim (2021) Pengaruh Pengetahuan, Produk dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung dengan Variabel Moderating Persepsi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terdapat pengaruh pengetahuan, produk dan religiusitas terhadap minat menabung 2. Persepsi bukan merupakan variabel moderating pengetahuan bank dengan minat Menabung 3. Persepsi bukan merupakan variabel 	Sama-sama menguji pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung	Terdapat penambahan variable persepsi sebagai variable bebas dan religiusitas sebagai variable moderasi Serta mrnggunakan analisis PLS.

		<p>moderating produk bank dengan minat menabung</p> <p>4. Persepsi merupakan variabel moderating religiusitas bank dengan minat menabung</p>		
6	<p>Titin Agustin Nengsih, Arsa dan Pradita Sari Putri (2021) Determinan minat menabung masyarakat di Bank Syariah: Studi empiris di kota Jambi</p>	<p>1. Kepercayaan, promosi, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat</p> <p>2. Lokasi dan pengetahuan tidak mempengaruhi minat menabung</p>	<p>Sama-sama menguji pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung</p>	<p>Terdapat penambahan variable persepsi sebagai variable bebas dan religiusitas sebagai variable moderasi</p> <p>Serta mrnggunakan analisis PLS.</p>
7	<p>Mahgalena, Wahab and Choirul Huda (2021) Factors Affecting Student Interest Of Al-Quran Wonosobo Science University To Saving In A Syariah Bank</p>	<p>1. Knowledge had a significant effect on interest in saving</p> <p>2. Location and religiosity did not significantly influence the interest in saving</p>	<p>Sama-sama menguji pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung</p>	<p>Terdapat penambahan variable persepsi sebagai variable bebas dan religiusitas sebagai variable moderasi</p> <p>Serta mrnggunakan analisis PLS.</p>
8	<p>Winarti (2021) Pengaruh Pengetahuan Nasabah Terhadap Minat Menabung Di BNI Syariah KCP Kuningan</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan nasabah memiliki pengaruh yang positif dan</p>	<p>Sama-sama menguji pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung pada bank syariah</p>	<p>Terdapat penambahan variable persepsi sebagai variable bebas dan religiusitas</p>

		signifikan terhadap minat menabung		sebagai variable moderasi Serta mrnggunakan analisis PLS.
9	Rohmatul Umah, Rio Kartika Supriyatna, dan Musa Hubeis (2018) Pengaruh Persepsi Mahasiswa terhadap Minat Menabung di Bank Syariah: Studi Kasus Mahasiswa FEBI INAIS Bogor	Variabel persepsi mahasiswa tentang Bank Syariah memiliki pengaruh nyata dan positif terhadap minat menabung mahasiswa FEBI INAIS di Bank Syariah	Sama-sama menguji pengaruh persepsi terhadap minat menabung pada bank syariah	Terdapat penambahan variable pengetahuan sebagai variable bebas dan religiusitas sebagai variable moderasi Serta mrnggunakan analisis PLS.
10	Hendrik Saputra dan Moch. Khoirul Anwar (2019) Pengaruh Persepsi Mahasiswa Program Studi Non Ekonomi Islam Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah	Persepsi mahasiswa non ekonomi Islam secara keseluruhan pengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah	Sama-sama menguji pengaruh persepsi terhadap minat menabung pada bank syariah	Terdapat penambahan variable pengetahuan sebagai variable bebas dan religiusitas sebagai variable moderasi Serta mrnggunakan analisis PLS.
11	Febri Annisa Sukma Putri, Popon Srisusilawati, Yayat Rahmat Hdayat (2020)	1. Persepsi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat pembiayaan mikro	Sama-sama menguji pengaruh persepsi terhadap minat menabung pada bank syariah	Terdapat penambahan variable pengetahuan

	Pengaruh Persepsi dan Perilaku Masyarakat terhadap Minat pada Pembiayaan Mikro di Perbankan Syariah	2. Perilaku masyarakat berpengaruh signifikan terhadap minat pembiayaan mikro		sebagai variable bebas dan religiusitas sebagai variable moderasi Serta mrnggunakan analisis PLS.
12	Sri Rokhani dan Ahmad Nurkhi (2021) Pengaruh Pengetahuan dan Karakteristik Bank terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderasi	1. Pengetahuan dan karakteristik bank berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung 2. Religiusitas secara signifikan mampu memoderasi pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah. 3. Religiusitas secara signifikan mampu memoderasi pengaruh karakteristik bank terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah	Sama-sama menggunakan variabel pengetahuan sebagai variabel independen, menggunakan variabel minat menabung sebagai variabel dependen, menggunakan variabel religiusitas sebagai moderasi, metode penelitiannya. kuantitatif	Ada penambahan variabel independent berupa pengetahuan
13	Rudi Haryono (2021) Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi	1. Terdapat pengaruh variabel pengetahuan terhadap minat menabung 2. Terdapat pengaruh variabel religiusitas terhadap minat menabung	Sama-sama menguji pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung pada bank syariah	Terdapat penambahan variable persepsi sebagai variable bebas dan religiusitas

	Kasus Masyarakat Kota Jambi)	3. Terdapat pengaruh variabel kepercayaan terhadap minat menabung		sebagai variable moderasi Serta mrnggunakan analisis PLS.
14	Hibba Al Kanzu Dan Harry Soesanto (2016) Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Dan Perceived Value Terhadap Kepuasan Religius Untuk Meningkatkan Minat Menabung Ulang (Studi Pada BNI Syariah Semarang)	1. Persepsi kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan religious dan minat menabung ulang 2. Perceived value berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan religious dan minat menabung ulang 3. Kepuasan religious berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung ulang	Sama-sama menguji pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung pada bank syariah	Terdapat penambahan variable persepsi sebagai variable bebas dan religiusitas sebagai variable moderasi Serta mrnggunakan analisis PLS.
15	Putri Sugesti dan Luqman Hakim (2021) Peran Religiusitas Dalam Memoderasi Disposable Income Dan Pengetahuan Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah	1. Disposable Income memiliki pengaruh terhadap minat menabung, 2. Pengetahuan perbankan Syariah berpengaruh terhadap minat menabung, 3. Religiusitas sebagai variabel moderating tidak dapat memoderasi disposable income terhadap minat menabung 4. Religiusitas dapat memoderasi pengetahuan perbankan syariah	Sama-sama menguji pengaruh pengetahuan dan religiusitas sebagai moderasi terhadap minat menabung pada bank syariah	Terdapat penambahan variable pengetahuan sebagai variable bebas dan religiusitas sebagai variable moderasi Serta mrnggunakan analisis PLS.

		terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah		
16	Cindy Claudia Thohari dan Luqman Hakim (2021) Peran Religiusitas Sebagai Variabel Moderating Pembelajaran Perbankan Syariah, Literasi Keuangan Syariah, Product Knowledge Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah	<p>1. Terdapat pengaruh positif pembelajaran perbankan syariah, literasi keuangan dan product knowledge terhadap keputusan menabung di bank syariah</p> <p>2. Religiusitas tidak dapat memperkuat/memperlemah pengaruh pembelajaran perbankan syariah terhadap keputusan menabung di bank syariah</p> <p>3. Religiusitas tidak dapat memperkuat/memperlemah pengaruh keuangan syariah terhadap keputusan menabung di bank syariah</p> <p>4. Religiusitas dapat memperkuat/memperlemah pengaruh product knowledge terhadap keputusan menabung di bank syariah</p>	Sama-sama menggunakan variabel pengetahuan sebagai variabel independen, menggunakan religiusitas sebagai metode moderasi, metode penelitiannya. kuantitatif	Ada penambahan variabel independent yang diteliti yaitu persepsi.

Sumber: Diambil dari beberapa karya ilmiah tahun 2016-2021

G. Orisinalitas Penelitian

Pada tabel 1.1 penelitian terdahulu dapat dipahami bahwa orisinalitas dari penelitian ini terletak pada adanya variable moderasi berupa religiusitas

dan teknik analisis data menggunakan PLS. Serta objek dari penelitian ini mengarah pada mahasiswa ekonomi syariah di PASCA UIN MALANG. Peneliti mencoba menguji Variabel religiusitas apakah mampu memoderasi pengaruh variabel pengetahuan dan persepsi terhadap minat menabung di Bank Syariah pada mahasiswa pascasarjana ekonomi syariah.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. *Theory of Planned Behavior (TPB)*

Theory of Planned Behavior (TPB) atau Teori Perilaku Terencana merupakan teori yang pertama kali dikembangkan oleh Ajzen pada tahun 1991, dan TPB saat ini menjadi teori psikologi sosial paling populer untuk menjelaskan perilaku individu dalam berbagai domain yang digunakan sebagai teori (Gao et al. 2017). Teori ini merupakan perluasan dari Theory of Reasonable Behaviour (TRA) yang mencoba menjelaskan dan memahami mengapa seseorang mampu melakukan suatu tindakan tertentu (Ajzen 1985, 1991). Dengan demikian, TPB termasuk faktor sentral minat individu dalam melakukan perilaku tertentu (Ajzen 1991).

Menurut (Ajzen and Fishbein 1975), minat atau niat (*intention*) merupakan komponen dalam diri individu yang mengacu pada minat untuk melakukan tingkah laku tertentu. Minat mengacu pada motif individu yang terkait dengan keputusan atau rencana sadar untuk melakukan tindakan tertentu (Armitage, C. J. & Conner 2015). Sebagai aturan umum, kinerja yang lebih tinggi lebih mungkin terjadi ketika seorang individu lebih tertarik untuk terlibat dalam suatu perilaku (Ajzen 1991). Minat merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian. Teori ini merupakan

teori yang baik dan bagus untuk memprediksi dan mendeskripsikan minat pembelian.

Sikap mencerminkan sejauh mana individu menilai perilaku sebagai menyenangkan atau tidak menyenangkan (Ajzen 1991). Dengan kata lain, sikap terhadap perilaku bergantung pada evaluasi keseluruhan perilaku dan keyakinan pada hasil yang diinginkan (Tan, Ooi, and Goh 2017). Secara umum, semakin positif sikap individu terhadap suatu perilaku, semakin besar kemungkinan mereka melakukan perilaku tersebut (Gao et al. 2017).

Norma subyektif adalah persepsi individu terhadap perilaku yang dipengaruhi oleh sikap orang lain, memberikan pandangan tentang diri sendiri sebagai faktor sosial (Fishbein et al. 1980). Pengakuan individu atas persetujuan orang-orang penting terhadap suatu tindakan sudah cukup untuk menarik minat mereka dalam melakukan tindakan tersebut (Shin and Hancer 2016). Oleh karena itu, kesadaran yang tinggi terhadap norma subyektif dapat meningkatkan kemungkinan melakukan perilaku tertentu (Gao et al. 2017)

Persepsi dalam teori persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*) dapat berperan sebagai motivasional terhadap minat. Kontrol perilaku telah digambarkan sebagai kesulitan atau kemudahan yang dirasakan dalam melakukan suatu perilaku (Ajzen 2002). Lebih khusus lagi, PBC menunjukkan bahwa individu terlibat dalam perilaku tertentu berdasarkan keyakinan mereka bahwa mereka dapat mengakses sumber daya dan peluang yang dibutuhkan. Orang yang percaya bahwa mereka

tidak memiliki sumber daya atau kesempatan yang tersedia untuk melakukan perilaku tertentu mungkin tidak mengembangkan minat perilaku yang kuat di dalamnya, bahkan jika mereka positif tentang perilaku tersebut dan percaya bahwa jika mereka melakukannya, orang lain akan menyetujuinya. Di sana, minat kuat individu untuk melakukan tindakan tertentu akan dihasilkan dari tingkat kontrol yang tinggi atas diri mereka sendiri (Gao et al. 2017). Oleh karena itu, dalam penelitian ini persepsi dapat dipandang sebagai penentu yang mendasari minat individu.

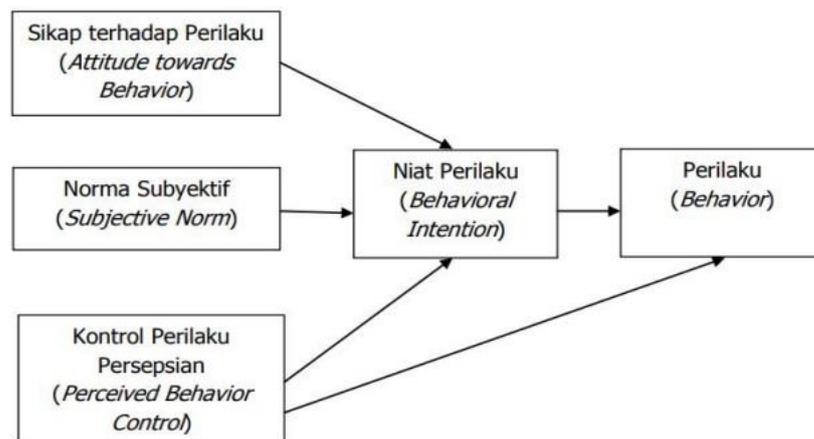
Teori ekonomi perilaku terencana atau TPB, yang dikembangkan oleh Ajzen, menyatakan bahwa ada faktor latar belakang (sikap terhadap perilaku, norma subyektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan) (Ajzen 2005), ciri-ciri kepribadian, emosi, kecerdasan, pengalaman. Faktor sosial meliputi pendidikan, umur, jenis kelamin, pendapatan, agama dan suku. Faktor informasi adalah pengetahuan, media dan intervensi (Ajzen 2005).

Pengetahuan tentang faktor latar belakang, termasuk faktor informasi. Dalam Planned Behavior Theory (TPB), pengetahuan merupakan salah satu faktor latar belakang yang mempengaruhi minat dan tindakan seseorang. Sebagai contoh, pengetahuan tentang pengertian, prinsip dan produk perbankan syariah dapat mempengaruhi minat nasabah untuk menabung di bank syariah. (Ajzen 2005). Terdapat penelitian yang sejalan salah satunya yang diteliti oleh (Novianti and Hakim 2021) dimana pengetahuan berpengaruh positif terhadap minat.

Salah satu teori yang mendasari penelitian ini adalah Planned Behavior Theory (TPB). Gambar 2.1 memperlihatkan hubungan antar struktur TPB sebagai berikut:

Gambar 2.1

Hubungan antar kontruk TPB



Sumber : Ajzen, 1991

2. Consumer Behavior Theory

Consumer Behavior Theory dikembangkan oleh (Wardhana 2020).. Menurut (Suprpti 2020) teori perilaku konsumen merupakan salah satu studi mengenai seseorang baik secara individual maupun kelompok atau organisasi mengenai proses mereka untuk memilih ataupun menggunakan suatu produk atau jasa. Berkaitan dengan keputusan menabung, maka keputusan nasabah untuk menabung pada bank syariah dipengaruhi oleh perilaku orang tersebut. Banyak faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen seperti perseption atau sensasion, beliefes, social dan lain sebagainya.

