

**PENGARUH PENGETAHUAN, KEPERCAYAAN, PRODUK,
PELAYANAN DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT
MENABUNG DI BANK NTB SYARIAH KCP PEKAT DOMPU**

SKRIPSI



Oleh:

JUNANDA FEBRIAN

NIM: 19540016

**JURUSAN S1 PERBANKAN SYARIAH FAKULTAS
EKONOMI**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)

MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

2023

**PENGARUH PENGETAHUAN, KEPERCAYAAN, PRODUK,
PELAYANAN DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT
MENABUNG DI BANK NTB SYARIAH KCP PEKAT DOMPU**

SKRIPSI

Diajukan Kepada:

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



Oleh:

JUNANDA FEBRIAN

NIM: 19540016

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)

MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

2023

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH PENGETAHUAN, KEPERCAYAAN, PRODUK,
PELAYANAN DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT
MENABUNG DI BANK NTB SYARIAH KCP PEKAT DOMPU**

Oleh

JUNANDA FEBRIAN

NIM : 19540016

Telah Disetujui Pada Tanggal 16 Maret 2023

Dosen Pembimbing,



EKA WAHYU HESTYA BUDIANTO, Lc., M.Si

NIP. 198908082020121002

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH PENGETAHUAN, KEPERCAYAAN, PRODUK, PELAYANAN DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT MENABUNG DI BANK NTB SYARIAH KCP PEKAT DOMPU SKRIPSI

Oleh

JUNANDA FEBRIAN

NIM : 19540016

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Perbankan Syariah (S.E.)
Pada 26 Juni 2023

Susunan Dewan Penguji:

1. Ketua Penguji

Iffat Maimunah, S.S., M.Pd

NIP. 197905272014112001

2. Anggota Penguji

Kurniawati Meylianingrum, M.E

NIP. 199205022019032029

3. Sekretaris Penguji

EKA WAHYU HESTYA BUDIANTO, Lc., M.Si

NIP. 198908082020121002

Tanda Tangan



Disahkan Oleh:

Ketua Program Studi,



Yayuk Sri Rahayu, MM

NIP. 197708262008012011

LEMBAR PERSEMBAHAN

Alhamdulillah *rabbil'alamin*, puji syukur saya ucapkan kepada Allah *Subhanahu Wa Ta'ala* yang telah memberikan saya nikmat kesehatan, kesempatan dan pengetahuan, serta sholawat dan salam baginda Nabi Muhammad *Shalallahu Alaihi Wassalam*, sehingga saya mampu menyelesaikan skripsi ini. Karya ilmiah skripsi ini, saya persembahkan kepada:

Pribadi saya sendiri sebagai bentuk hasil akhir perjuangan dalam dunia perkuliahan.

Kedua orang tua saya yaitu Bapak **Suparman** dan Ibu **Sarni**, jasa Beliau tidak pernah bisa tergantikan oleh apapun juga. Terima kasih sudah menjadi orang tua terbaik dalam hidup ini walaupun banyak sekali rintangan dan masalah.

Para Dosen dan Guru saya yang selalu membimbing dan membagi ilmunya kepada saya, kalian adalah pahlawan. Serta kepada sahabat-sahabat dan teman-teman saya yang selalu memberikan semangat dan dukungan yang luar biasa.

MOTTO

“Biarkan Tuhan yang mengatur segalanya, dan sebagai Hamba hanya mengikuti kehendak-Nya”

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah *rabbil'alamin*, puji syukur kehadiran Allah *Subhanahu Wa Ta'ala* yang selalu memberikan nikmat dan hidayahnya yang tidak terhitung jumlahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, Produk, Pelayanan Dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Di Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompu”.

Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad *Shalallahu Alaihi Wassalam*, yang telah membimbing kita dari kegelapan menuju jalan kebaikan, yakni Din al-Islam. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa adanya bimbingan dan sumbangan pemikiran dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. M. Zainuddin selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.Ei. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Ibu Dr. Yayuk Sri Rahayu, SE., M.M., selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Bapak Eka Wahyu Hestya Budianto, Lc., M.Si selaku dosen pembimbing telah banyak memberikan bimbingan, masukan, dan arahan selama penyusunan skripsi.
5. Bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
6. Bapak, Mama dan Adik serta seluruh keluarga yang senantiasa memberikan do'a dan dukungan secara moril dan spirituil.
7. Bapak Yerianto Manager Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompu.
8. Seluruh nasabah atau responden Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompu yang menerima tamu dengan sebaik-baiknya.

9. Mustaqfirin Asyrof yang selalu meminjamkan laptonya.
10. Temen Gibah (Gerakan Insan Berakhlak) sebagai sahabat terbaik saya.
11. Kontrakan Om Tobat selaku keluarga kecil saya di Malang.
12. 19540018 selaku anak ketemu besar yang selalu memberikan arahan dan motivasi untuk semangat mengerjakan skripsi.
13. Temen dan sahabat rumah saya yang tidak terhitung jumlahnya yang selalu menjadi orang-orang baik.
14. Dan seluruh pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif demi kesempurnaan penulisan ini. Penulis berharap semoga karya yang sederhana ini dapat bermanfaat dengan baik bagi semua pihak. *Amin ya Robbal 'Alamin...*

Malang, 30 Maret 2023

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iii
MOTTO	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT.....	xvi
نبذة مختصرة.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Kajian Teoritis	17
2.2.1 Pengetahuan	17
2.2.2 Kepercayaan.....	18
2.2.3 Produk	18
2.2.4 Pelayanan	19
2.2.5 Religiusitas.....	20
2.2.6 Minat	22
2.3 Hubungan Antar Variabel	22

2.3.1	Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Menabung	22
2.3.2	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Menabung	23
2.3.3	Pengaruh Produk terhadap minat menabung	23
2.3.4	Pengaruh Pelayanan terhadap minat menabung	24
2.3.5	Pengaruh Religiusitas terhadap minat menabung	25
2.4	Kerangka Konseptual	25
2.5	Hipotesis Penelitian	26
BAB III	METODE PENELITIAN	28
3.1	Jenis dan Pendekatan Penelitian	28
3.2	Lokasi Penelitian	28
3.3	Populasi dan Sampel	28
3.3.1	Populasi	28
3.3.2	Sampel	29
3.4	Teknik Pengambilan Sampel	30
3.5	Data dan Jenis Data	30
3.5.1	Data Primer	30
3.5.2	Data Sekunder	30
3.6	Teknik Pengumpulan Data	31
3.6.1	Study Pustaka	31
3.6.2	Wawancara	31
3.6.3	Angket (kuesioner)	32
3.7	Definisi Operasional Variabel	33
3.8	Uji Validitas Dan Reliabilitas	35
3.8.1	Uji Validitas	35
3.8.2	Uji Reliabilitas	36
3.9	Analisis Data	36
3.9.1	Uji Asumsi Klasik	37
3.10	Uji Hipotesis	39
3.10.1	Uji Regresi Berganda	39
3.10.2	Uji T	40
3.10.3	Uji F	40