Persepsi atau sensasi (perception/sensation) merupakan proses memperoleh dan memproses informasi yang mempengaruhi cara berpikir yang didasarkan pada tingkat pengalaman atau pengetahuan orang tersebut atau pengaruh lain yang membantu mengatur dan membentuk konten kognitif atau konten pengetahuan (Demuth 2013). Keyakinan (beliefs) merupakan keyakinan kognitif atas suatu kebenaran yang dinyatakan dalam perbutan, perilaku yang pada tempatnya (propositional). Keyakinan merupakan perwalian informasi yang dimiliki seseorang tentang suatu hal (Agarwala, Mishra, and Singh 2019). Keyakinan individu terkait erat dengan agama seseorang, baik secara langsung melalui kitab-kitab suci maupun secara tidak langsung melalui masyarakatnya (Souiden and Rani 2015).

Agama adalah tatanan simbol, gagasan, dan praktik yang memungkinkan seseorang merasa dekat dengan Tuhannya sambil memberikan panduan untuk interaksinya dengan orang lain (Souiden and Rani 2015). Religiusitas merujuk pada derajat ketaqwaan, keimanan dan ibadah kepada Tuhan (Suhartanto 2019). Dengan kata lain, religiusitas seseorang diartikan sebagai keyakinan dan pengabdian pribadi seseorang terhadap ajaran-ajaran ketuhanan. Konsekuensinya, karena agama merupakan pengabdian pribadi atau personal terhadap aturan-aturan Tuhan, maka tidak hanya mempengaruhi cara manusia hidup dan berinteraksi dengan orang lain, tetapi juga perilakunya sehari-hari, seperti: memberi. B. Pemilihan dan Konsumsi Produk dan Layanan Tabungan di Perbankan

Syariah. dalam rangka untuk mencapai kemandirian ekonomi dan persiapan dimasa yang akan datang.

Penelitian ini menyajikan bahwa variabel pengetahuan, persepsi, dan religiusitas memiliki peran besar dalam menentukan minat menabung mahasiswa di Bank Syariah

B. Hubungan Antar Variabel

1. Pengetahuan dan minat menabung di Bank Syariah

Pengetahuan adalah segala bentuk informasi yang tersedia dari berbagai sumber (buku, surat kabar, media sosial, dll) dan yang dapat mempengaruhi perilaku individu. Pendapat tersebut sejalan dengan Theory of Planned Behavior (TPB) yang dikembangkan oleh (Ajzen 2005), yang menyatakan bahwa salah satu faktor latar belakang (informasi) dapat mempengaruhi minat terhadap pengetahuan, dapat diartikan tinggi tidaknya pengetahuan seseorang. Dengan begitu, Anda bisa meningkatkan minat menabung di bank.

Melalui mata kuliah Ekonomi Syariah, mahasiswa UIN Malang akan dibantu untuk mengetahui dan memahami tentang Perbankan Syariah berikut ini: Pengetahuan Produk, Pengetahuan Perbankan Syariah, Pengetahuan Bagi Hasil, Pengetahuan Akad Perbankan Syariah. Dengan ilmu tersebut, seharusnya mahasiswa dapat menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari sehingga dapat mencapai tujuan mata kuliah Ekonomi Syariah. Semakin banyak pengetahuan yang dimiliki mahasiswa tersebut,

maka semakin besar kemungkinan mempengaruhi minat mereka untuk menabung di perbankan syariah.

Hasil penelitian oleh (Winarti 2021) yang mengatakan bahwasannya pengetahuan berpengaruh terhadap minat menggunakan produk perbankan syariah. Sejalan dengan penelitian oleh (Haryono, Mubyarto, and Ferawati 2021; Novianti and Hakim 2021; Nurkhi 2021; Siregar, Daulay, and Siregar 2021; Sugesti and Hakim 2021; Wahab and Huda 2021).

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa pengetahuan dapat mempengaruhi niat menabung di perbankan syariah. Semakin tinggi tingkat pengetahuan maka semakin tinggi pula minat menabung di perbankan syariah. Sebaliknya, rendahnya tingkat pengetahuan dikaitkan dengan rendahnya minat menabung di bank syariah.

H1 = Pengetahuan secara signifikan dan positif mempengaruhi minat menabung di Bank Syariah

2. Persepsi dan minat menabung di Bank Syariah

Mengungkapkan bahwa persepsi secara alami membutuhkan teori untuk menjelaskan keberlanjutannya. Persepsi Dalam teori persepsi kontrol perilaku, teori ini mendalilkan bahwa persepsi kontrol perilaku memiliki implikasi motivasi minat. Kontrol perilaku digambarkan sebagai kesulitan atau kemudahan yang dirasakan dalam melakukan perilaku (Ajzen 2002). Sama halnya juga dengan teori perilaku konsumen (Wardhana 2020) yang menyatakan persepi juga dapat mempengaruhi minat seseorang.

Menurut (Lee dan Kotler 2011), target memiliki kemungkinan yang tinggi untuk terlibat dalam perilaku jika mereka memiliki sikap positif terhadap perilaku tersebut, menerima persetujuan dari orang-orang yang dekat dengan mereka dan anggota keluarga, dan percaya bahwa perilaku tersebut dapat dilakukan dengan baik. Menambahkan variabel untuk konstruk ini, yaitu kontrol perilaku yang dirasakan.

Persepsi yang baik atau positif adalah dasar untuk pembelajaran yang baik. Jika seseorang memiliki wawasan yang baik, maka mereka memiliki dasar belajar yang baik. Sebaliknya, jika seseorang yang memiliki persepsi buruk atau negatif akan mengalami kesulitan dalam memahami. Persepsi negatif pun bisa menyebabkan seseorang menjadi stres (Gulo 2000).

Persepsi menurut (K. dan Keller 2008) merupakan proses memilih, mengatur, dan menerjemahkan masukan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang berarti. Apabila persepsi tentang bank syariah baik maka dapat meningkatkan minat menabung mahasiswa di Bank Syariah. Hasil penelitian oleh (Umah, Supriyatna, and Hubeis n.d.) menyatakan bahwa Variabel persepsi mahasiswa tentang Bank Syariah memiliki pengaruh terhadap minat menabung mahasiswa FEBI INAIS di Bank Syariah. Senada juga dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ilfita and Canggih 2021; Al Kanzu and Soesanto 2016; Saputra and KHOIRUL ANWAR 2019; Siregar, Daulay, and Siregar 2021).

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan persepsi yang baik tentang Bank Syariah dapat mempengaruhi minat seseorang dan menarik calon nasabah. Jika persepsi tentang bank syariah buruk, maka minat menabung di Bank Syariah pun akan menurun.

H2 = Terdapat pengaruh positif signifikan persepsi terhadap minat menabung

3. Religiusitas Memoderasi Pengaruh Pengetahuan terhadap Minat Menabung

Keberagamaan atau religiusitas, terjadi tidak hanya ketika seseorang terlibat dalam melakukan ibadah, tetapi juga terlibat dalam aktivitas lain yang didorong oleh kekuatan supranatural. Tidak hanya terkait dengan aktivitas yang tidak terlihat dan berlangsung di dalam hati sendiri. Religiusitas seseorang muncul dari dalam diri seseorang dan mendorongnya untuk melakukan sesuatu yang diperintahkan oleh agamanya, dalam hal ini juga akan terjadi pada seseorang yang memiliki tingkat religiusitas yang tinggi, mereka akan cenderung melakukan hal sehari-hari untuk melakukan kegiatan ekonomi sesuai dengan ajaran agama yang dianut.

Mengetahui tentang bank syariah saja tidak cukup untuk membuat seseorang tertarik untuk menabung di bank syariah. Berdasarkan penelitian sebelumnya, hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa pengaruh pengetahuan terhadap niat menabung masih tidak konsisten, kadang berpengaruh signifikan, kadang tidak berpengaruh. Karena ada faktor lain yang mempengaruhi yaitu religiusitas konsumen. Hasil

penelitian oleh (Thohari and Hakim 2021) menyatakan bahwa religiusitas mampu memoderasi pengaruh pengetahuan terhadap keputusan menabung di Bank Syariah. Penelitian yang juga mengungkapkan bahwa religiusitas berpengaruh positif terhadap minat menabung dilakukan oleh (Haryono, Mubyarto, and Ferawati 2021; Ilfita and Canggi 2021; Novianti and Hakim 2021; Siregar, Daulay, and Siregar 2021; Sugesti and Hakim 2021; Thohari and Hakim 2021).

Berdasarkan uraian di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwasannya Islam mengajarkan kita dalam melakukan kegiatan ekonomi dalam sehari-hari harus menerapkan prinsip syariah. Oleh karena itu, tingkat religiusitas yang tinggi dapat meningkatkan pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung di Bank Syariah.

H3 = Religiusitas mampu memoderasi pengetahuan terhadap minat Menabung

4. Religiusitas Memoderasi Pengaruh Persepsi terhadap Minat Menabung

Menurut (Hurriyati 2019), persepsi adalah proses dimana seseorang mengatur, memilih, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk sesuatu yang bermakna tentang dunia. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa persepsi adalah penglihatan yang dimiliki seseorang terhadap objek stimulus berupa iklan, peristiwa atau objek yang ditemuinya.

Penelitian sebelumnya tentang pengaruh persepsi terhadap niat menabung di bank syariah tidak konsisten. Sehingga diperlukan suatu faktor yang dapat menjelaskan pengaruh tersebut, dalam penelitian ini faktor yang

dihadirkan yaitu religiusitas. *Cunsomer Behavior Theory* memiliki implikasi dalam penelitian ini yaitu seseorang akan cenderung memilih atau berminat terhadap produk yang menerapkan hukum-hukum Islam. Hasil penelitian oleh (Ilfita and Canggih 2021) menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh positif terhadap minat menabung di Bank Syariah. Sejalan dengan penelitian (Haryono, Mubyarto, and Ferawati 2021; Novianti and Hakim 2021; Siregar, Daulay, and Siregar 2021). Dengan demikian, religiusitas dapat memperkuat pengaruh persepsi terhadap minat menabung di Bank Syariah

H4 = Religiusitas mampu memoderasi persepsi terhadap minat Menabung

C. Perspektif Islam Tentang Variabel Penelitian

1. Pengetahuan (*Knowledge*)

Allah SWT menguasai seluruh alam semesta dan segala isinya. Dia juga maha mengetahui segala sesuatu yang tidak diketahui manusia. Allah SWT menciptakan alam semesta agar manusia dapat memahami dan mempelajari apa yang diciptakan-Nya. Tidak hanya beribadah kepada-Nya, tetapi Allah SWT memerintahkan hamba-Nya untuk menuntut ilmu, menuntut ilmu adalah bagian dari ibadah.

Menurut Quraish Shihab, Al-Quran menyarankan menggunakan akal sehat, penalaran dll. Seperti yang diilustrasikan dalam ayat-ayat yang menjelaskan pengetahuan, diantaranya dalam surah Al-Isra' ayat 36:

﴿وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَٰئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْنُونًا﴾

Artinya: "Dan janganlah kamu mengikuti sesuatu yang tidak kamu ketahui. Karena pendengaran, penglihatan, dan hati nurani, semua itu akan diminta pertanggungjawabannya".

2. Persepsi (*Perception*)

Persepsi sudut pandang dan pemahaman seseorang terkait peristiwa dan realitas kehidupan yang diamali. Persepsi konsumen berkaitan dengan bagaimana individu membentuk opini tentang perusahaan dan produk yang mereka tawarkan melalui pembelian yang mereka lakukan. Ini adalah proses di mana konsumen memilih, mengatur, dan menafsirkan informasi untuk memberikan diri mereka pandangan yang bermakna dan koheren tentang produk atau layanan. Ini juga mengacu pada bagaimana pelanggan melihat produk berdasarkan kesimpulan mereka sendiri. Manusia sebagai makhluk penanggung jawab khilafah diberikan beberapa keistimewaan, salah satunya adalah proses dan fungsi persepsi yang lebih rumit dan kompleks ditimbang dengan makhluk Tuhan lainnya. Dalam bahasa Al-Qur'an, berbagai proses dan fungsi persepsi bersumber pada proses penciptaan yang terdapat dalam QS. Al-An'am ayat 7, yaitu:

﴿وَلَوْ نَزَّلْنَا عَلَيْكَ كِتَابًا فِي قِرْطَاسٍ فَلَمَسُوهُ بِأَيْدِيهِمْ لَقَالُوا الَّذِيْنَ كَفَرُوا اِنْ هٰذَا اِلَّا سِحْرٌ مُّبِيْنٌ ﴿٧﴾﴾

Artinya: Dan kalau Kami turunkan kepadamu tulisan di atas kertas, lalu mereka dapat menyentuhnya dengan tangan mereka sendiri, tentulah orang-orang kafir itu berkata: "Ini tidak lain hanyalah sihir yang nyata".

Ayat diatas mengacu pada kemampuan untuk menyadari indera yang berkaitan dengan rangsangan sentuhan. Dimana terdapat kisah Nabi Yusuf dan keluarganya yang berbicara tentang kemampuan ayahnya, Nabi Yakub, untuk mendeteksi keberadaan Yusuf hanya melalui bau harum

Yusuf yang terpancar dari pakaian kakak-kakaknya. Yusuf. QS. Yusuf ayat 94:

وَلَمَّا فَصَلَتِ الْعِيرُ قَالَ أَبُوهُمْ إِنِّي لَأَجِدُ رِيحَ يُوسُفَ لَوْلَا أَنْ تُفَنِّدُونِ ﴿٩٤﴾

Artinya: Tatkala kafilah itu telah keluar (dari negeri Mesir) berkata ayah mereka: "Sesungguhnya aku mencium bau Yusuf. Sekiranya kamu tidak menuduhku lemah akal (tentu kamu membenarkan aku)".

3. Minat Menabung

Bank syariah adalah intermediasi yang berasaskan dari ajaran syariah dan berdasarkan ketentuan-ketentuan syariah Islam, terutama yang berkaitan dengan tata cara bertransaksi secara syariah. Menabung merupakan kegiatan yang sangat dianjurkan oleh Islam, karena dengan menabung berarti seseorang tersebut dapat mempersiapkan diri untuk masa depan yang panjang. Dalam ajaran Islam, menabung salah satu upaya berjaga-jaga. Konsep menabung dapat dipahami dari ayat-ayat Al-Qur'an yang menganjurkan kita untuk menabung baik secara eksplisit maupun secara implisit. Seperti dalam surat Al-Furqan ayat 67 yang artinya: "Dan (termasuk hamba - hamba Tuhan yang maha pengasih lagi maha penyayang) orang-orang yang apabila menyumbangkan (hartanya), mereka tidak berlebih - lebihan, dan tidak juga kikir, di antaranya itu adalah wajar".

Selain di dalam Al - Qur'an, dijelaskan juga didalam Hadist membenarkan untuk menabung. Dimana didalam hadist tersebut sebagai berikut: "Allah memberi rahmat kepada seorang hambanya yang sudah berusaha dengan baik, membelanjakan secara tidak berlebih - lebihan, dan dapat untuk menyisihkan kelebihan hartanya untuk menjaga saat miskin dan

saat lagi membutuhkan.” (HR Bukhari & Muslim). Hadist itu menerangkan bahwasannya orang yang menabung dengan tujuan yang baik akan di berikan rahmat oleh Allah SWT.