3.10.4 Uji Determinasi (R^2).....	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Hasil Penelitian	42
4.1.1 Sejarah Berdirinya Bank NTB Syariah	42
4.1.2 VISI DAN MISI Bank NTB Syariah	45
4.1.3 Struktur Organisasi Bank NTB Syariah	46
4.1.4 Deskripsi Karakteristik Data Responden	47
4.1.5 Uji Statistik Deskriptif	48
4.1.6 Hasil Uji Validitas	50
4.1.7 Hasil Uji Reliabilitas	53
4.1.8 Uji Asumsi Klasik	54
4.1.9 Pengujian Hipotesis	57
4.2 Pembahasan	63
4.2.1 Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Di Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompu.....	63
4.2.2 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Di Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompu.....	65
4.2.3 Pengaruh Produk Terhadap Minat Menabung Di Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompu	67
4.2.4 Pengaruh Pelayanan Terhadap Minat Menabung Di Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompu.....	69
4.2.5 Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Menabung Di Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompu.....	71
4.2.6 Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, Produk, Pelayanan Dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Di Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompu.....	73
BAB V PENUTUP	74
5.1 Kesimpulan	74
5.2 Saran	75
5.2.1 Bagi Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompu.....	75
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya	75

DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	80

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Jumlah Bank Syariah dari Tahun 2018-2021	2
Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu.....	8
Tabel 3. 1	Devinisi Operasional Variabel.....	34
Tabel 4. 1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4. 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	47
Tabel 4. 3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	48
Tabel 4. 4	Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	49
Tabel 4. 5	Hasil Uji Validitas Variabel Pengetahuan	50
Tabel 4. 6	Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan	51
Tabel 4. 7	Hasil Uji Validitas Variabel Produk.....	51
Tabel 4. 8	Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan.....	52
Tabel 4. 9	Hasil Uji Validitas Variabel Religiusitas	52
Tabel 4. 10	Hasil Uji Validitas Variabel Minat Menabung	53
Tabel 4. 11	Hasil Uji Reliabilitas	54
Tabel 4. 12	Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test	55
Tabel 4. 13	Hasil Uji Multikolinearitas	57
Tabel 4. 14	Hasil Uji Regresi Berganda	58
Tabel 4. 15	Hasil Uji Parsial (Uji T)	60
Tabel 4. 16	Hasil Uji Simultan (Uji F).....	62
Tabel 4. 17	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual Penelitian.....	26
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Bank NTB Syariah	46
Gambar 4. 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	80
Lampiran 2 Data Penelitian	84
Lampiran 3 Hasil Output SPSS 26	100
Lampiran 4 Surat Keterangan Bebas Plagiarisme	118
Lampiran 5 Hasil Cek Plagiarisme.....	119
Lampiran 6 Jurnal Bimbingan Tugas Akhir	120
Lampiran 7 Biodata Peneliti	122

ABSTRAK

Junanda Febrian, 2023, SKRIPSI, Judul: “Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, Produk, Pelayanan Dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Di Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompu”

Pembimbing : Eka Wahyu Hestya Budiando, Lc., M.Si

Kata Kunci : Pengetahuan, Kepercayaan, Produk, Pelayanan, Religiusitas, Minat Menabung

Penelitian ini dilakukan pada bank syariah di Kecamatan Pekat, Kabupaten Dompu yaitu Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompu. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan, kepercayaan, produk, pelayanan dan religiusitas terhadap minat menabung di Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompu. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Pekat, Kabupaten Dompu, menggunakan sampel sebanyak 100 responden yang telah membuka tabungan di Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompu.

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah Sampling Insidental. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif serta menggunakan analisis statistik. Data yang diperoleh dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh secara langsung dari penyebaran kuesioner kepada para responden.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial pada variabel pengetahuan, kepercayaan, dan produk terhadap minat menabung di Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompu. Menurut hasil penelitian hal tersebut terjadi karena kurangnya sosialisasi dan edukasi yang diberikan kepada nasabah tentang Bank Syariah baik dari segi pengetahuan, produk, sehingga membuat kepercayaan kepada bank syariah rendah untuk menabung di bank syariah. Sedangkan, pada variabel pelayanan dan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat menabung di Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompu. Hal tersebut terjadi karena, nasabah merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh petugas bank dan kepercayaan kepada agamanya yang masih tinggi sehingga membuat nasabah mengambil keputusan menabung di Bank NTB Syariah. Akan tetapi, secara simultan lima variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompu. Oleh karena itu, penting untuk pihak perbankan selalu meningkatkan performanya agar nasabah selalu menggunakan bank syariah dalam kesehariannya.

ABSTRACT

Junanda Febrian, 2023, THESIS, Title: “The Effect of Knowledge, Trust, Products, Services and Religiosity on Interest in Saving at Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompus”

Advisor : Eka Wahyu Hestya Budianto, Lc., M.Si

Keywords : Knowledge, Beliefs, Products, Services, Religiosity, Interest in Saving

This research was conducted at Islamic banks in Pekat District, Dompus Regency, namely Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompus. This study aims to determine the effect of knowledge, beliefs, products, services and religiosity on the intention to save at Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompus. The population in this study was the Pekat community, Dompus Regency, using a sample of 100 respondents who had opened savings accounts at Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompus.

The technique used in this research is Incidental Sampling. The analytical method used in this study is a quantitative method using a descriptive approach and using statistical analysis. The data obtained in this study is primary data obtained directly from distributing questionnaires to the respondents.