Menabung didalam perspektif Islam menurut (Damayanti 2016) menjelaskan bahwasannya menabung berarti mempersiapkan aset kita untuk pengeluaran besar di masa depan oleh karena itu akan ada cukup dana yang tersedia ketika saatnya tiba. Menabung merupakan bagian dari pengendalian diri. Berhemat berarti bahwa nafsu tidak memotivasi kita untuk memuaskan pemenuhan kepuasan sekarang atau jangka pendek, tetapi kita dapat mengarahkan sesuai kebutuhan untuk masa depan yang jauh leebih penting bukan dari pemenuhan keinginan.

Menurut (Burhan 2012) keinginan untuk menabung merupakan perilaku yang positif dan bersifat alamiah sebagaimana yang terdapat dalam dfirman Allah di dalam Al-Qur’an, surah 17, ayat 100:

قُلْ لَوْ أَنْتُمْ تَمْلِكُونَ خَزَائِنَ رَحْمَةِ رَبِّي إِذَا لَأَمْسَكْتُمْ خَشْيَةَ الْإِنْفَاقِ ۗ وَكَانَ الْإِنْسَانُ قَنُورًا ﴿١٠٠﴾

Katakanlah (Muhammad), “Sekiranya kamu menguasai perbendaharaan perbendaharaan rahmat Tuhanku, niscahya (perbendaharaan) itu kamu tahan, karena takut membelanjakannya.” Dan manusia itu memang sangat kikir.

Surah 3, ayat 14:

زُيِّنَ لِلنَّاسِ حُبُّ الشَّهَوَاتِ مِنَ النِّسَاءِ وَالْبَنِينَ وَالْقَنَاطِيرِ الْمُقَنْطَرَةِ مِنَ الذَّهَبِ وَالْفِضَّةِ وَالْخَيْلِ

الْمُسَوَّمَةِ وَالْأَنْعَامِ وَالْحَرْثِ ۗ ذَلِكَ مَتَاعُ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا ۗ وَاللَّهُ عِنْدَهُ حُسْنُ الْمَاٰبِ ﴿١٤﴾

Dijadikan terasa indah dalam pandangan manusia cinta terhadap apa yang diinginkan, berupa perempuan-perempuan, anak-anak, harta benda yang bertumpuk dalam bentuk emas dan perak, kuda pilihan, hewan ternak, dan sawah ladang. Itulah kesenangan hidup di dunia, dan di sisi Allah-lah tempat kembali yang baik.

Dan Surah 70, ayat 19-21:

إِنَّ الْإِنْسَانَ خُلِقَ هَلُوعًا ﴿١٩﴾ إِذَا مَسَّهُ الشَّرُّ جَزُوعًا ﴿٢٠﴾ وَإِذَا مَسَّهُ الْخَيْرُ مَنُوعًا ﴿٢١﴾

Sesungguhnya manusia diciptakan bersifat keluh kesah dan kikir. Apabila ia ditimpa kesusahan ia berkeluh kesah, dan apabila ia mendapat kebaikan ia amat kikir.

Oleh karena itu dapat diambil kesimpulan bahwa minat menabung di bank syariah merupakan keinginan dan dorongan yang muncul secara sadar dari diri sendiri tanpa adanya tekanan untuk menabung di lembaga perbankan syariah. Perbankan Syariah adalah lembaga keuangan yang menjalankan usahanya berdasarkan prinsip syariah sesuai dengan prinsip yang diatur oleh Dewan Syariah Nasional. Bunga tabungan syariah dimaksudkan untuk menutupi kebutuhan masa depan umat Islam yang ingin menabung tanpa riba/bunga.

4. Religisuitas

Surah Al-Baqarah ayat 208 menyatakan bahwa umat Islam harus memiliki agama penuh atau sebagian. Dalam aktivitas kesehariannya, umat Islam diharapkan untuk selalu mengamalkan Islam atau apapun yang dilakukannya untuk beribadah kepada Allah (Suroso 2005). Sebagaimana yang difirmankan dalam Al-Qur'an syrat Al Baqarah ayat 208:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا ادْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَآفَّةً وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ﴿٢٠٨﴾

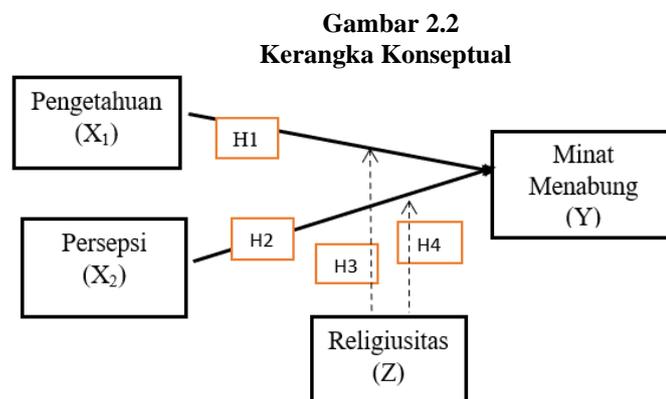
Artinya: "Wahai orang-orang yang beriman! Masuklah ke dalam Islam secara keseluruhan dan janganlah kamu ikuti langkah-langkah setan. Sungguh ia musuh yang nyata bagimu". (Q.S Al-Baqarah: 208)

Ayat diatas menerangkan bahwasannya kaum muslimin dianjurkan untuk beragama dengan inklusif dan secara maksimal. Bahkan ketika didalam keadaan beraktivitas sehari-haripun umat Islam diharapkan agar

selalu berpedoman sesuai ajaran agama Islam apapun yang dilakukan harus diniatkan dalam rangka beribadah kepada Allah (Suroso 2005). Manusia religious merupakan manusia yang secara keseluruhan dan tetap diarahkan kepada sang pencipta. Agama memiliki peranan penting dalam kehidupan manusia, manusia membutuhkan agama untuk memenuhi kebutuhan rohani agar mendapatkan ketentraman dikala mereka mengabdikan dan mendekatkan diri kepada yang maha kuasa.

D. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual adalah gambaran umum dari penelitian yang akan dilakukan. Kerangka tertulis menggambarkan prosedur dan apa yang diperiksa didalam penelitian. Kerangka konseptual berisi pokok-pokok pemikiran dari penelitian yang akan dilakukan. Selain itu, kerangka konseptual mencerminkan teori yang digunakan di dalam penelitian (Alfianika 2018)



Sumber : Data diolah Peneliti, 2022

Ket : = Uji Langsung
 = Uji Moderasi

Gambar di atas menunjukkan bahwa pengetahuan dan persepsi sebagai variabel independen berpengaruh terhadap minat menabung di Bank Syariah sebagai variabel dependen dan religiusitas sebagai variabel moderasi.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan explanatory. Dimana penelitian kuantitatif adalah proses memperoleh data dengan menggunakan alat bantu berupa angka-angka untuk memberikan penjelasan tentang apa yang diinginkan. Pendekatan eksplanatori digunakan untuk menguji hipotesis. Menurut (Sugiyono 2017), *explanatory research* adalah metode penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan kedudukan variabel yang diteliti dan pengaruh antar variabel. Alasan utama peneliti ini memakai metode *explanatory research* adalah untuk menguji hipotesis yang diajukan.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi pada penelitian ini terletak pada mahasiswa ekonomi syariah pascasarjana UIN Malang tahun 2020 dan 2021. Alasan peneliti ingin mengetahui apakah pengetahuan dan persepsi mahasiswa berpengaruh terhadap minat menabung di Bank Syariah.

C. Operasional Variabel

Operasional variabel merupakan penjelasan yang mengenai dimensi variabel dan indicator. Selanjutnya operasional variabel menunjukkan mengenai pengukuran atas dimensi variabel dan indicator. Berikut adalah table 3.1 yang menjelaskan operasional variabel dalam penelitian ini:

Tabel 3.1
Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Dimensi	Item	Sumber
1	Pengetahuan (X1)	Pengetahuan merupakan segala suatu atau informasi yang diperoleh melalui pengalaman dan diketahui oleh manusia yang didapatkan melalui sebuah proses seperti melihat, mendengar	a. Product knowledge	1. Pengetahuan yang cukup 2. Minat untuk mengetahui	1. Bank Syariah adalah bank yang menurut hukum Al-Qur'an, As-Sunnag, Fatwa ulama dan pemerintah 2. Saya tertarik untuk mengetahui produk-produk yang ada di Bank Syariah	(Ismail et al. 2018) (Nurparliana, Astuti, and Miswan 2022)
			b. Purchase knowledge	1. Pengetahuan tentang lokasi jasa transaksi e-channel	1. Saya mengetahui penempatan jasa transaksi e-channel	
			c. Usage knowledge	1. Pengetahuan tentang tatacara penggunaan 2. Pengetahuan fungsi dari e-channel	2. Saya mengetahui tata cara menabung di Bank Syariah 3. Saya mengetahui manfaat layanan e-channel di Bank Syariah	
2	Persepsi (X2)		a. Kognitif (knowledge)	1. Attaractive	1. Saya percaya IB akan memungkinkan saya dengan mudah mendapatkan	(Loo 2010) (Agapito, Oom do Valle, and da

		Persepsi adalah proses pemahaman yang di peroleh dari kemampuan dalam menanggapi, dan mengamati suatu informasi melalui panca indera yang selanjutnya akan di analisa sehingga mendapatkan makna yang sebenarnya		2. Understanding	<p>pembiayaan bisnis pribadi</p> <p>2. Konsep perbankan bebas bunga, akan mendorong saya untuk memilih produk dan layanan IB</p>	Costa Mendes 2013)
			b. Afektif (feeling)	1. Prospect	3. Terlibat dalam produk dan layanan IB akan menjadi pertimbangan saya dalam waktu dekat	
			c. Konatif (intention to use)	<p>1. Intention to recommend</p> <p>2. Intention to revisit</p> <p>3. Willingness to do business</p>	<p>4. Saya akan mempengaruhi kerabat saya untuk mengadopsi IB</p> <p>5. Saya akan kembali menggunakan layanan Bank Syariah jika sudah memenuhi harapan</p> <p>6. Saya akan memulai bisnis dengan menggunakan layanan Bank Syariah</p>	
3	Minat Menabung (Y)	Minat menabung adalah keinginan dari diri individu untuk kegiatan menyimpan uang di bank yang dilakukan secara sadar, tidak terpaksa dan dengan perasaan senang	a. Minat Transaksional	<p>1. Rasa suka dalam membeli produk</p> <p>2. Mempertimbangkan merk dalam melakukan keputusan pembelian</p>	<p>1. Saya memiliki rasa suka dalam membeli produk di bank syariah</p> <p>2. Saya membutuhkan bank syariah untuk membantu perencanaan keuangan saya</p>	<p>(Al Faqih 2020)</p> <p>(Wonok and Loindong 2018)</p>

			b. Minat Referensial	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki keinginan yang kuat dalam merekomendasikan produk 2. Memiliki pengorbanan membeli produk 	<ol style="list-style-type: none"> 3. Saya merekomendasikan produk di bank syariah kepada orang lain 4. Saya tidak akan pindah ke bank lain dengan berbagai kelebihan dan kemudahan yang diberikan bank kepada saya 	
			c. Minat Preferensial	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki minat yang besar 2. Merasa puas dalam membeli suatu produk 	<ol style="list-style-type: none"> 5. Saya berminat menabung di bank syariah karena ingin mendapatkan keselamatan dunia dan akhirat 6. Saya akan menyarankan orang lain untuk menjadi nasabah di bank syariah 	
4	Religiusitas (Z)	Religiusitas pelaksanaan adalah agama	a. Pengalaman/toleransi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Biaya lebih rendah (Bank Syariah atau Konvensional) 2. Tidak akan menghakami secara negatif 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya dapat memahami orang yang memilih bank karena biaya yang lebih rendah (Bank Syariah atau Konvensional) 2. Saya tidak akan menilai negatif, mereka yang memilih bank lain (Bank Syariah atau Konvensional) 	(Usman et al. 2017)

		dalam diri seseorang yang meliputi pikiran, perasaan dan perilaku serta memelihara dan meningkatkan keimanan sesuai dengan jalan dan tujuan yang benar	b. Kepercayaan/keyakinan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perintah Allah 2. Bentuk penyerahan diri kepada Allah 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya percaya penggunaan Bank Syariah adalah perintah Allah\ 2. Saya percaya penggunaan Bank Syariah adalah bentuk penyerahan diri kepada Allah
			1. Pengetahuan agama/enrichment	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mencari hukum-hukum sistem perbankan dalam Al-Qur'an 	<ol style="list-style-type: none"> 3. Saya mencoba mencari tahu hukum sistem perbankan dalam Al-Qur'an

Sumber: Data diolah peneliti, 2022

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi didefinisikan sebagai sekumpulan obyek atau subyek yang memiliki sifat dan karakteristik tertentu untuk diteliti. mempunyai ciri dan sifat tertentu untuk dipelajari. Oleh karena itu, populasi tidak hanya terdiri dari orang, tetapi juga objek lainnya (Supriyanto and Ekowati 2019).

Adapun populasi pada penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Ekonomi Syariah Pascasarjana UIN Malang dari Angkatan 1 sampai 4 periode 2020-2021 yaitu 104 mahasiswa.

Tabel 3.2

Jumlah Populasi Penelitian

Angkatan	Semester	Jumlah Mahasiswa
2020	4	31
	3	13
2021	2	22
	1	38
Jumlah Keseluruhan		104

Sumber : Akademik Pascasarjana UIN Malang, 2022

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari sekumpulan objek atau subjek yang menunjukkan sifat dan karakteristik tertentu yang akan diteliti. Sehingga sampel menjadi bagian dari populasi. Penggunaan sampel disarankan saat populasinya relatif besar (Supriyanto and Ekowati 2019).

Menurut Arikunto (Arikunto 2019) jika jumlah populasinya kurang dari 100 orang, maka jumlah sampelnya diambil secara keseluruhan, tetapi jika populasinya lebih besar dari 100 orang, maka bisa di ambil 10-15% atau 20-25% dari jumlah populasinya.

Berdasarkan penelitian ini karena jumlah populasinya tidak lebih besar dari 100 orang responden, maka penulis mengambil 100% jumlah populasi yang ada pada mahasiswa ekonomi syariah pascasarjana UIN Malang yaitu sebanyak 104 orang responden. Dengan demikian penggunaan seluruh populasi tanpa harus menarik sampel penelitian sebagai unit observasi disebut sebagai teknik sensus.

Metode penentuan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode sampel jenuh (sensus). Metode sampel jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan menjadi sampel ((D. R. Sugiyono 2002).