The results of this study indicate that there is no partial positive and significant effect on the variables of knowledge, trust, and products on deposit interest at Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompus. According to the results of the study, this happened because of the lack of socialization and education given to customers about Islamic banks, both in terms of knowledge and products, thus making trust in Islamic banks low for saving in Islamic banks. Whereas the service and religiosity variables have a partial positive and significant effect on the interest in saving at Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompus. This happened because customers were satisfied with the services provided by bank officers and their belief in their religion was still high, which made customers make the decision to save at Bank NTB Syariah. However, simultaneously these five variables have a positive and significant effect on the interest in saving at Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompus. Therefore, it is important for banks to always improve their performance so that customers always use Islamic banks in their daily lives.

نبذة مختصرة

جوناندا فيريان. ٢٠٢٣. البحث الجمعي. الموضوع: "تأثير المعرفة والثقة والمنتجات والخدمات والدين على الاهتمام بالادخار في بنك NTB Syariah KCP Pekat Dompu"

المشرف : إيكاهي ستيا بوديانطا ، Lc.,M.Si

الكلمات الدالة : المعرفة، الثقة، المنتجات، الخدمات، التدين، الاهتمام بالادخار

تم إجراء هذا البحث في البنوك الإسلامية في منطقة بيكات، دومبو ريجنسي، وبالتحديد بنك NTB Syariah KCP Pekat Dompu. تهدف هذه الدراسة إلى تحديد تأثير المعرفة والمعتقدات والمنتجات والخدمات والتدين على نية الادخار في Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompu. كان السكان في هذه الدراسة هم مجتمع Pekat، Dompu Regency، باستخدام عينة من ١٠٠ مستجيب قاموا بفتح حسابات توفير في Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompu.

التقنية المستخدمة في هذا البحث هي أخذ العينات العرضي. المنهج التحليلي المستخدم في هذه الدراسة هو منهج كمي باستخدام المنهج الوصفي والتحليل الإحصائي. البيانات التي تم الحصول عليها في هذه الدراسة هي بيانات أولية تم الحصول عليها مباشرة من توزيع الاستبيانات على المستجيبين.

تشير نتائج هذه الدراسة إلى عدم وجود تأثير جزئي إيجابي ومعنوي على متغيرات المعرفة والثقة والمنتجات على الفائدة على الودائع في بنك NTB Syariah KCP Pekat Dompu. وبحسب نتائج الدراسة، فقد حدث هذا بسبب نقص التنشئة الاجتماعية والتنقيف للعملاء حول البنوك الإسلامية، سواء من حيث المعرفة أو المنتجات، مما جعل الثقة في البنوك الإسلامية منخفضة للادخار في البنوك الإسلامية. في حين أن متغيري الخدمة والتدين لهما تأثير جزئي إيجابي وهام على الاهتمام بالادخار في بنك NTB Syariah KCP Pekat Dompu. حدث هذا لأن العملاء كانوا راضين عن الخدمات التي يقدمها موظفو البنك وكان إيمانهم بدينهم لا يزال مرتفعًا، مما جعل العملاء يتخذون قرار التوفير في بنك NTB الشريعة. ومع ذلك، فإن هذه المتغيرات الخمسة في نفس الوقت لها تأثير إيجابي وهام على الاهتمام بالادخار في بنك NTB Syariah KCP Pekat Dompu. لذلك، من المهم أن تعمل البنوك دائمًا على تحسين أدائها بحيث يستخدم العملاء دائمًا البنوك الإسلامية في حياتهم اليومية.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sebagai sebuah lembaga keuangan, bank syariah berperan dalam mengumpulkan dan mendistribusikannya kepada masyarakat yang berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Prinsip syariah merupakan suatu aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara pihak bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan pembiayaan kegiatan usaha berdasarkan syariat Islam (Wijayani, 2017). Prinsip syariah mengacu pada Al-Quran dan Hadits sebagai pedoman pedoman untuk mempromosikan kebaikan dan kemaslahatan umat. Aktivitas yang dijalankan oleh perbankan syariah tidak mengandung unsur riba (*bunga*), tidak melibatkan praktik spekulatif seperti perjudian (*maysir*), menghindari transaksi yang meragukan (*gharar*), menjauhi hal-hal yang tidak sah (*bathil*), dan hanya mendukung usaha-usaha yang halal (Kurniawan, 2020).

Melihat dari mayoritas masyarakat Indonesia sebagai pemeluk agama Islam, besar harapan bank syariah dapat bersaing dengan bank konvensional untuk dijadikan sebagai pilihan. Terlebih bank syariah telah membuktikan bahwa tahan akan krisis ekonomi. Selain itu, bank syariah hadir sebagai pilihan solusi bagi umat Islam untuk menghindari bunga dan mengenakan bagi hasil. Tujuan bank syariah adalah berpartisipasi dalam pertumbuhan ekonomi masyarakat melalui produk simpanan dan pembiayaan yang di tawarkannya. Dalam rentang tahun 2018-2021, tercatat adanya peningkatan jumlah unit bank syariah yang berdasarkan laporan statistik perbankan syariah dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yaitu sebagai berikut:

Tabel 1. 1
Jumlah Bank Syariah dari Tahun 2018-2021

Karakteristik	2018	2019	2020	2021
Jumlah Bank Syariah	14	14	14	12
Jumlah Kantor	1.869	1.905	2.020	2.023

Sumber: (Otoritas Jasa Keuangan, 2022)

Berdasarkan data pada tabel 1.1 di atas, bank syariah menunjukkan bahwa progresnya setiap tahunnya tetap bertahan dan berkembang di setiap tahunnya. Menurut Wijayani (2017) “Permintaan dan minat masyarakat di Indonesia dalam jasa perbankan syariah yang semakin meningkat mendorong para pelaku bisnis perbankan untuk membuka bank yang didasarkan pada prinsip syariah”. Perkembangan ini akan menjadi acuan masyarakat tentang perbankan syariah, terlebih banyaknya pengetahuan tentang bank syariah yang dapat menimbulkan minat untuk masyarakat menggunakan bank syariah.

Menurut Kartika dkk., (2020) “Minat merupakan motivasi yang kuat bagi individu dalam melakukan tindakan untuk mewujudkan tujuan dan cita-cita yang diinginkannya”. Munculnya minat seseorang untuk menggunakan bank syariah tentunya timbul dari beberapa faktor baik itu faktor internal, ataupun faktor external. Setiap masyarakat selalu mengharapkan keuntungan dari dana yang disimpan dan di sisi lain masyarakat tersebut tidak mau kehilangan dananya pada lembaga keuangan.

Menurut Padmaninggar (2015) sebelum calon nasabah mempergunakan jasa perbankan, maka diperlukan sebuah atau beberapa informasi atau pengetahuan akan suatu bank, agar nantinya tidak ada pihak yang merasa merugikan atau dirugikan. Pengetahuan atau informasi menabung pada perbankan bisa didapat dari orang lain, seperti dari karyawan bank, teman, saudara, keluarga, media cetak, media elektronik, dan lain-lain. Faktor pengetahuan sangat berpengaruh terhadap minat seseorang dalam mengambil keputusan untuk menggunakan perbankan syariah. Menurut Romdhoni dkk.,

(2021) Pengetahuan merupakan elemen yang esensial bagi nasabah dalam mengevaluasi dan memilih lembaga perbankan yang dapat dipercaya untuk mengelola dananya. Penelitian yang dilakukan oleh Padmaninggar (2015) menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh positif terhadap minat menabung di bank syariah. Akan tetapi, penelitian yang dilakukan oleh Mujaddid (2019) yang menyatakan bahwa faktor pengetahuan tidak memiliki pengaruh terhadap minat menabung.

Setelah mengetahui tentang perbankan syariah maka seseorang tentunya akan melihat perbankan yang sudah terjamin dan terpercaya. Kepercayaan menabung pada perbankan syariah merupakan keyakinan nasabah untuk mempertahankan hubungan jangka panjang dengan bank syariah. Menurut Faidhatul Fitri dalam Andriani & Halmawati (2019), Menyatakan bahwa kepercayaan nasabah pada bank syariah akan mempengaruhi minat nasabah dalam bertransaksi dan menitipkan dananya pada Bank, karena dengan adanya kepercayaan yang tinggi maka nasabah yakin bahwa pihak Bank mampu bertanggung jawab akan tugasnya. Jika nasabah percaya dan yakin akan suatu kinerja Bank dalam mengelola dana nasabah, maka minat nasabah dalam menitipkan dananya dan melakukan transaksi pada Bank tersebut semakin meningkat. Hal ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Khotimah (2018) yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menabung di bank syariah. Akan tetapi, berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Hendrastyo (2019) dalam penelitiannya menyatakan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh positif terhadap minat menabung di bank syariah.

Selanjutnya, setelah masyarakat mengetahui dan mempercayai suatu lembaga perbankan syariah tentunya masyarakat akan melihat dari segi produk dan pelayanan suatu jasa perbankan. Menurut Kotler dalam Romdhoni (2018) Produk adalah segala sesuatu yang berupa barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, organisasi, informasi, dan ide yang ditawarkan pasar kepada pelanggan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan. Produk

perbankan merupakan salah satu faktor penentu ketertarikan nasabah menabung pada bank. Perbankan syariah memiliki keunikan pada tingkat inovasi yang lebih tinggi dalam produk yang mereka tawarkan. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Sapta Riani (2019), yang menyatakan bahwa produk berpengaruh positif terhadap minat menabung di bank syariah. Akan tetapi, penelitian yang dilakukan oleh Romdhoni (2018), menyatakan bahwa produk tidak berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah.

Setelah melihat produk bank syariah yang sesuai dengan prinsip syariah, tentunya masyarakat akan melihat dari segi pelayanan dari bank itu sendiri. Menurut Sangadji dalam Romdhoni (2018) “Kualitas merupakan suatu yang berhubungan dengan kondisi akan suatu produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan yang menimbulkan kepuasan pelanggan karena sesuai dengan harapan mereka”. Dengan memberikan pelayanan yang ekstra dan memberikan kepuasan kepada nasabah tentunya akan mempengaruhi minat seseorang untuk menggunakan perbankan syariah. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Wandira (2022), yang menyatakan bahwa pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat untuk menabung, dengan hasil yang membuktikan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank, semakin tinggi minat nasabah. Penelitian yang dilakukan oleh Mukti & Octaviani (2019), juga menyatakan bahwa pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung.

Selain melihat dari aspek di atas, maka tentunya juga kita melihat masyarakat itu sendiri sebagai nasabah bank. Perbedaan keyakinan dan ahlak masyarakat dapat berpengaruh terhadap minat untuk menggunakan produk perbankan syariah. Religiusitas merupakan faktor yang penting, terlebih dikaitkan dengan perbankan syariah (perbankan yang menerapkan prinsip Islam). Khususnya dalam Islam ketika seorang individu mengkonsumsi sesuatu atau bertransaksi harus memperhatikan halal dan haramnya (Kurniawan, 2020). Penelitian yang dilakukan oleh Padmaninggar (2015), menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh terhadap minat seseorang. Selain itu, penelitian yang

dilakukan oleh Triuspitorini (2019), juga menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah. Oleh karena itu, setiap manusia dalam melakukan aktivitasnya didasarkan pada ketentuan agamanya yang sesuai dengan perintah Tuhannya yang bertujuan untuk mendapatkan ridha-Nya.

Pentingnya peningkatan jumlah nasabah di setiap elemen perbankan sangatlah penting, terlebih dalam perbankan syariah. Semakin meningkatnya jumlah nasabah, maka dapat dikatakan berhasilnya suatu perbankan dalam melakukan pemasarannya di masyarakat. Pada saat melakukan pra penelitian, peneliti memilih di salah satu perbankan syariah yaitu Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompus, peneliti melihat banyak sekali masyarakat yang belum mengetahui tentang keunggulan yang dimiliki oleh Bank Syariah. Sehingga, masyarakat lebih memilih bank konvensional dibandingkan dengan bank Syariah. Pekat merupakan salah satu kecamatan yang terletak di kabupaten Dompus, Nusa Tenggara Barat, Indonesia. Jaraknya sekitar 124 kilometer ke arah barat dari pusat ibu kota kabupaten Dompus. Desa Pekat menjadi lokasi pusat pemerintahan kecamatan ini. Terletak di bawah kaki Gunung Tambora, Kecamatan Pekat memiliki luas wilayah yang paling besar di Kabupaten Dompus dengan tingkat kepadatan penduduk yang rendah. Selain itu, melihat dari lokasi tersebut yang hanya terdapat satu bank syariah dan bank konvensional saja, yang dimana besar kemungkinan bank syariah dapat bersaing dengan bank konvensional tersebut.