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi merupakan pengumpulan data berdasarkan fakta-fakta yang mereka peroleh melalui pengamatan. (Sugiyono 2014). Peneliti melakukan observasi pada mahasiswa terkait minatnya menabung di bank syariah

2. Dokumentasi

Studi dokumenter melengkapi penggunaan metode observasional dalam penelitian kualitatif (Sugiyono 2010). Metode ini sangat

diperlukan didalam penelitian dikarenakan dapat digunakan untuk meyakinkan dan memastikan kebenaran data dalam catatan. Pencarian informasi dapat berupa informasi perusahaan, buku, artikel, literatur, dll.

Informasi dokumenter yang diperlukan dalam penelitian ini berkaitan dengan perkembangan jumlah pelanggan mahasiswa pascasarjana UIN Malang Angkatan 2020 – 2021 atau semester 1 - 4.

3. Kuisisioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dimana partisipan atau responden mengisi pertanyaan atau pernyataan peneliti. Peneliti dapat memperoleh informasi tentang pikiran, perasaan, sikap, keyakinan, nilai, persepsi, kepribadian dan perilaku responden. (P. Sugiyono 2015).

F. Instrument Penelitian

Dalam penelitian kuantitatif, peneliti biasanya menggunakan instrumen (pengukuran) untuk mengumpulkan data. Dalam penelitian ini alat pengumpulan data menggunakan angket atau kuisisioner. Pertanyaan dan pernyataan kuisisioner diukur dengan menggunakan skala Likert . Dengan skala likert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Indikator-indikator tersebut kemudian digunakan sebagai titik awal untuk menyusun item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Dalam penelitian ini, tanggapan responden diberi skor menurut (Sugiyono 2014):

Sangat Setuju (SS) = 4

Setuju (S) = 3

Tidak Setuju (TS) = 2

Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

Perubahan dalam skala likert ditunjukkan untuk meniadakan kelemahan yang tercatat oleh skala lima poin, karena alasan yang diberikan dibawah (Sutrisno 1991):

1. Kategori undecided (ragu-ragu/netral) mempunyai arti ganda, dapat diartikan tidak dapat mengambil keputusan atau memberikan jawaban (menurut konsep aslinya), dapat juga diartikan netral, setuju atau diartikan tidak setuju atau bahkan ragu-ragu.
2. Ketersediaan jawaban yang tengah memicu jawaban tengah (central tendency effect), terutama bagi mereka yang tidak yakin dengan pendapat responden, ke arah setuju maupun tidak setuju. Jika disediakan jawaban itu maka akan menghilangkan banyak data penelitian sehingga mengurangi banyaknya informasi yang dapat dijarah dari responden.

G. Teknik Analisis Data

Sesuai dengan hipotesis yang telah dirumuskan, maka dalam penelitian ini analisis data statistik inferensial diukur dengan menggunakan software WarpPLS mulai dari pengukuran model (outer model), struktur model (inner model) dan pengujian hipotesis (Gozhali 2015).

1. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)
 - a. *Convergent Validity*

Sejauh mana suatu ukuran/indikator terhubung secara positif dengan ukuran/indikator lain untuk konstruk yang sama disebut sebagai validitas konvergen. Akibatnya, item yang berfungsi sebagai penanda konstruk reflektif harus memiliki tingkat konvergensi atau split varians yang tinggi. Peneliti dapat memanfaatkan outer loading dari masing-masing indikator dan Average Variance Extracted (AVE) untuk menilai validitas konvergen (Sholihin and Ratmono 2020).

Outer loading yang tinggi menunjukkan indikator tersebut dapat dijelaskan oleh konstruk yang diukur, secara umum dijelaskan outer loading harusnya 0,708 atau lebih tinggi (Sholihin and Ratmono 2020). Skor AVE 0,50 atau lebih menunjukkan bahwa rata-rata suatu konstruk menjelaskan lebih dari setengah varians indikatornya. Ini adalah kriteria validitas konvergen yang harus dipenuhi oleh model pengukuran reflektif (Sholihin & Ratmono, 2020).

Selanjutnya hasil *convergent validity* dengan melihat nilai *standardized loading factor* yang menggambarkan besarnya korelasi antar setiap indikator dengan variabel laten. Nilai loading factor 0,5-0,6 sudah dianggap cukup untuk memenuhi syarat *convergent validity* (Hair et al. 2010). Hasil uji *convergent validity* dengan menggunakan nilai loading factor. Bahwasannya sebagaimana dikemukakan oleh Baley dalam Mahmud (2011, hlm.

159) yang menyatakan bahwa sebelum melakukan penelitian yang menggunakan analisis data statistik, ukuran sampel paling minimum adalah 30 dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.3

Hasil Uji Validitas Konvergen

Variabel	Item	Loading Factor	Keterangan
Pengetahuan (KL)/X1	KL1	0.803	Valid
	KL2	0.827	Valid
	KL3	0.888	Valid
	KL4	0.825	Valid
	KL5	0.889	Valid
Persepsi (PC)/X2	PC1	0.690	Valid
	PC2	0.865	Valid
	PC3	0.846	Valid
	PC4	0.762	Valid
	PC5	0.850	Valid
	PC6	0.800	Valid
Minat Menabung (INT)/Y	INT1	0.787	Valid
	INT2	0.829	Valid
	INT3	0.768	Valid
	INT4	0.804	Valid
	INT5	0.661	Valid
	INT6	0.720	Valid
Religiusitas (RL)/Z	RL1	0.818	Valid
	RL2	0.808	Valid
	RL3	0.891	Valid
	RL4	0.776	Valid
	RL5	0.771	Valid

Sumber: diolah peneliti, 2022

b. *Discriminant Validity*

Diskriminan Validitas atau model reflektif dinilai menggunakan cross loading, yaitu membandingkan nilai AVE dengan kuadrat nilai korelasi antar konstruk atau akar AVE dengan nilai korelasi antar konstruk. Korelasi indikator dengan konstruksinya dan konstruksi dari kolom lain digunakan untuk menghitung pembebanan silang.

Jika korelasi antara indikator dan kontrak lebih besar daripada korelasi antar kolom lainnya, berarti konstruk memprediksi ukuran kolomnya lebih baik daripada kolom lainnya. Kriteria lain untuk validitas diskriminan adalah bahwa akar AVE lebih besar dari korelasi antara konstruk dan konstruk lainnya, atau bahwa nilai AVE lebih besar dari kuadrat korelasi antar konstruk (Yamin and Kurniawan 2009).

Tabel 3.4

Hasil Reliabilitas

	Pengetahuan (X1)	Persepsi (X2)	Minat Menabung (Y)	Religiusitas (Z)
Pengetahuan (X1)	0.847	0.699	0.576	0.610
Persepsi (X2)	0.699	0.804	0.585	0.619
Minat Menabung (Y)	0.576	0.585	0.764	0.734
Religiusitas (Z)	0.610	0.619	0.734	0.752

Sumber : diolah peneliti, 2022

c. *Composite Reliability*

Uji reliabilitas penelitian digunakan untuk mengetahui item instrument penelitian apakah digunakan dua kali untuk mengukur gejala yang sama, akan memberikan hasil pengukuran yang relatif konsisten .

Koefisien variabel laten digunakan untuk menghitung reliabilitas komposit. Kriteria terlihat di dua tempat dalam keluaran ini: keandalan komposit dan Cronbach alpha. Sebagai persyaratan ketergantungan, keduanya harus lebih besar dari 0,70. Jika sebuah konstruksi memenuhi dua karakteristik ini, itu dianggap dapat diandalkan (Sholihin and Ratmono 2020).

d. *Cronbach Alpha*

Menurut (Dahlan 2011), skala dari cronbach alpha dikelompokkan menjadi lima kriteria

Tabel 3.5

Kriteria Cronbach Alpha

Skala Cronbach Alpha	Keterangan
0,81 sampai 1,00	Sangat reliabel
0,61 sampai 0,80	Reliabel
0,42 sampai 0,60	Cukup reliabel
0,21 sampai 0,41	Tidak reliabel
0,00 sampai 0,20	Sangat tidak reliabel

Sumber : (Dahlan, 2014)

2. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Merupakan evaluasi untuk menentukan dan melihat hubungan antara konstruk laten dan konstruk laten lainnya (Yamin and Kurniawan 2009). Evaluasi model struktural (*inner model*) dilakukan dengan uji kecocokan

model (model fit), *path coefficient*, dan R-Square (R^2). Penggunaan uji model fit adalah untuk mengetahui terkait suatu model mempunyai kecocokan dengan data dengan memperhatikan indeks dari hasil pengujian berupa *average path coefficient* (APC), *average R-squared* (ARS) dan *average varians factor* (AVIF). Nilai *p-value* dari APC dan ARS $< 0,05$ yang berarti signifikan dan diterima. Sedangkan, untuk AVIF < 5 atau $< 3,3$ (Sholihin and Ratmono 2020).

Selanjutnya, saat mengevaluasi model struktural, R-Square untuk setiap variabel laten endogen digunakan untuk menentukan kapasitas prediksi model struktural. Model struktural diuji dengan menguji nilai R-square yang merupakan uji kecocokan model. Perubahan nilai R-Square dapat digunakan untuk menjelaskan apakah faktor laten eksogen tertentu memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel laten endogen. Nilai R-Square sebesar 0,75, 0,50, dan 0,25 menunjukkan bahwa model tersebut berturut-turut kuat, sedang, atau lemah (Ghozali and Latan 2015).

H. Pengujian Hipotesis

Setelah selesainya penilaian yang berbeda, baik model eksterior dan interior, hipotesis diuji. Arah keterkaitan antara faktor endogen dan eksogen dijelaskan melalui pengujian hipotesis. Menguji hipotesis dapat dilihat melalui nilai *t-statistik* dan nilai probabilitas. Untuk pengujian hipotesis menggunakan nilai statistik maka untuk alpha 5% nilai *t-statistik* yang digunakan adalah 1,96.

Sehingga kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis adalah H_a diterima dan H_0 ditolak jika *t-statistik* 1,96. Untuk menolak / menerima hipotesis menggunakan probabilitas maka H_a diterima jika nilai $< 0,05$. Apabila hasil

pengujian hipotesis pada *outer model* signifikan, hal ini menunjukkan bahwa indikator dipandang dapat digunakan sebagai instrument pengukur variabel laten. Sementara, bilamana hasil pengujian pada *inner model* adalah signifikan, maka dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh yang bermakna variabel laten lainnya.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Penelitian

Pada Bab ini akan mendeskripsikan terkait hasil pengujian mengenai pengaruh pengetahuan dan persepsi terhadap minat menabung di Bank Syariah pada mahasiswa pascasarjana ekonomi syariah UIN Malang periode 2020-2021 sejumlah 104 responden. Dengan teknik pengambilan data melalui Google Forms (google form). Kuesioner tersebut disebarakan secara langsung (jalur pribadi) maupun disebarakan melalui grup-grup serta responden dalam penelitian ini juga turut ikut menyebarkannya secara paralel sehingga target responden yang diinginkan penulis dengan dapat cepat tercapai. Untuk menganalisis data yang diperoleh, peneliti menggunakan software WARP PLS versi 8.0 dalam penelitian ini.

1. Deskripsi Karakteristik Responden

a. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel berikut menunjukkan bagaimana responden diklarifikasikan berdasarkan jenis kelamin mereka :

Tabel 4.1
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-Laki	49	47.1%
Perempuan	55	52.9%
Total	104	100%

Sumber: Data diolah peneliti 2022

Pada table 4.1 diketahui dari 104 responden terdapat 49 responden (47,1%) laki-laki dan 55 atau 52,9% perempuan. Artinya responden pada penelitian ini di dominasi oleh perempuan mencapai 52,9 %.

b. Responden Berdasarkan Usia

Berikut jumlah responden berdasarkan usia sebagai berikut :

Tabel 4.2

Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
20 – 25	72	69.2%
25 - 30	29	27.9%
> 30	3	2.9%
Total	104	100%

Sumber : Data primer diolah penulis 2022

Berdasarkan Tabel 4.2 diketahui bahwa dari 104 dibagi menjadi tiga kelompok. Terdapat 72 atau 69,2% responden berusia 20-25 tahun, 29 atau 27,9% responden berusia 25-30 tahun, 3 atau 2,9% responden berusia diatas 30. Artinya responden yang mendominasi penelitian ini berusia 20-25 tahun berjumlah 72 atau 69,2%.

c. Responden Berdasarkan Jumlah pengguna Tabungan Bank Syariah dan Bank Konvensional

Berikut jumlah responden berdasarkan jumlah tabungan Bank Syariah sebagai berikut :

Tabel 4.3

Jumlah Tabungan Bank Syariah Dan Bank Konvensional

Bank syariah	Bank konvensional	Total
49	55	104

Berdasarkan tabel 4.3 diatas, diketahui bahwa responden yang memiliki jumlah tabungan terbanyak di bank konvensional sebanyak 55 responden sedangkan jumlah tabungan di Bank Syariah sebanyak 49 responden.

2. Analisis Statistik Deskriptif

Pada analisis ini peneliti mendeskripsikan hasil penelitian secara statistic bertujuan untuk mendeskripsikan data secara statistic terkait jawaban responden. Temuan analisis deskriptif masing-masing variabel, yang mencakup indikator, tercantum di bawah ini.

Tabel 4.4

Hasil Statistik Deskriptif Penelitian

Variabel	Item	N	Presentase Jawaban				Mean		Standar Deviasi
			SS	S	TS	STS	Item	Variabel	
Pengetahuan (K)/X1	KL 1	104	64,4%	34,6%	1,0%	0%	3.63	3.50	0.504
	KL 2	104	65,4%	33,7%	1,0%	0%	3.64		0.501
	KL 3	104	51,0%	37,5%	11,5%	0%	3.39		0.689
	KL 4	104	52,9%	39,4%	7,7%	0%	3.45		0.637
	KL 5	104	49,0%	42,3%	8,7%	0%	3.40		0.646
Persepsi (P)/X2	PC 1	104	56,7%	33,7%	9,6%	0%	3.83	3.58	0.668
	PC 2	104	58,7%	37,5%	3,8%	0%	3.65		0.573
	PC 3	104	55,8%	33,7%	9,6%	1,0%	3.17		0.708
	PC 4	104	52,9%	36,5%	8,7%	1,9%	3.58		0.731
	PC 5	104	66,3%	31,7%	1,9%	0%	3.65		0.520
	PC 6	104	71,2%	27,9%	1,0%	0%	3.40		0.480
	INT 1	104	55,8%	40,4%	3,8%	0%	3.52	3.50	0.574
	INT 2	104	63,5%	32,7%	3,8%	0%	3.60		0.566

Minat Menabung (MM)/Y	INT 3	104	56,7%	38,5%	4,8%	0%	3.52	2.90	0.591
	INT 4	104	51,9%	38,5%	8,7%	1,0%	3.41		0.691
	INT 5	104	49,0%	38,5%	8,7%	3,8%	3.33		0.794
	INT 6	104	61,5%	32,7%	5,8%	0%	3.56		0.605
Religiusitas (R)/Z	RL 1	104	34,6%	45,2%	19,2%	1,0%	3.13	2.90	0.751
	RL 2	104	26,0%	55,8%	18,3%	0%	3.08		0.664
	RL 3	104	24,0%	53,8%	19,2%	2,9%	2.99		0.744
	RL 4	104	15,4%	40,4%	32,7%	11,5%	2.60		0.887
	RL 5	104	26,0%	45,2%	26,9%	1,9%	2.95		0.781

Output WarpPLS, diolah peneliti 2022

Berdasarkan tabel 4.4 hasil deskriptif variabel penelitian. Maka dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Dalam penelitian ini, Pengetahuan (KL) terdiri dari tiga indikator: 1) pengetahuan produk, 2) pengetahuan pembelian dan 3) pengetahuan penggunaan. Nilai rata-rata variabel tersebut adalah 3.50, seperti terlihat pada tabel 4.4, menunjukkan bahwa rata-rata responden setuju dengan variabel sikap. Butir pertanyaan kedua (KL2) memiliki nilai mean terbesar sebesar 3,64, sedangkan butir pertanyaan ketiga (KL3) memiliki nilai mean terendah sebesar 3,39.
- b. Dalam penelitian ini, Persepsi (PC) terdiri dari tiga indikator: 1) kognitif, 2) Afektif dan 3) konatif. Tabel 4.4 menunjukkan bahwa nilai rata-rata variabel adalah 3.58, menunjukkan bahwa rata-rata responden setuju dengan variabel persepsi. Butir pertanyaan pertama (PC1) memiliki nilai rata-rata terbesar sebesar 3.83, sedangkan butir pertanyaan ketiga (PC3) memiliki nilai mean terendah sebesar 3.17.
- c. Dalam penelitian ini, minat menabung (INT) terdiri dari tiga indikator: 1) minat transaksional, 2) minat referensial dan 3) minat

preferensial. Tabel 4.4 menunjukkan bahwa nilai rata-rata variabel adalah 3.50, menunjukkan bahwa rata-rata responden setuju dengan variabel minat. Butir pertanyaan kedua (INT2) memiliki nilai teratas sebesar 3.60, sedangkan butir pertanyaan kelima (INT5) memiliki nilai mean terendah sebesar 3.33.