Berdasarkan dari permasalahan dan faktor-faktor di atas, masih banyaknya penelitian yang menunjukkan hasil penelitian yang berbeda dan belum adanya penelitian yang menggunakan lima. Selain itu, banyak masyarakat yang belum mengetahui dan menggunakan jasa bank syariah sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini. Oleh karena itu, peneliti melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, Produk, Pelayanan Dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung di Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompus”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, peneliti dapat merumuskan permasalahan yang akan diinvestigasi. Berikut adalah rumusan masalah dalam penelitian ini:

1. Apakah pengetahuan berpengaruh terhadap minat menabung di Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompou?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap minat menabung di Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompou?
3. Apakah produk berpengaruh terhadap minat menabung di Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompou?
4. Apakah pelayanan berpengaruh terhadap minat menabung di Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompou?
5. Apakah religiusitas berpengaruh terhadap minat menabung di Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompou?
6. Apakah pengetahuan, kepercayaan, produk, pelayanan dan religiusitas berpengaruh terhadap minat menabung di Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompou?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung di Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompou.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap minat menabung di Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompou.
3. Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap minat menabung di Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompou.
4. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap minat menabung di Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompou.

5. Untuk mengetahui pengaruh religiusitas terhadap minat menabung di Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompus.
6. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan, kepercayaan, produk, pelayanan dan religiusitas terhadap minat menabung di Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompus.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat teoritis

- a. Bagi pembaca / civitas akademika, penelitian ini dapat bermanfaat untuk menambah pengetahuan mengenai pengaruh pengetahuan, kepercayaan, produk, pelayanan terhadap minat menabung di bank syariah Indonesia
- b. Bagi penelitian lain, penelitian ini dapat bermanfaat untuk dilakukan penelitian yang lebih lanjut dengan variable yang berbeda.

2. Manfaat praktis

Bagi pihak perbankan, diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk mengembangkan usahanya di masa yang akan datang, terutama dalam meningkatkan minat nasabah menabung di lembaga bank syariah.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian-penelitian terdahulu yang terkait dengan topik yang dibahas dalam penelitian ini memiliki peran penting dalam mendukung teori-teori yang ada. Penting bagi peneliti untuk menyertakan beberapa penelitian terdahulu dalam penelitian ini sebagai acuan, pertimbangan, dan panduan dalam pengambilan keputusan. Berikut ini merupakan penelitian terdahulu yang disajikan dalam bentuk tabel, yang dianggap relevan untuk dijadikan sebagai komparasi dalam penelitian dan mempermudah pembaca dalam melihat hasil penelitian terdahulu.

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No .	Nama Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode/ Analisis Data	Hasil Penelitian
1.	Romdhoni & Ratnasari, (2018)	Pengaruh Pengetahuan , Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah.	Variabel Independen: • Pengetahuan • Kualitas pelayanan • Produk Dan • Religiusitas Variabel Dependen: • Minat Nasabah Menggunakan Produk Simpanan BMT Amanah Ummah Gumpang Kartasura.	• Metode Menggunakan pendekatan kuantitatif. • Populasi Jumlah populasinya adalah 8954 anggota simpanan mudharabah BMT Amanah Ummah Gumpang	Hasil penelitian tersebut adalah Pengetahuan , Kualitas Pelayanan, dan Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk simpanan pada BMT Amanah Ummah

				<p>Kartasura, Sukoharjo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sampel <p>Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analisis data <p>Analisis data menggunakan Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik dan Uji Regresi Linier Berganda.</p>	<p>Gumpang Kartasura. Sedangkan, produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah menggunakan produk simpanan pada BMT Amanah Ummah Gumpang Kartasura.</p>
2.	Mukti & Octaviani, (2019)	Pengaruh Pelayanan, Religiusitas, Dan Tingkat Pendapatan Terhadap Minat Menabung 2019 (Studi Kasus Bank Bri Syariah Cabang Palur Karanganyar)	<p>Variabel Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pelayanan • Religiusitas , dan • Tingkat Pendapatan. <p>Variabel Dependen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Minat menabung di BRI Syariah Karanganyar. 	<ul style="list-style-type: none"> • Metode <p>Menggunakan pendekatan kuantitatif.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Populasi <p>Populasi yang digunakan adalah nasabah Bank BRI Syariah yaitu 53.024 nasabah.</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan, religiusitas dan tingkat pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank BRI Syariah Cabang Palur Karanganyar .</p>

				<ul style="list-style-type: none"> • Sampel <p>Nasabah Bank BRI Syariah Karanganyar dengan jumlah sampel sebesar 100 responden.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analisis data <p>Analisis data menggunakan Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik dan Uji Regresi Linier Berganda.</p>	
3.	Fitria Sapta Riani (2019).	Pengaruh Persepsi Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Kemiling Bandar Lampung)	<p>Variabel Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Persepsi, • Pengetahuan, • Kepercayaan, • Produk Dan • Layanan Bank Syariah <p>Variabel Dependen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Minat menggunakan produk bank syariah. 	<ul style="list-style-type: none"> • Metode <p>Menggunakan pendekatan kuantitatif.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Populasi <p>Masyarakat Kecamatan Kemiling yang berjumlah 60350 jiwa.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sampel <p>Masyarakat Kecamatan Kemiling Bandar</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa Persepsi, pengetahuan, kepercayaan, produk, dan layanan Bank Syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk</p>

				<p>Lampung, yang berjumlah 100 responden.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analisis data Analisis data menggunakan uji asumsi klasik dan regresi berganda. 	Bank Syariah.
4.	Aziz & Hendrastyo, (2019)	Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada Bank Syariah Cabang Ulak Karang Kota Padang.	<p>Variabel Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kualitas Layanan, • Kepercayaan • Promosi <p>Variabel Dependen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Minat Nasabah Menabung Pada Bank Syariah 	<ul style="list-style-type: none"> • Metode Menggunakan pendekatan kuantitatif • Populasi Jumlah populasi jumlah adalah nasabah sebanyak 774 • Sampel Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden yaitu nasabah bank Syariah 	Hasil penelitian menunjukkan Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Promosi berpengaruh terhadap minat menabung di Bank Syariah

				<p>yang menabung.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analisis data <p>Analisis data menggunakan Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik dan Uji Regresi Linier Berganda.</p>	
5.	Salis & Solekah, (2019)	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Bawean Dalam Memilih Bank Syariah	<p>Variabel Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Faktor marketing mix • Faktor Internal Individu Konsumen • Faktor Eksternal Individu Konsumen <p>Variabel Dependen:</p> <p>Minat Memilih Bank Syariah</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Metode <p>Menggunakan pendekatan kuantitatif</p> <ul style="list-style-type: none"> • Populasi <p>Seluruh masyarakat pulau Bawean</p> <p>Sampel</p> <p>Sampel yang digunakan yaitu 165 masyarakat Bawean</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analisis data <p>Analisis Partial Least Squares (PLS) yang merupakan</p>	<p>Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa faktor marketing mix, internal individu konsumen, dan eksternal individu konsumen mempengaruhi minat masyarakat Bawean dalam memilih Bank Mitra Syariah. Sedangkan faktor marketing mix merupakan faktor yang paling dominan</p>

				persamaan Struktural Equation Modelling (SEM)	mempengaruhi minat masyarakat Bawean dalam memilih Bank Mitra Syariah
6.	Iryani, Riza Mega dan Kristanto, (2022)	Pengaruh Pengetahuan Tentang Bank Syariah, Religiusitas, Lingkungan Sosial, Dan Uang Saku Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa STIE Bank BPD Jateng)	Variabel Independen: <ul style="list-style-type: none"> • Pengetahuan • Religiusitas • Lingkungan Sosial • Uang Saku Variabel Dependen: <ul style="list-style-type: none"> • Minat Menabung di Bank Syariah 	<ul style="list-style-type: none"> • Metode Menggunakan pendekatan kuantitatif • Populasi Pupulasi yang digunakan adalah seluruh mahasiswa STIE • Sampel Sampel yang digunakan yaitu 133 responden mahasiswa STIE Bank BPD Jateng • Analisis data Analisis data menggunakan Regresi Linier Berganda 	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pengetahuan, Religiusitas dan Lingkungan sosial berpengaruh positif. Sedangkan, uang saku tidak berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah
7.	Mahesazumar &	<i>The Analysis Of Factors Influencing</i>	Variabel Independen: <ul style="list-style-type: none"> • Religiosity 	<ul style="list-style-type: none"> • Metode 	Hasil penelitian adalah

	Rahmi, (2022)	<i>Decisions On The Use Of Sharia Banking In Generation Z In Jakarta</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Reputation</i> • <i>Location</i> Variabel Independen: <i>Purchase Decision</i>	Menggunakan pendekatan kuantitatif <ul style="list-style-type: none"> • Populasi Populasi yang digunakan adalah generasi Z di Jakarta yang memiliki rekening di bank syariah <ul style="list-style-type: none"> • Sampel Sampel yang digunakan yaitu 90 nasabah bank syariah <ul style="list-style-type: none"> • Analisis data Analisis data menggunakan <i>Outer Model</i> dan <i>Inner model</i> .	variabel religiusitas berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan menggunakan bank syariah, sedangkan variabel reputasi dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan bank syariah.
8.	Hasan & Faricha Wati, (2022)	<i>The Influence Of Knowledge, Religiosity, And Social Environment On Interest In Saving In</i>	Variabel Independen: <ul style="list-style-type: none"> • <i>Knowledge</i> • <i>Religiosity</i> • <i>Social Environment</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Metode Menggunakan pendekatan kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pengetahuan, religiusitas, dan

		<i>Islamic Banking</i>	<p>Variabel Dependen:</p> <p><i>Saving In Islamic Banking</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Populasi <p>Pupulasi yang digunakan adalah Penduduk usia 17 tahun ke atas dengan jumlah 2515 orang</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sampel <p>Sampel yang digunakan yaitu 97 responden</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analisis data <p>Analisis data menggunakan Uji Instrumen dan Uji Regresi Linier Berganda</p>	lingkungan sosial berpengaruh baik secara parsial maupun simultan terhadap minat menabung di bank syariah
9.	Fitriyah & Rahmawati, (2023)	<i>Digital Platform, Financial Literacy and Motivation on Generation Z's Decision to Invest in Islamic Stocks: A Structural Equation</i>	<p>Variabel Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Digital Platform</i> • <i>Financial Literacy</i> • <i>Motivation</i> <p>Variabel Dependen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Decision to Invest in</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Metode <p>Menggunakan pendekatan kuantitatif</p> <ul style="list-style-type: none"> • Populasi <p>Pupulasi yang digunakan adalah generasi Z</p>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa platform digital dan motivasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap

		<i>Modelling Analysis</i>	<i>Islamic Stocks</i>	<p>di wilayah Nusa Tenggara Barat</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sampel <p>Sampel yang digunakan yaitu 123 responden dari Nusa Tenggara Barat</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analisis data <p>penelitian ini menggunakan <i>Analisis Structural Equation Modeling</i> (SEM) dan melibatkan lebih dari dua variabel.</p>	<p>keputusan Generasi Z untuk berinvestasi di saham syariah, sedangkan literasi keuangan memiliki pengaruh yang tidak signifikan. Namun, hasil analisis menunjukkan bahwa literasi keuangan secara tidak langsung telah memotivasi mereka untuk berinvestasi pada jenis saham tersebut melalui motivasi. Ini menunjukkan bahwa platform dan motivasi digital memainkan peran yang penting dalam investasi.</p>
--	--	---------------------------	-----------------------	---	--

Berdasarkan tabel penelitian terdahulu di atas, dapat disimpulkan bahwa terdapat penelitian yang menunjukkan hasil yang berbeda yaitu variabel pengetahuan, kepercayaan, produk, pelayanan dan regulitas tidak selamanya berpengaruh positif terhadap minat menabung masyarakat di perbankan syariah. Hal tersebut terjadi karena melihat dari faktor-faktor yang mempengaruhi hasil dari penelitian tersebut, seperti lokasi, tradisi dan adat istiadat suatu masyarakat tersebut.

2.2 Kajian Teoritis

2.2.1 Pengetahuan

Pengetahuan yaitu perubahan perilaku sesuatu individu yang berasal dari pengalamannya (Amri, 2021). Menurut Yasin, Zarlis & Nasution, “Pengetahuan adalah suatu ilmu atau pemahaman seseorang yang didapat setelah melakukan suatu penelitian terhadap objek tertentu” (Romdhoni & Ratnasari, 2018). Sedangkan menurut Sunyoto, Pengetahuan yaitu semua informasi yang dimiliki oleh konsumen atau seseorang mengenai berbagai macam produk dan jasa, serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen (Raihana, 2020). Menurut Romdhoni (2018), nasabah memiliki tingkatan pengetahuan tentang produk yang berbeda, dalam pengetahuan ini dapat dipergunakan untuk menerjemahkan informasi baru, serta untuk menimbulkan suatu minat terhadap sesuatu dan membuat pilihan keputusan. Oleh karena itu, pengetahuan adalah suatu informasi yang didapatkan dan dijadikan sebagai tolak ukur seseorang atau nasabah untuk mengambil keputusan sesuai dengan keinginannya dan sesuai dengan yang dipahaminya.