- d. Dalam penelitian ini, religiusitas (RL) didefinisikan dengan 3 indikator: 1) kepercayaan, 2) pengalaman dan 3) pengetahuan agama. Tabel 4.4, menunjukkan bahwa rata-rata responden setuju dengan variabel religiusitas. Butir pertanyaan pertama (RL1) memiliki nilai rata-rata terbesar sebesar 3,13, sedangkan butir pertanyaan keempat (RL4) memiliki nilai mean terendah sebesar 2,60.

B. Hasil Uji Analisis Data

1. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

a. *Convergent Validity*

Validitas kovenrgen menentukan besarnya konsistensi antara indikator dan variable sebagaimana yang tertera pada konsep teoritis. Pada validitas konvergen terdapat tiga tahap pengujian yaitu outer loading, composit reliability dan averae variance extracted. Untuk mencapai standar convergent validity, loading factor 0,5-0,6 dianggap cukup (Ghozali, 2012). Hasil uji *convergent validity* dengan menggunakan nilai loading factor dapat dilihat pada tabel 4.5.

Tabel 4.5

Hasil Uji Convergent Validity

Variabel	Item	Loading Factor	Keterangan
Pengetahuan (KL)/X1	KL1	0.869	Valid
	KL2	0.811	Valid
	KL3	0.876	Valid
	KL4	0.860	Valid
	KL5	0.876	Valid
Persepsi (PC)/X2	PC1	0.700	Valid
	PC2	0.855	Valid
	PC3	0.856	Valid
	PC4	0.711	Valid
	PC5	0.895	Valid
	PC6	0.895	Valid
Minat Menabung (INT)/Y	INT1	0.810	Valid
	INT2	0.818	Valid
	INT3	0.827	Valid
	INT4	0.830	Valid
	INT5	0.654	Valid
	INT6	0.732	Valid
Religiusitas (RL)/Z	RL1	0.854	Valid
	RL2	0.679	Valid
	RL3	0.846	Valid
	RL4	0.795	Valid
	RL5	0.672	Valid

Sumber : diolah peneliti, 2022

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 4.5 diketahui bahwa semua item memiliki nilai *loading factor* > 0,60 yang menandakan memiliki tingkat validitas yang baik.

b. *Diskriminan Validity*

Pada validitas deskrimina parameter yang diukur ialah dengan membandingkan nilai akar AVE harus lebih besar dibandingkan dengan variable laten lainnya. Uji validitas deskriminan tertera pada table berikut:

Tabel 4.6

Hasil Uji Diskriminan Validitas Antar Variabel

	Pengetahuan (X1)	Persepsi (X2)	Minat Menabung (Y)	Religiusitas (Z)
Pengetahuan (X1)	0.859	0.699	0.576	0.610
Persepsi (X2)	0.699	0.823	0.585	0.619
Minat Menabung (Y)	0.576	0.585	0.781	0.734
Religiusitas (Z)	0.610	0.619	0.734	0.773

Sumber : diolah peneliti, 2022

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 4.6 menunjukkan bahwa akar AVE masing-masing variabel lebih besar dari pada nilai korelasi variabel tersebut terhadap variabel lainnya. Hal ini menunjukkan *discriminant validity* telah terpenuhi dalam penelitian ini.

c. *Composite Reliability*

Pada pengukuran ini bertujuan untuk mengetahui tentang keandalan alat ukur tersebut dengan *composite reliability* harus > 0,70. Berikut nilai *composite reliability* dalam tabel 4.7 dibawah ini:

Tabel 4.7

Nilai Composite Reliability

Variabel	Nilai Composite Reliability
Pengetahuan (X1)	0.933
Persepsi (X2)	0.926

Minat Menabung (Y)	0.903
Religiusitas (Z)	0.880

Sumber : diolah peneliti, 2022

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 4.7 diketahui bahwa semua variable dalam penelitian ini memenuhi nilai *composite reliability* yang berarti konstruk penelitian ini dapat dianggap dapat diandalkan.

d. Cronbach Alpha

Tabel 4.8

Nilai Cronbach Alpha

Variabel	Nilai Cronbach Alpha
Pengetahuan (X1)	0.911
Persepsi (X2)	0.902
Minat Menabung (Y)	0.871
Religiusitas (Z)	0.850

Sumber : Diolah Peneliti, 2022

Menurut (Dahlan, 2014) bahwasannya berdasarkan tabel 4.8 sangat reliabel karena termasuk kategori jika 0,81 sampai 1,00 sangat reliabel.

2. Evaluasi Model Struktural

Pengujian model struktural (inner model) terdiri atas uji kecocokan model (model fit), path coefficient dan R square (R²). Adapun untuk uji kecocokan model dilakukan tiga indeks pengujian diantaranya dengan melihat hasil average path coefficient (APC),

average R-squared (ARS) dan average varians factor (AVIF). Kriteria penerimaan indeks pengujian ini adalah hasil nilai p-value dari uji APC dan $ARS < 0,05$ dan hasil uji nilai AVIF < 5 sementara itu untuk hasil uji AVIF yang ideal adalah $< 3,3$. Berikut adalah hasil uji model struktural (inner model) yang disajikan dalam tabel 4.8, yaitu :

Tabel 4.9

Hasil Uji Model Struktural (Inner Model)

Indeks Pengujian	Indeks Hasil	p-value	Ket
APC	0,374	<0,001	Diterima
ARS	0,497	<0,001	Diterima
AVIF	2,427		Diterima (Ideal)

Sumber : diolah peneliti, 2022

Hasil tabel 4.9 menjelaskan bahwa hasil APC memiliki indeks sebesar 0,374 dengan nilai p-value = $0,001 < 0,05$. Sementara itu untuk hasil uji ARS memiliki indeks sebesar 0,497 dengan nilai p-value = $0,001 < 0,05$. Untuk itu berdasarkan kriteria pengujian dengan melihat nilai p-value = $0,001 < 0,05$ maka sudah dapat dipastikan uji APC dan ARS memenuhi kriteria. Adapun untuk uji AVIF memiliki indeks sebesar $2,427 < 5$ dan $< 3,3$ maka dapat disimpulkan bahwa uji AVIF diterima dan ideal. Dengan demikian. Maka, model struktural atau inner model dalam penelitian ini dapat diterima.

Nilai R-Square model penelitian kemudian ditentukan dengan melihat model struktural (inner model). R-Square digunakan untuk menguji kelayakan model pada setiap variabel laten independen

terhadap variabel dependen. Tabel berikut menunjukkan hasil penggunaan WarpPLS 8.0 untuk menguji nilai R-Square:

Tabel 4.10

Nilai R-Square

Variabel	Nilai R-Square
Minat Menabung (Y)	0,58

Sumber : diolah peneliti, 2022

Nilai R-Square variabel minat menabung sebesar 0,58 atau 58 persen, seperti terlihat pada Tabel 4.10. Hasil ini menunjukkan bahwa data yang dapat dideskripsikan dalam model ini menyumbang 58% dari total, dengan 42% sisanya dijelaskan oleh faktor-faktor yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

3. Hasil Uji Hipotesis Penelitian

Untuk pengujian hipotesis dibutuhkan nilai t-statistik dan p value. Dalam penelitian ini tingkat signifikansi yang dipakai sebesar 5% (0.05). dan nilai t-statistik sebesar 1,96. Dalam penelitian ini H_0 diterima apabila nilai p-value $< 0,005$ dan nilai t-statistik $>$ dari t-tabel 1,96. Berikut ini adalah hasil uji hipotesis langsung dan tidak langsung diantaranya:

a. Hasil uji hubungan langsung hipotesis penelitian

Adapun hasil pengujian hubungan langsung didalam penelitian ini disajikan dalam tabel 4.11 sebagai berikut:

Tabel 4.11

Hasil Uji Hubungan Langsung Hipotesis Penelitian

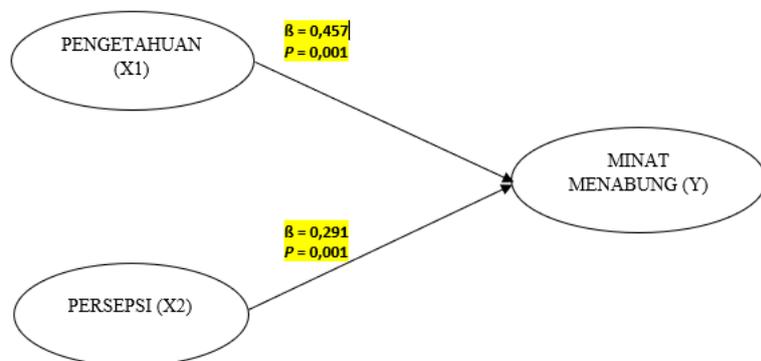
Hipotesis Penelitian	Path Coefficients	P-Value	Keterangan
X1 => Y	0.457	0,001 < 0,05	Diterima
X2 => Y	0.291	0,001 < 0,05	Diterima

Sumber : diolah peneliti, 2022

Selain table diatas, untuk mempermudah pembaca maka peneliti sajikan gambar model penelitian serta hasil uji setiap variable sebagai berikut:

Gambar 4.1

Model Penelitian Pengujian Hubungan Langsung



Sumber : Hasil olah data WapPLS 8.0, 2022

Berdasarkan hasil analisis ppada table 4.11 dan gambar 4.1 diketahui terdapat pengaruh yang signifikan antara hubungan variabel pengetahuan (X1) terhadap minat menabung di Bank Syariah pada mahasiswa pasca Eko.Syariah periode 2020-2021 UIN Malang. Hal ini ditunjukkan dengan nilai p-value = 0,001 yang berarti < 0,005 dengan nilai *path coefficient* 0,457. Hasil tersebut menandakan jika variable pengetahuan mengalami peningkatan 1%.

Maka, minat menabung di Bank Syariah akan meningkat sebesar 0,457 atau 45,7%.

Selain itu hasil analisis menunjukkan adanya pengaruh persepsi (X2) terhadap minat menabung di Bank Syariah pada mahasiswa pasca Eko.Syariah periode 2020-2021 UIN Malang secara positif dan signifikan. Hasil tersebut diketahui dari nilai p-value = $0,001 < 0,005$ dengan nilai *path coefficient* 0,291. Hal tersebut menandakan jika terjadi peningkatan terhadap variabel persepsi sebesar 1%. Maka, minat menabung di Bank Syariah akan meningkat sebesar 0,291 atau 29,1%.

b. Hasil uji pengaruh moderasi hipotesis penelitian

Untuk pengujian hpotesis ini juga dibutuhkan nilai t-statistik dan p value. Dalam penelitian ini tingkat signifikansi yang dipakai sebesar 5% (0.05). dan nilai t-statistik sebesar 1,96. Dalam penelitian ini Ha diterima apabila nilai p-value $< 0,005$ dan nilai t-statistik $>$ dari t-tabel 1,96. Adapun hasil pengujian moderasi didalam penelitian ini disajikan dalam tabel 4.12 sebagai berikut:

Tabel 4.12

Hasil Uji Pengaruh Moderasi Hipotesis Penelitian

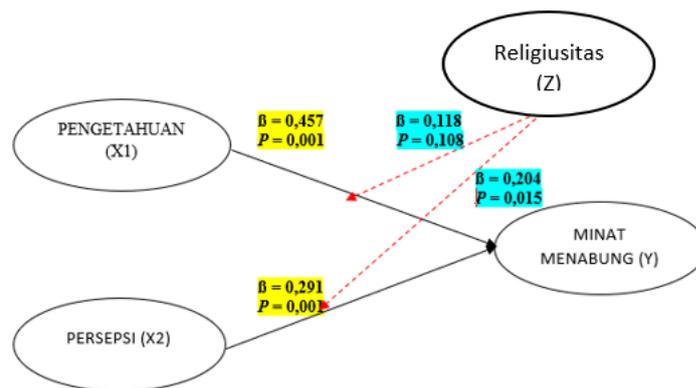
Hipotesis Penelitian	Path Coefficients	P-Value	Keterangan
X1*Z => Y	0.355	0,108 $>$ 0,05	Ditolak
X2*Z => Y	0.216	0,015 $<$ 0,05	Diterima

Sumber : diolah peneliti, 2022

Selain table diatas, untuk mempermudah pembaca maka peneliti sajikan gambar model penelitian serta hasil uji setiap variable sebagai berikut:

Gambar 4.2

Model Penelitian Pengujian Pengaruh Moderasi



Sumber : Hasil olah data WarpPLS 8.0, 2022

Berdasarkan hasil analisis pada table 4.12 dan gambar 4.2 diketahui tidak terdapat pengaruh moderasi dari variabel religiusitas terhadap hubungan variabel pengetahuan (X1) dan minat menabung di Bank Syariah pada mahasiswa pasca Eko.Syariah periode 2020-2021 UIN Malang. Hasil tersebut dibuktikan dengan nilai p-value = 0,108 atau $> 0,05$ dengan nilai path coefficient 0.355.

Akan tetapi religiusitas dapat memoderasi (mempekuat) pengaruh persepsi terhadap minat menabung di Bank Syariah pada mahasiswa pasca Eko.Syariah periode 2020-2021 UIN Malang. Hasil tersebut dibuktikan dengan nilai p-value = 0,015 atau $< 0,05$ dengan nilai path coefficient 0,216 atau $< 0,170$.

BAB V

PEMBAHASAN

A. Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap minat menabung di Bank Syariah. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwasannya minat untuk menabung di Bank Syariah dipengaruhi oleh pengetahuan. Semakin tinggi pengetahuan yang dimiliki oleh masyarakat mengenai bank syariah baik dari segi operasional maupun produk-produknya maka semakin meningkat pula minat untuk menabung di Bank Syariah. Sebaliknya, jika pengetahuan yang dimiliki rendah maka minat menabung di Bank Syariah juga semakin menurun.

Pengetahuan adalah segala informasi yang dapat didapatkan dari berbagai sumber (buku, koran, media sosial, dan lain-lain) yang dapat mempengaruhi tindakan seseorang. Pendapat tersebut sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikembangkan oleh Ajzen (2005) menyatakan bahwa pengetahuan merupakan salah satu faktor latar belakang (informasi) yang dapat mempengaruhi minat seseorang. Termasuk dalam kategori faktor latar belakang (informasi) yaitu knowledge sehingga dapat diartikan bahwa apabila pengetahuan yang dimiliki seseorang tinggi maka dapat mengontrol minat menabung di Bank Syariah.

Menurut (Mulyadi 2012; Nurparliana, Astuti, and Miswan 2022), menyatakan bahwa terdapat indikator *product knowledge*, *purchase knowledge* dan *usage knowledge* yang memiliki peran yang penting dalam penelitian

tentang perilaku minat dalam suatu produk. Seseorang dengan tingkat *product knowledge*, *purchase knowledge* dan *usage knowledge* yang tinggi akan mengevaluasi sebuah produk berdasarkan kualitasnya karena mereka percaya dengan tingkat pengetahuan yang dimilikinya. Karenanya, sangat mungkin mereka akan lebih menyadari akan nilai dari sebuah produk dan selanjutnya dan naik pada tahap keinginan untuk membeli.

Menurut (Trianto and Pd 2007) pengetahuan hakikatnya adalah alat yang diberikan kepada manusia untuk mengetahui dan mengenal rahasia alam ciptaan Allah sebagai khalifah Allah di bumi. Tujuan akhir dari ilmu pengetahuan tersebut menurut Islam adalah dalam rangka pengabdian total kepada Allah SWT. Menggali ilmu adalah satu-satunya alat untuk mencapai pemahaman yang lebih mendalam tentang sang Pencipta, dan menyelesaikan persoalan masyarakat Islam. Dengan demikian semakin jelas, bahwa Al-Qur'an menempatkan ilmu pengetahuan dalam konteksnya yang layak, yaitu dalam rangka pengalaman manusia secara total. Alhasil, anjuran menuntut ilmu memiliki tempat yang penting dalam masyarakat Islam, tetapi tetap tunduk pada nilai-nilai dan etika Islam.

Hasil penelitian ini mendukung beberapa penelitian terdahulu yang menyatakan pengetahuan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah. Seperti penelitian yang dilakukan oleh (Novianti and Hakim 2021) yang menyatakan pengetahuan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah. Penelitian oleh (Nurkhin, Mukhibad, and Aprilia 2020) juga menyatakan pengetahuan

berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. (Siregar, Daulay, and Siregar 2021) yang menyatakan pengetahuan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah dengan sampel 135 kepada muslim. (Winarti 2021) yang menyatakan pengetahuan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah dengan sampel di kalangan nasabah BNI Syariah KCP Kuningan.

B. Persepsi Berpengaruh Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah

Hasil menunjukkan bahwa persepsi berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap minat menabung di Bank Syariah. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwasannya ketika seseorang memiliki persepsi atau pendapat yang baik mengenai produk-produk yang dimiliki oleh bank syariah maka akan meningkatkan minat menabung seseorang itu. Begitu pula sebaliknya, semakin buruk persepsi masyarakat terhadap bank syariah, maka minat menjadi nasabah di bank syariah akan semakin rendah. Ketika seseorang memiliki sumber daya yang cukup untuk menabung dari sisi materi, kemampuan dan pengetahuan tentang Bank Syariah maka ia dapat mengendalikan dirinya, sehingga ia memiliki minat untuk menabung di Bank Syariah.

Hasil penelitian ini sesuai dengan *Theory of Planned behavior*, Persepsi Kontrol Perilaku dengan penilaian yang positif terhadap minat mahasiswa untuk menabung di Bank Syariah. Perasaan seseorang tentang kapasitas mereka untuk terlibat dalam tindakan tertentu disebut sebagai kontrol perilaku (Ajzen 1991). Kendali perilaku merupakan bentuk kombinasi dari keyakinan kontrol dan kekuatan yang dirasakan (Ajzen 1991). *Theory of Planned*

behavior dapat diketahui bahwasannya terdapat perencanaan sebelum melakukan sesuatu (Ajzen 2005). Maka, sejalan dengan *theory of planned behavior*, Persepsi Kontrol Perilaku merupakan bentuk kombinasi dari keyakinan kontrol dan kekuatan yang dirasakan. Oleh karena itu, Ketika seseorang memiliki sumber daya yang cukup untuk berinvestasi baik dari sisi materi, kemampuan, dan pengetahuan investasi maka ia dapat mengendalikan dirinya, sehingga ia memiliki minat untuk menabung di bank syariah. Ketika seseorang memiliki sumber daya yang cukup untuk menabung dari sisi materi, kemampuan dan pengetahuan tentang Bank Syariah maka ia dapat mengendalikan dirinya, sehingga ia memiliki minat untuk menabung di Bank Syariah

Consumer Behavior Theory dikembangkan oleh (Wardhana 2020).. Menurut (Suprpti 2020) juga menyatakan banyak faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen seperti perseption atau sensasion, beliefes, social dan lain sebagainya.

Menurut (Loo 2010) menyatakan bahwa indikator kognitif, afektif dan konatif memiliki peran yang penting dalam minat seseorang. Dengan indikator tersebut yang dikandung oleh minat maka minat dapat dianggap sebagai respon sadar, sebab kalau tidak demikian maka minat tidak akan berarti apa-apa.

Persepsi dalam pandangan Islam adalah proses manusia dalam memahami suatu informasi baik melalui mata untuk melihat, telinga untuk mendengar, hidung untuk penciuman, hati untuk merasakan yang disalurkan ke akal dan pikiran manusia agar menjadi suatu pemahaman. Dalam bahasa Al-

Qur'an beberapa proses dan fungsi persepsi dimulai dari proses penciptaan yang terdapat dalam QS. Al- An'am ayat 7.

Hasil studi empiris menunjukkan pengaruh langsung persepsi terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah (Saputra and KHOIRUL ANWAR 2019). Penelitian lain juga menjelaskan bahwa persepsi berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap minat menabung di bank syariah (Ilfito and Canggih 2021). Penelitian lain juga menyatakan bahwa persepsi berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap minat menabung di bank syariah yaitu penelitian yang dilakukan oleh (Siregar, Daulay, and Siregar 2021). Hasil penelitian tersebut sejalan dengan beberapa penelitian lainnya, (Umah, Supriyatna, and Hubeis n.d.) menyatakan bahwa persepsi mahasiswa tentang Bank Syariah memiliki pengaruh nyata dan positif terhadap minat mahasiswa FEBI Inais menabung di Bank Syariah dan penelitian lainnya oleh (Syahriyal 2018) menyatakan bahwa persepsi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah.

C. Pengaruh Pengetahuan terhadap Minat Menabung di Bank Syariah dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderasi

Berdasarkan hasil penelitian ini menyatakan bahwa peran religiusitas tidak dapat memoderasi pengetahuan terhadap minat menabung. Oleh karena itu tinggi rendahnya tingkat religiusitas seseorang tidak dapat menunjang pengetahuan seseorang terhadap minat menabung. Hasil tersebut dibuktikan oleh hasil analisis deskriptif yang memiliki nilai rata-rata terendah pada point indikator toleransi, sehingga rendahnya toleransi yang dimiliki oleh mahasiswa

terkait penggunaan bank syariah tidak dapat menunjang pengetahuan mahasiswa tersebut untuk menabung pada bank syariah. Hasil penelitian ini juga tidak sesuai dengan teori perilaku konsumen yang menyatakan bahwa tingkat pemahaman agama seseorang atau religiusitas seseorang merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat menabung pada bank syariah. Hal ini menandakan meskipun mahasiswa ekonomi syariah memiliki tingkat religiusitas yang tinggi tidak mempengaruhi pengetahuan mahasiswa tersebut untuk menabung di Bank Syariah. Alasan lain juga terletak pada tabel 4.3 bahwasannya nilai rata-rata dari item religiusitas senilai 2.90 yang mana paling kecil diantara item variabel lain. Pada hipotesis ketiga yang dimoderasi Z (religiusitas) diperoleh nilai probabilitas sebesar $0,108 > 0,05$ dimana nilai probabilitas lebih besar dari signifikan artinya dapat dikatakan religiusitas tidak dapat memoderasi pengetahuan terhadap minat.

Hasil penelitian yang sejalan dilakukan oleh (Muhyidin 2018) yang menyatakan bahwa pengetahuan produk bank setelah di moderasi oleh religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat menabung. Penelitian lain juga menyatakan bahwa religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat menabung di Bank Syariah (Nurkhin, Mukhibad, and Aprilia 2020). Bahwa banyaknya mahasiswa pasca Ekonomi Syariah menggunakan jasa bank konvensional daripada bank syariah. Berarti masih banyak mahasiswa yang belum memahami, pengetahuan masih dianggap kurang menguatkan untuk bertindak dan berperilaku dalam melakukan sesuatu.

D. Pengaruh Persepsi terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderasi

Hasil pengujian menunjukkan bahwa religiusitas mampu memoderasi persepsi terhadap minat mahasiswa untuk menabung di Bank Syariah. Hasil penelitian ini dimaksudkan jika seseorang memiliki persepsi pribadi yang baik atas orang lain tentang menggunakan bank syariah dan kemudian orang yang dipersepsikan memiliki religiusitas yang tinggi maka akan memperkuat minat seseorang untuk menggunakan bank syariah. Hal ini dikarenakan seseorang dengan religiusitas yang tinggi akan mempengaruhi seseorang untuk menggunakan bank syariah bukan berdasarkan pengalaman yang didapat melainkan dengan pandangan dari agama yang dianutnya. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan teori perilaku konsumen dan sharia enterprise theory yang menyatakan bahwa tingkat pemahaman agama seseorang atau religiusitas seseorang merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat menabung pada bank syariah.

Menurut (Prasetyo and Anitra 2020; Usman et al. 2017) Religiusitas didukung oleh dimensi-dimensi diantaranya keyakinan, toleransi dan pengetahuan agama. Dari beberapa dimensi religiusitas tersebut sangat berkaitan dengan minat menabung karena tingkat religiusitas yang berbeda antar individu satu dengan individu yang lain. Maka religiusitas memiliki peran yang besar untuk mempengaruhi masyarakat menabung di Bank Syariah.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa dalam agama Islam diajarkan bahwa kegiatan ekonomi harus menggunakan prinsip-prinsip

syariah. Sehingga ketika tingkat religiusitas seseorang tinggi dapat memperkuat pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung di Bank Syariah.

Sharia enterprise theory menjelaskan bahwa Allah SWT sebagai pusat segala sesuatu dan menjadi pusat tempat kembalinya manusia dan alam semesta. Manusia berperan sebagai wakil-Nya (khalifatul fil ardh) yang memiliki konsekuensi untuk patuh terhadap semua hukum-hukum Allah SWT dalam membawa misi menciptakan dan mendistribusikan kesejahteraan bagi manusia dan alam. Seseorang akan cenderung memilih atau berminat terhadap pelayanan bank yang menerapkan hukum-hukum Islam. Seperti yang telah diungkapkan di atas bahwa Bank Syariah adalah bank yang menggunakan hukum-hukum Islam dalam menjalankan bisnisnya.

Pemikiran ini dilandasi premis yang mengatakan bahwa manusia adalah khalifatullah fil ardh yang membawa misi menciptakan dan mendistribusikan kesejahteraan bagi seluruh manusia dan alam. Premis tersebut mendorong *Sharia Enterprise Theory* untuk mewujudkan nilai keadilan terhadap manusia dan lingkungan alam. Pada prinsipnya *Sharia Enterprise Theory* memberikan bentuk pertanggung jawaban utamanya kepada Allah (akuntabilitas vertikal) yang kemudian dijabarkan lagi pada bentuk pertanggungjawaban pada manusia dan alam (akuntabilitas horizontal). Premis terakhir adalah falah, kesuksesan yang hakiki dalam bisnis berupa tercapainya kesejahteraan yang mencakup kebahagiaan (spiritual) dan kemakmuran (material) pada tingkatan individu dan masyarakat.

Maka dapat dikatakan bahwa tingkat religiusitas mahasiswa mampu memoderasi persepsi atau pendapat mengenai produk-produk yang ada di bank syariah sehingga timbulnya minat untuk menabung. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Imran and Hendrawan 2017; Rahmawaty 2014) dan (Al Kanzu and Soesanto 2016) yang menyatakan bahwa persepsi berpengaruh terhadap minat menabung.

Pembahasan diatas menjelaskan terkait pengukuran minat dengan menggunakan Theory Planned Behavior (TPB)/ Teori Perilaku Terencana yang dicetuskan oleh Icek Ajzen, terdapat bentuk pengembangan dari penggunaan teori TPB dalam penelitian ini dengan menambahkan religiusitas sebagai variabel moderasi. Maka, penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel pengetahuan dan persepsi terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah. Sementara itu untuk religiusitas hanya mampu memoderasi (memperkuat) hubungan antara persepsi dan minat sedangkan untuk pengetahuan terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah tidak mampu memoderasi.

Hal ini pun dapat memberikan gambaran minat menggunakan bank syariah serta menjadi rujukan ilmiah dalam meningkatkan minat diantaranya adalah dengan melalui pengetahuan yaitu memberikan dan menjaga gambaran/citra positif bank syariah terhadap mahasiswa-mahasiswa di perguruan tinggi. Sementara itu melalui pengetahuan diharapkan dapat membangun sarana dan prasarana yang lebih baik lagi sehingga dapat mempermudah mahasiswa dalam mengakses layanan bank syariah.

Dalam peran ini mahasiswa ikut mengembangkan potensi bank syariah dengan menjadikan pionir-pionir dalam praktik ekonomi Islam. Mahasiswa membantu setiap kegiatan jurusan dalam mengembangkan jurusan ekonomi Islam, memberikan ide-ide yang bisa dilakukan fakultas maupun organisasi dalam pengembangan kinerja dalam meningkatkan kejayaan atau kelanjutan dalam ekonomi Islam itu sendiri. Misalnya dalam dunia kampus mahasiswa menjual produk yang berbasis halal serta mengelolanya tanpa riba yang setinggi-tingginya. Kemudian dalam ruang lingkup yang sempit (kampus) setelah tersebar bisnis tersebut kemudian mencoba mempromosikannya ke area yang luas lagi (masyarakat) (Afandi 2019).