Menurut Dructer dalam Romdhoni dkk., (2021) mengartikan pengetahuan yaitu sebagai informasi yang sifatnya mengubah dalam kegiatan pemasaran pasti memiliki tujuan untuk mempengaruhi sesuatu atau

seseorang. Adapun indikator pengetahuan yang digunakan diantaranya yaitu:

1. Pengetahuan tentang karakteristik perbankan syariah.
2. Pengetahuan tentang manfaat perbankan syariah.
3. Pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan kepada masyarakat atau konsumen.

2.2.2 Kepercayaan

Menurut Khotimah (2018), kepercayaan adalah wilayah psikologis yang merupakan perhatian untuk menerima apa adanya berdasarkan harapan terhadap perilaku yang baik dari orang lain. Menurut pendapat Akbar dan Parvez dalam Hendrastyo (2019) yang menyatakan “Memiliki kepercayaan adalah hal yang krusial dalam memperkuat hubungan yang stabil dan menyeluruh di antara berbagai pihak yang terlibat dalam interaksi”. Oleh karena itu, penting untuk membangun tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap nasabah sebagai prioritas utama dalam menciptakan kepercayaan nasabah terhadap bank. Melalui terbentuknya kepercayaan antara bank dan nasabah, memungkinkan terjalinnya hubungan yang kuat dalam bisnis perbankan, di mana bank memiliki tanggung jawab untuk membangun kepercayaan yang tinggi terhadap nasabah agar mereka merasa yakin dan aman saat menabung di bank tersebut.

Menurut Wijayani (2017), menyatakan bahwa banyak fakta yang dapat mempengaruhi kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah, diantaranya adalah:

1. Adanya Dewan Pengawas Syariah (DPS).
2. Profitabilitas.
3. Adanya promosi.

2.2.3 Produk

Menurut Kotler, Produk adalah segala sesuatu yang berupa barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, organisasi, informasi, dan ide

yang ditawarkan pasar kepada pelanggan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan (Romdhoni & Ratnasari, 2018). Menurut Ascarya dalam Sapta Riani (2019), Secara umum, produk merujuk kepada suatu entitas yang memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Bank syariah menghasilkan produk-produknya dengan dasar operasionalisasi fungsi bank syariah. Dalam menjalankan operasinya, bank syariah memiliki empat fungsi utama, yaitu:

1. Sebagai penerima amanah untuk menginvestasikan dana yang diberikan oleh pemegang rekening investasi atau deposito, berdasarkan prinsip bagi hasil sesuai dengan kebijakan investasi bank.
2. Sebagai pengelola investasi atas dana yang dimiliki oleh pemilik dana (*shahibul mal*) sesuai dengan instruksi investasi yang diinginkan oleh pemilik dana.
3. Sebagai penyedia jasa lainnya yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
4. Sebagai pengelola fungsi sosial.

Dari keempat fungsi operasional tersebut, kemudian dihasilkan berbagai produk bank syariah yang dapat dikelompokkan menjadi empat kategori utama, yaitu produk pendanaan, produk pembiayaan, produk jasa perbankan, dan produk kegiatan sosial.

Menurut Amir dalam Romdhoni (2018), bahwa dalam karakteristik lembaga keuangan syariah berbeda dengan lembaga keuangan secara konvensional, dalam lembaga keuangan syariah produk-produknya adalah produk yang ditawarkan sesuai dengan prinsip syariah yang digunakan bukan hanya dipandang dari nama produknya tersebut.

2.2.4 Pelayanan

Menurut Tjiptono dalam Wandira (2022) menyatakan bahwa pelayanan adalah setiap tindakan atau keinginan yang ditawarkan oleh salah satu pihak kepada pihak lain, yang pada hakikatnya tidak berwujud dan

tidak menyebabkan kepemilikan. Menurut Putra, Handoyo & Rochadi, kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai tingkat keunggulan sehingga, kualitas merupakan suatu unsur dari kebaikan (Romdhoni & Ratnasari, 2018).

Menurut Kasmir dalam Wandira (2022) berpendapat bahwa standar keberadaan layanan perbankan menjadi sangat krusial, terutama dalam menghadapi kompleksitas dan pertumbuhan yang terus meningkat dalam industri perbankan. Oleh karena itu, standar penampilan, pelayanan, pengetahuan, dan keterampilan dalam memahami serta menguasai produk yang dijual menjadi sangat penting. Secara garis besar, terdapat standar yang harus dipenuhi dalam pelayanan perbankan syariah, yang mencakup hal-hal berikut.

1. Standar penampilan pegawai perbankan syariah.
2. Standar kerapihan, kebersihan, dan kedisiplinan pegawai bank syariah.
3. Pengetahuan mengenai produk dan jasa perbankan.
4. Standar komunikasi yang baik dan sopan dengan nasabah.
5. Standar penanganan masalah dan keluhan yang dialami nasabah.

2.2.5 Religiusitas

Menurut Adimarwan dalam Khotimah (2018) Religiusitas adalah bentuk ekspresi dari dimensi keagamaan yang dialami secara pribadi oleh individu di dalam hatinya. Religiusitas ini memiliki makna yang tergambar melalui beberapa aspek yang harus dipenuhi sebagai panduan bagi individu dalam menjalani kehidupan dengan tepat agar mencapai kebahagiaan, baik di dunia maupun akhirat. Religiusitas merupakan manifestasi dari sistem kepercayaan yang dianut, yang melibatkan penghargaan yang signifikan terhadap nilai-nilai yang terdapat dalam agama. Hal ini berdampak pada sikap dan perilaku individu, yang pada akhirnya dapat mempengaruhi pengambilan keputusan terkait dengan berbagai aspek kehidupan (Iryani dkk, 2022). Religiusitas merupakan tingkat keterlibatan dan kesetiaan

seseorang terhadap agamanya. Seperti yang diketahui, agama memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap individu (Romdhoni & Ratnasari, 2018).