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka peneliti menarik kesimpulan bahwa:

1. Pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah pada mahasiswa Pascasarjana Ekonomi Syariah di UIN Malang. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa sudah menguasai apa itu bank syariah dan manfaat menggunakan bank syariah secara efektif di lembaga perbankan.
2. Persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan bank syariah pada mahasiswa UIN Malang. menurut hasil uji analisis data, hal ini juga dapat menunjukkan ketika mahasiswa berpendapat atau berpersepsi bahwa bank syariah merupakan bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip syariah Islam dan bebas riba, maka akan mempengaruhi minat menabung.
3. Religiusitas tidak mampu memoderasi hubungan antara pengetahuan dan minat penggunaan bank syariah pada mahasiswa UIN Malang.
4. Religiusitas memiliki kemampuan untuk memoderasi hubungan antara persepsi dan minat penggunaan bank syariah pada mahasiswa UIN Malang.

B. Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan dalam penelitian ini maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Saran untuk pihak universitas

- a. Untuk pihak fakultas/universitas bekerjasama dengan bank syariah dengan mengadakan upaya-upaya untuk meningkatkan minat mahasiswa terhadap bank syariah seperti seminar, pengadaan fasilitas berbasis syariah di Universitas dan lainnya.
 - b. Untuk pihak fakultas/universitas perlu menjalin hubungan atau kerjasama dengan bank syariah, demi terciptanya hubungan yang saling menguntungkan. Seperti menjadikan bank syariah sebagai bank resmi pembayaran administrasi.
2. Saran untuk peneliti selanjutnya
- a. Untuk peneliti yang akan datang diharapkan dapat mengembangkan variabel-variabel lain yang terkait dengan minat menabung nasabah.
 - b. Peneliti hanya mengambil responden mahasiswa UIN Malang, sehingga peneliti selanjutnya lebih baik mengambil responden dari nasabah bank syariah dengan jumlah populasi yang beragam

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, Ahmad. 2019. "Peran Mahasiswa Dalam Strategi Pengembangan Ekonomi Dan Keuangan Syariah."
- Afiah, Yulian. 2016. "Pengaruh Religiusitas Dan Persepsi Masyarakat Desa Bode Lor Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah."
- Agapito, Dora, Patrícia Oom Do Valle, And Júlio Da Costa Mendes. 2013. "The Cognitive-Affective-Conative Model Of Destination Image: A Confirmatory Analysis." *Journal Of Travel & Tourism Marketing* 30(5): 471–81.
- Agarwala, Ridhi, Prashant Mishra, And Ramendra Singh. 2019. "Religiosity And Consumer Behavior: A Summarizing Review." *Journal Of Management, Spirituality & Religion* 16(1): 32–54.
- Ajzen, Icek. 1985. "From Intentions To Actions: A Theory Of Planned Behavior." In *Action Control*, Springer, 11–39.
- . 1991. "The Theory Of Planned Behavior." *Organizational Behavior And Human Decision Processes* 50(2): 179–211.
- . 2002. "Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Locus Of Control, And The Theory Of Planned Behavior 1." *Journal Of Applied Social Psychology* 32(4): 665–83.
- . 2005. *Attitudes, Personality And Behaviour*. Mcgraw-Hill Education (Uk).
- Ajzen, Icek, And Martin Fishbein. 1975. "A Bayesian Analysis Of Attribution Processes." *Psychological Bulletin* 82(2): 261.
- Alfianika, Ninit. 2018. *Buku Ajar Metode Penelitian Pengajaran Bahasa Indonesia*. Deepublish.
- Aliah, Putri. 2021. "Faktor Penyebab Mahasiswa Perbankan Syariah Belum Bertransformasi Dari Bank Konvensional Ke Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah 2017 Iain Batusangkar)." Institut Agama Islam Negeri Batusangkar.
- Arikunto, Suharsimi. 2019. "Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik."
- Armitage, C. J. & Conner, M. 2015. "Extending The Theory Of Planned Behavior: A Review And Avenues For Further Research. *Journal Of Applied Social Psychology*, 28(15), 1429–1464. <https://doi.org/10.1111/j.1559->

1816.1998.Tb01685.X.” 28(15), 14.

Baron, Reuben M, And David A Kenny. 1986. “The Moderator–Mediator Variable Distinction In Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, And Statistical Considerations.” *Journal Of Personality And Social Psychology* 51(6): 1173.

Burhan, M Umar. 2012. *Perilaku Rumah Tangga Muslim Dalam Menabung, Berinvestasi, Dan Menyusun Portofolio Kekayaan*. Universitas Brawijaya Press.

Dahlan, M Sopiudin. 2011. *Statistik Untuk Kedokteran Dan Kesehatan*. Penerbit Salemba.

Damayanti, Sisca. 2016. “Pengaruh Pandangan Islam, Pelayanan Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Di Bank Syariah Mandiri Cabang X.” *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa* 9(1): 17–34.

———. 2017. “Pengaruh Pandangan Islam, Pelayanan Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Di Bank Syariah Mandiri Cabang X.” *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa* 9(1): 17–34.

Demuth, Andrej. 2013. *Perception Theories*. Slovakia: Centre Of Cognitive Studies. Trnava: Department Of Philosophy, Faculty Of Philosophy.

Al Faqih, Fitri. 2020. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada Tabungan Marhamah Pt Bank Sumut Kcp Syariah Karya.” *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam* 11(1): 22–38.

Fatati, Nuryana. 2013. “Statistik Bisnis Jilid I.” *Surabaya: Pena Salsabila*.

Febri Annisa Sukma Putri, Popon Srisusilawati, Yayat Rahmat Hidayat. 2020. “No Title.” Volume 6,: 1.

Fishbein, Martin Et Al. 1980. “Predicting And Understanding Family Planning Behaviors.” In *Understanding Attitudes And Predicting Social Behavior*, Prentice Hall.

Gao, Lan, Shanyong Wang, Jun Li, And Haidong Li. 2017. “Application Of The Extended Theory Of Planned Behavior To Understand Individual’s Energy Saving Behavior In Workplaces.” *Resources, Conservation And Recycling* 127: 107–13.

- Ghozali, I., & Hengky. 2012. *Partial Least Square: Konsep, Teknik Dan Aplikasi. Undip.* Undip.
- Ghozali, Imam, And Hengky Latan. 2015. “Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart Pls 3.0 Untuk Penelitian Empiris.” *Bp Undip. Semarang.*
- Gozhali, Imam. 2015. *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program Ibm.Spss 19.* Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gulo, Kartoni Kartini Dan Dali. 2000. *Kamus Psikologi.* Bandung: Pionir Jaya.
- Hair, Joseph F Et Al. 2010. “Multivariate Data Analysis (7th Editio).” *Harlow: Pearson Education Limited.*
- Haryono, Rudi, Novi Mubyarto, And Rofiqoh Ferawati. 2021. “Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kota Jambi).”
- Himmah, N F. 2017. “Pengaruh Pengetahuan Tentang Bank Syariah, Kelompok Referensi Dan Edukasi Masyarakat, Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Jawa Timur.” *Universitas Negeri Surabaya.*
- Ilfita, Khoiriyah, And Clarashinta Canggih. 2021. “The Influence Of Sharia Financial Literacy, Religiosity, And Perception Of Saving Students’ Interest In Sharia Banks.” *Indonesian Interdisciplinary Journal Of Sharia Economics (Iijse)* 3(2): 113–34.
- Imanuddin. 2019. “Pengaruh Promosi Dan Pengetahuan Mahasiswa Febi Iain Ponorogo Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah.” Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Imran, Imran, And Bambang Hendrawan. 2017. “Pengaruh Persepsi Masyarakat Batam Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah.” *Journal Of Applied Business Administration* 1(2): 209–18.
- Ismail, Shafinar Et Al. 2018. “An Empirical Analysis Of Saving Behavior Among Malaysian Employees.” *International Journal Of Academic Research In Business And Social Sciences* 8(10): 1070–80.
- Al Kanzu, Hibba, And Harry Soesanto. 2016. “Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Dan Perceived Value Terhadap Kepuasan Religius Untuk Meningkatkan Minat Menabung Ulang (Studi Pada Bni Syariah Semarang).”

- Diponegoro Journal Of Management* 5(2): 84–95.
- Keller, Kotler Dan. 2008. “Manajemen Pemasaran.” In Jakarta: Pt. Indeks, 179.
- Keller, Pkkl, And Philip Kotler. 2012. “Manajemen Pemasaran Edisi 12.” *Jakarta: Erlangga* 106.
- Kristiyadi, Kristiyadi, And Sri Hartiyah. 2017. “Pengaruh Kelompok Acuan, Religiusitas, Promosi Dan Pengetahuan Tentang Lembaga Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung Di Koperasi Jasa Keuangan Syariah (Studi Kasus Pada Bmt Tamzis Wonosobo).” *Jurnal Ekonomi Dan Teknik Informatika* 4(2): 44–63.
- Lindridge, Andrew. 2005. “Religiosity And The Construction Of A Cultural-Consumption Identity.” *Journal Of Consumer Marketing*.
- Loo, Mark. 2010. “Attitudes And Perceptions Towards Islamic Banking Among Muslims And Non-Muslims In Malaysia: Implications For Marketing To Baby Boomers And X-Generation.” *International Journal Of Arts And Sciences* 3(13): 453–85.
- Muhyidin, Muhyidin. 2018. “Pengaruh Citra Perusahaan, Pengetahuan Produk Bank, Kepercayaan, Dan Pelayanan Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri.”
- Mulyadi, Nitisusastro. 2012. “Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan.” *Bandung: Alfabeta*.
- Nengsih, Titin Agustin, Arsa Arsa, And Pradita Sari Putri. 2021. “Determinan Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah: Studi Empiris Di Kota Jambi.” *Journal Of Business And Banking* 11(1): 93–111.
- Novianti, Alifah Dwi, And Luqman Hakim. 2021. “Pengaruh Pengetahuan, Produk Dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Dengan Variabel Moderating Persepsi.” *Jurnal Pendidikan Akuntansi (Jpak)* 9(1): 116–22.
- Nur, Mahfuz. 2021. “The Effect Of Knowledge And Promotion On Interest In Saving In Sharia Bank.” *El-Arbah: Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Perbankan Syariah* 5(1): 48–61.
- Nurkhi, Sri Rokhani Dan Ahmad. 2021. “No Title.” *Pengaruh Pengetahuan Dan*

Karakteristik Bank Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi Rokhani, N: 1.

- Nurkhin, Ahmad, Hasan Mukhibad, And Fatmala Dewi Aprilia. 2020. "The Effect Of Knowledge, Promotion, And Religiosity On Intention To Use Islamic Banking Services." *International Journal Of Financial Research* 11(2): 128–35.
- Nurparliana, Lia, Titin Astuti, And Miswan Miswan. 2022. "Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan E-Channel Terhadap Minat Bertransaksi Ulang Secara Online (Studi Kasus Pada Nasabah Btn Kc Kelapa Gading Square)." In *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (Snpk)*, , 310–22.
- Prasetyo, Hendi, And Vera Anitra. 2020. "Pengaruh Religiusitas Terhadap Kinerja Karyawan: Studi Pada Tenaga Kependidikan Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur." *Borneo Student Research (Bsr)* 2(1): 705–13.
- Rahmawaty, Anita. 2014. "Pengaruh Persepsi Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Di Bni Syariah Semarang." *Jurnal Addin* 8(1): 1–28.
- Rizal Prasasti. 2020. "Pengaruh Pengetahuan Dan Pelayanan Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang Tahun Angkatan 2017)." Universitas Negeri Semarang.
- Rohmanto, Khanif. 2018. "Pengaruh Tingkat Religiusitas, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Desa Sraten Kab. Semarang Untuk Menabung Di Bank Syariah."
- Rusdianto, Hutomo, And Chanafi Ibrahim. 2016. "Pengaruh Produk Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Dengan Persepsi Masyarakat Sebagai Variabel Moderating Di Pati." *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah* 4(1): 43–61.
- Saputra, Hendrik, And M Khoirul Anwar. 2019. "Pengaruh Persepsi Mahasiswa Program Studi Non Ekonomi Islam Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah." *Jurnal Ekonomi Islam* 2(1): 1–9.
- Shafrani, Yoiz Shofwa. 2016. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Religiusitas

- Terhadap Keputusan Nasabah Produk Simpanan Pada Bsm Cabang Purwokerto.” *El-Jizya: Jurnal Ekonomi Islam* 4(1): 189–215.
- Shin, Yeon Ho, And Murat Hancer. 2016. “The Role Of Attitude, Subjective Norm, Perceived Behavioral Control, And Moral Norm In The Intention To Purchase Local Food Products.” *Journal Of Foodservice Business Research* 19(4): 338–51.
- Sholihin, M, And D Ratmono. 2020. “Analisis Sem-Pls Dengan Warppls 7.0 Untuk Hubungan Nonlinier Dalam Penelitian Sosial Dan Bisnis (; C. Mitak, Ed.)”
- Siregar, Dahrul, Ahmad Harun Daulay, And Saparuddin Siregar. 2021. “Increasing Customer’s Saving Interest Through Religiosity, Product Perception And Knowledge.” *Budapest International Research And Critics Institute (Birci-Journal): Humanities And Social Sciences* 4(1): 918–25.
- Souiden, Nizar, And Marzouki Rani. 2015. “Consumer Attitudes And Purchase Intentions Toward Islamic Banks: The Influence Of Religiosity.” *International Journal Of Bank Marketing*.
- Sudiyono, Anas. 2011. “Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D, Bandung: Alfabeta, Cet.” *Ke-13*.
- Sugesti, Putri, And Luqman Hakim. 2021. “Peran Religiusitas Dalam Memoderasi Disposable Income Dan Pengetahuan Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah.” *Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Dan Perbankan Syariah* 5(1): 47–58.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, D R. 2002. “Metode Penelitian Administrasi.” *Bandung: Alfabeta*.
- Sugiyono, Prof. 2015. “Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods).” *Bandung: Alfabeta* 28: 1–12.
- Suhartanto, Dwi. 2019. “Predicting Behavioural Intention Toward Islamic Bank: A Multi-Group Analysis Approach.” *Journal Of Islamic Marketing*.
- Suprapti, Sri Ni Wayan. 2020. *Perilaku Konsumen*. Bali: Press Denpasar Bali.
- Supriyanto, Achmad Sani, And Vivin Maharani Ekowati. 2019. “Riset Manajemen Sdm Untuk Skripsi, Tesis, Disertasi, Dan Dilengkapi Dengan Contoh Artikel

Rurnal.”

- Suroso, Ancok Dan. 2005. *Psikologi Islami*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Suryani, Suryani. 2012. “Sistem Perbankan Islam Di Indonesia: Sejarah Dan Prospek Pengembangan.” *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 3(1): 111–31.
- Sutrisno, Hadi. 1991. “Analisis Butir Untuk Instrumen Angket, Tes Dan Skala Nilai Dengan Basica.” *Yogyakarta: Andi Offset*.
- Syahriyal, Syahriyal. 2018. “Pengaruh Persepsi Nilai Dan Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menabung Serta Dampaknya Kepada Keputusan Menabung Pada Perbankan Syariah Di Banda Aceh.” *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam* 4(1): 139–56.
- Tan, Chin-Seang, Hooi-Yin Ooi, And Yen-Nee Goh. 2017. “A Moral Extension Of The Theory Of Planned Behavior To Predict Consumers’ Purchase Intention For Energy-Efficient Household Appliances In Malaysia.” *Energy Policy* 107: 459–71.
- Thohari, Cindy, And Luqman Hakim. 2021. “Peran Religiusitas Sebagai Variabel Moderating Pembelajaran Perbankan Syariah, Literasi Keuangan Syariah, Product Knowledge Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah.” *Jurnal Pendidikan Akuntansi (Jpak)* 9(1): 46–57.
- Trianto, S Pd, And M Pd. 2007. “Model-Model Pembelajaran Inovatif Berorientasi Konstruktivistik.” *Jakarta: Prestasi Pustaka*.
- Umah, Rohmatul, Rio Kartika Supriyatna, And Musa Hubeis. “Pengaruh Persepsi Mahasiswa Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah: Studi Kasus Mahasiswa Febi Inais Bogor.”
- Usman, Hardius, Prijono Tjiptoherijanto, Tengku Ezni Balqiah, And I Gusti Ngurah Agung. 2017. “The Role Of Religious Norms, Trust, Importance Of Attributes And Information Sources In The Relationship Between Religiosity And Selection Of The Islamic Bank.” *Journal Of Islamic Marketing*.
- Wahab, Wahab, And Choirul Huda. 2021. “Factors Affecting Student Interest Of Al-Quran Wonosobo Science University To Saving In A Syariah Bank.” *Al-Arbah: Journal Of Islamic Finance And Banking* 3(1): 47–62.

- Wardhana, Aditya. 2020. *Perilaku Konsumen (Teori Dan Implementasi)*. Bandung: Cv. Media Sains Indonesia.
- Wijaya, Ibrahim Fatwa, Arif Rahman Hakim, Nugroho Saputro, And Mulyadi Mulyadi. 2019. "Religiosity Level And Saving Decisions In Baitul Maal Wat Tamwil: The Case Of Indonesia." *Journal Of Islamic Marketing*.
- Winarti, Winarti. 2021. "Pengaruh Pengetahuan Nasabah Terhadap Minat Menabung Di Bni Syariah Kcp Kuningan." *Jurnal Fakultas Ilmu Keislaman Kuningan* 2(2): 165–73.
- Wonok, Praisya Gabriella, And Sjendry S R Loindong. 2018. "Pengaruh Minat Transaksional, Refrensial, Dan Prefensial Terhadap Minat Mereferensikan Produk Roxy Di Quicksilver Mantos." *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 6(4).
- Yamin, Sofyan, And Heri Kurniawan. 2009. "Structural Equation Modeling: Belajar Lebih Mudah Teknik Analisis Data Kuesioner Dengan Lisrel-Pls." *Jakarta: Salemba Infotek*.

KUISIONER PENELITIAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
PASCASARJANA

Jl. Ir. Soekarno No. 34 Dadaprejo Kota Batu 65323, Telp. (0341) 531133 Fax (0341) 531130
Website : <http://pasca.uin-malang.ac.id>, email : pps@uin-malang.ac.id

Batu, 28 September 2022

Assalamualaikum Wr. Wb

Teman-teman yang terhormat

Perkenalkan saya Sulis Rahmawati mahasiswa Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang program studi Ekonomi Syari'ah, saya memohon dengan hormat kesediaan teman-teman memberikan respon terkait kuisisioner penelitian saya yang berjudul "*Pengaruh Pengetahuan dan Persepsi terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderasi*".

Kuisisioner ini bertujuan untuk kepentingan penelitian ilmiah, sehingga jawaban teman-teman memberikan kontribusi besar bagi pengembangan pengetahuan. Oleh karena itu diharapkan teman-teman memberikan pernyataan yang benar-benar sesuai dengan diri teman-teman.

Saya ucapkan banyal terimakasih atas kesediaan teman-teman menjadi responden pada penelitian ini.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Hormat Saya

Sulis Rahmawati
Peneliti

KUISIONER PENELITIAN
PENGARUH PENGETAHUAN DAN PERSEPSI TERHADAP MINAT
MENABUNG DI BANK SYARIAH DENGAN RELIGIUSITAS
SEBAGAI VARIABEL MODERASI

A. Petunjuk Pengisian

1. Berilah tanda checklist (√) pada skala pengukuran yang paling anda anggap tepat!
SS = Sangat setuju dengan skor 4
S = Setuju dengan skor 3
TS = Tidak setuju dengan skor 2
STS` = Sangat tidak setuju dengan skor 1
2. Mohon melengkapi identitas diri saudara/saudari pada bagian karakteristik responden dengan memberikan tanda checklist (√) pada kolom sesuai dengan identitas diri.

B. Karakteristik Responden

1. Jenis Kelamin :
() Laki-laki () Perempuan
2. Usia :
() 20-25 tahun () 25-30 tahun () >30

1. Variabel Pengetahuan (KL) / X1

No	Pernyataan	Skala Indikator			
		SS	S	TS	STS
1	Bank Syariah adalah bank yang menurut hukum Al-Qur'an, As-Sunnag, Fatwa ulama dan pemerintah				
2	Saya tertarik untuk mengetahui produk-produk yang ada di Bank Syariah				
3	Saya mengetahui penempatan jasa transaksi e-channel				
4	Saya mengetahui tata cara menabung di Bank Syariah				
5	Saya mengetahui manfaat layanan e-channel di Bank Syariah				

2. Variabel Persepsi (PC) / X2

No	Pernyataan	Skala Indikator			
		SS	S	TS	STS
1	Saya percaya IB akan memungkinkan saya dengan mudah mendapatkan pembiayaan bisnis pribadi				
2	Konsep perbankan bebas bunga, akan mendorong saya untuk memilih produk dan layanan IB				
3	Terlibat dalam produk dan layanan IB akan menjadi pertimbangan saya dalam waktu dekat				
4	Saya akan mempengaruhi kerabat saya untuk mengadopsi IB				
5	Saya akan kembali menggunakan layanan Bank Syariah jika sudah memenuhi harapan				
6	Saya akan memulai bisnis dengan menggunakan layanan Bank Syariah				

3. Variabel Minat Menabung (INT) / Y

No	Pernyataan	Skala Indikator			
		SS	S	TS	STS

1	Saya memiliki rasa suka dalam membeli produk di bank syariah				
2	Saya membutuhkan bank syariah untuk membantu perencanaan keuangan saya				
3	Saya merekomendasikan produk di bank syariah kepada orang lain				
4	Saya tidak akan pindah ke bank lain dengan berbagai kelebihan dan kemudahan yang diberikan bank kepada saya				
5	Saya berminat menabung di bank syariah karena ingin mendapatkan keselamatan dunia dan akhirat				
6	Saya akan menyarankan orang lain untuk menjadi nasabah di bank syariah				

4. Religiusitas (RL) / Z

No	Pernyataan	Skala Indikator			
		SS	S	TS	STS
1	Saya percaya penggunaan Bank Syariah adalah perintah Allah				
2	Saya percaya penggunaan Bank Syariah adalah bentuk penyerahan diri kepada Allah				
3	Saya tidak akan menilai negatif, mereka yang memilih bank lain (Bank Syariah atau Konvensional)				
4	Saya dapat memahami orang yang memilih bank karena biaya yang lebih rendah (Bank Syariah atau Konvensional)				
5	Saya mencoba mencari tahu hukum sistem perbankan dalam Al-Qur'an				

TABULASI DATA

RES	PENGETAHUAN (X1)					PERSEPSI (X2)						MINAT MENABUNG (Y)						RELIGIUSITAS (Z)				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3
6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
8	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2
9	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
10	3	3	3	3	2	2	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	2	2	3	1	3
11	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
14	3	3	2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4
15	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
16	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
17	3	3	3	3	2	1	3	3	1	4	4	4	3	3	3	4	3	3	1	4	2	4
18	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
19	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

68	3	4	2	4	3	2	3	2	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	2	4	3	3
69	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
70	3	3	3	4	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	1	2	3	4	4	
71	2	3	2	3	3	1	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	1	3	2	3	3	4
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
73	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	2
75	3	4	2	4	3	2	3	2	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	2	4	3	3
76	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	2	3	1	3
77	3	3	3	4	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	2	3	4	4
78	3	3	3	4	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	2	3	4	4
79	2	3	2	3	3	1	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	1	3	2	3	3	4
80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
81	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
82	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	2
83	3	4	2	4	3	2	3	2	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	2	4	3	3
84	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	2	3	1	3
85	3	3	3	4	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	2	3	4	4
86	2	3	2	3	3	1	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	1	3	2	3	3	4
87	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
88	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
89	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
90	3	4	2	4	3	2	3	2	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	2	4	3	3
91	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	4	2	3	3	3

Uji Model Pengukuran (Outer Model)

1. Convergent Validity

	X1	X2	Y	Z
X1.1	(0.869)	-0.049	0.129	-0.043
X1.2	(0.811)	-0.320	0.171	-0.033
X1.3	(0.876)	0.079	-0.045	-0.002
X1.4	(0.860)	0.090	-0.150	0.050
X1.5	(0.876)	0.178	-0.094	0.026
X2.1	0.163	(0.700)	-0.216	0.219
X2.2	-0.182	(0.855)	-0.038	-0.213
X2.3	0.005	(0.856)	-0.080	-0.033
X2.4	-0.411	(0.711)	-0.215	0.251
X2.5	0.184	(0.895)	0.226	-0.067
X2.6	0.184	(0.895)	0.226	-0.067
Y.1	0.230	-0.292	(0.810)	-0.162
Y.2	0.140	0.028	(0.818)	-0.192
Y.3	0.237	-0.166	(0.827)	-0.219
Y.4	0.061	-0.054	(0.830)	-0.169
Y.5	-0.396	0.496	(0.654)	0.326
Y.6	-0.393	0.097	(0.732)	0.541
Z.1	-0.143	0.029	0.045	(0.863)
Z.2	-0.263	-0.050	0.418	(0.732)
Z.3	-0.197	-0.026	0.047	(0.861)
Z.4	0.340	0.041	-0.374	(0.778)
Z.5	0.309	0.002	-0.133	(0.716)
Z*X1	0.000	0.000	0.000	0.000
Z*X2	0.000	0.000	0.000	0.000

2. Discriminant Validity

Correlations among I.vs. with sq. rts. of AVEs						
	X1	X2	Y	Z	Z*X1	Z*X2
X1	(0.859)	0.699	0.576	0.555	-0.101	0.042
X2	0.699	(0.823)	0.585	0.503	0.043	0.015
Y	0.576	0.585	(0.781)	0.648	0.097	0.147
Z	0.555	0.503	0.648	(0.792)	0.121	0.192
Z*X1	-0.101	0.043	0.097	0.121	(1.000)	0.800
Z*X2	0.042	0.015	0.147	0.192	0.800	(1.000)

Note: Square roots of average variances extracted (AVEs) shown on diagonal.

3. Composite Reliability

	X1	X2	Y	Z	Z*X1	Z*X2
R-squared			0.564			
Adj. R-squared			0.546			
Composite reliab.	0.933	0.926	0.903	0.893	1.000	1.000
Cronbach's alpha	0.911	0.902	0.871	0.850	1.000	1.000
Avg. var. extrac.	0.737	0.677	0.610	0.628	1.000	1.000
Full collin. VIF	2.568	2.371	2.101	1.936	3.223	3.148

Uji Model Struktural (Inner Model)

1. Model Fit and Quality Indics

Model fit and quality indices

Average path coefficient (APC)=0.224, P=0.004

Average R-squared (ARS)=0.564, P<0.001

Average adjusted R-squared (AARS)=0.546, P<0.001

Average block VIF (AVIF)=2.908, acceptable if ≤ 5 , ideally ≤ 3.3

Average full collinearity VIF (AFVIF)=2.558, acceptable if ≤ 5 , ideally ≤ 3.3

Tenenhaus GoF (GoF)=0.661, small ≥ 0.1 , medium ≥ 0.25 , large ≥ 0.36

Simpson's paradox ratio (SPR)=1.000, acceptable if ≥ 0.7 , ideally = 1

R-squared contribution ratio (RSCR)=1.000, acceptable if ≥ 0.9 , ideally = 1

Statistical suppression ratio (SSR)=1.000, acceptable if ≥ 0.7

Nonlinear bivariate causality direction ratio (NLBCDR)=0.875, acceptable if ≥ 0.7

2. R Square (R^2)

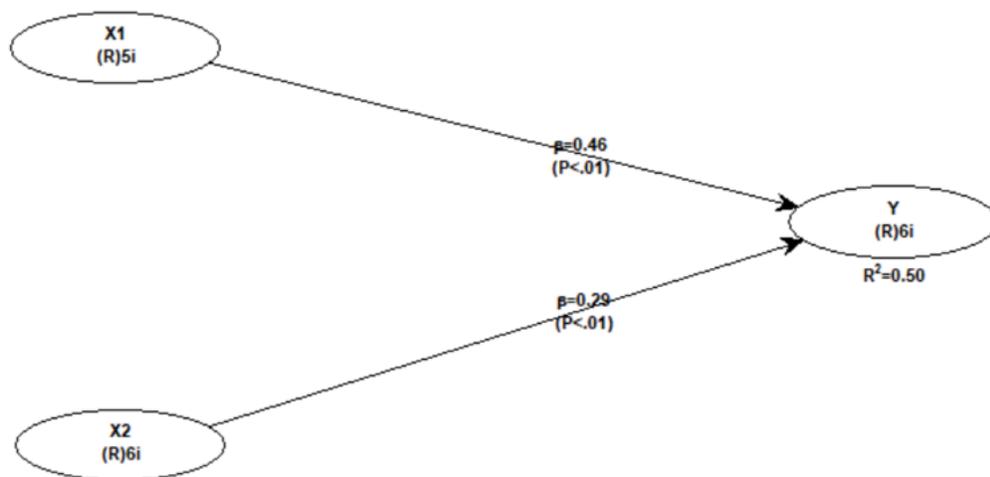
	X1	X2	Y	Z	Z*X1	Z*X2
R-squared			0.564			
Adj. R-squared			0.546			

Uji Hipotesis Penelitian

1. Uji Hipotesis Pengaruh Langsung

Path coefficients			
	X1	X2	Y
X1			
X2			
Y	0.457	0.291	

P values			
	X1	X2	Y
X1			
X2			
Y	<0.001	<0.001	



2. Uji Hipotesis Pengaruh Moderasi

P values						
	X1	X2	Y	Z	Z*X1	Z*X2
X1						
X2						
Y	<0.001	0.011			0.108	0.015
Z						
Z*X1						
Z*X2						