Menurut Djamaludin & Suroso dalam Romdhoni (2018) terdapat lima dimensi dalam religiusitas yaitu:

1. Dimensi keyakinan adalah suatu tingkatan dimana seseorang dapat menerima sejauh mana hal-hal yang dogmatik (kepercayaan yang tidak boleh dipersoalkan/harus diterima sebagai kebenaran) dalam agamanya, misalnya keyakinan kepada Tuhan, malaikat, surga dan neraka.
2. Dimensi praktik agama adalah suatu tingkatan sejauh mana seseorang dapat menjalankan kewajiban-kewajiban ritual dalam agamanya. Dalam agama islam bentuk dimensi praktek dapat dilakukan dengan ibadah shalat, puasa, zakat, haji ataupun praktek muamalah lainnya.
3. Dimensi pengalaman adalah suatu perasaan- perasaan atau pengalaman yang telah dialami dan dirasakan oleh seseorang. Misalnya, perasaan kita selalu dekat dengan Tuhan, perasaan takut dan gelisah apabila kita melakukan dosa, selalu merasa doanya dikabulkan, merasa selalu diselamatkan oleh Tuhan, dan sebagainya.
4. Dimensi pengetahuan agama adalah suatu dimensi yang menerangkan seberapa jauh seseorang telah memahami dan mengetahui tentang ajaran-ajaran agamanya, terutama yang ada di dalam kitab suci manapun yang lainnya.
5. Dimensi pengamalan adalah suatu dimensi yang mengukur sejauh mana perilaku seseorang yang termotivasi oleh ajaran ajaran agamanya dalam kehidupan sosial. Misalnya menjalankan syariat agama islam dengan baik dan benar, menjenguk tetangganya yang sakit, menolong orang yang kesulitan, mendermakan hartanya, dan sebagainya

2.2.6 Minat

Menurut Slameto minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktifitas tanpa ada yang menyuruh (Sapta Riani, 2019). Menurut Rahma, Minat adalah sebagai suatu keadaan dimana seseorang memiliki perhatian yang besar terhadap objek yang disertai dengan keinginan untuk mengetahui dan mempelajari hingga akhirnya membuktikan lebih lanjut tentang objek tersebut (Khotimah, 2018). Menurut Sukron, Faktor yang mempengaruhi timbulnya minat, yaitu: Faktor dari dorongan dari dalam individu, faktor motif sosial, faktor emosional atau perasaan dan daya Tarik Produksi (Romdhoni & Ratnasari, 2018).

Menurut Putra dkk, Minat seseorang timbul karena adanya keinginan untuk menikmati produk jasa yang ditawarkan perusahaan. Pada tahap timbulnya niat, konsumen menyadari bahwa mereka menyukai produk tertentu yang mereka ingin miliki minat (Asrul, 2020). Minat merupakan hal yang penting bagi perbankan (Sukarna, 2021). Menurut Schiffman dan Kanuk dalam Asrul (2020), minat menggunakan produk bank syariah adalah masyarakat yang belum memiliki ketertarikan atau belum mengenal produk yang ada pada bank syariah karena masyarakat masyarakat mayoritas beragama muslim maka penting untuk mengetahui atau memiliki minat untuk menggunakan produk bank syariah yang merupakan bank islam.

2.3 Hubungan Antar Variabel

2.3.1 Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Menabung

Pengetahuan adalah tindakan yang terkait dengan pola pikir individu yang dapat mempengaruhi minatnya. Ketika seorang nasabah memiliki pengetahuan tentang bank syariah, kemungkinan besar mereka akan memilih untuk menabung di bank syariah (Mujaddid, 2019). Pengetahuan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi dalam hal minat menabung, hal ini diperkuat dengan penelitian sebelumnya. Sebelum

membuat keputusan untuk menabung di bank syariah, penting bagi seseorang untuk memperoleh informasi yang dapat dipercaya dan tidak merugikan pihak lain. Informasi yang dibutuhkan meliputi produk-produk bank syariah, prosedur menabung di bank syariah, dan sistem bagi hasil yang diterapkan. Informasi mengenai menabung di bank syariah dapat diperoleh dari berbagai sumber, seperti teman, media elektronik, media cetak, karyawan bank, pamflet, dan lain sebagainya.

2.3.2 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Menabung

Menurut Kusmayadi dalam Andriani & Halmawati (2019) menjelaskan bahwa kepercayaan merupakan keyakinan seseorang dalam menemukan apa yang ia inginkan dalam sesuatu hal. Sedangkan menurut Faidhatul Fitri, menyatakan bahwa kepercayaan nasabah pada bank syariah akan mempengaruhi minat nasabah dalam bertransaksi dan menitipkan dananya pada Bank, karena dengan adanya kepercayaan yang tinggi maka nasabah yakin bahwa pihak Bank mampu bertanggung jawab akan tugasnya. Jika nasabah percaya dan yakin akan suatu kinerja Bank dalam mengelola dana nasabah, maka minat nasabah dalam menitipkan dananya dan melakukan transaksi pada Bank tersebut semakin meningkat (Andriani & Halmawati, 2019).

2.3.3 Pengaruh Produk terhadap minat menabung

Menurut Rahmawaty dalam Rusdianto Chanafi (2016) menyatakan bahwa produk bank syariah (bagi hasil), sistem bunga bank, dan persepsi tentang produk bank syariah dapat memberikan kontribusi bagi minat masyarakat dalam menggunakan produk. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Riani (2019), Produk-produk yang ditawarkan oleh bank syariah memiliki pengaruh positif terhadap minat menabung di bank tersebut. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa produk-produk yang disediakan oleh bank syariah adalah produk-produk yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah atau halal. Keberadaan produk-produk yang memenuhi aspek kehalalan

tersebut membuat masyarakat tertarik dan termotivasi untuk memanfaatkannya dalam kegiatan menabung di bank syariah.

2.3.4 Pengaruh Pelayanan terhadap minat menabung

Menurut Romdhoni (2018), Kualitas pelayanan adalah salah satu faktor yang memainkan peran penting dalam membentuk kepuasan pelanggan dan menjadi penilaian akhir yang mempengaruhi minat pelanggan untuk melakukan pembelian ulang. Pelayanan yang berkualitas memberikan pengalaman positif kepada pelanggan, termasuk responsif terhadap kebutuhan dan harapan mereka, memberikan solusi yang efektif, menyediakan informasi yang akurat, dan memberikan pengalaman yang menyenangkan secara keseluruhan. Dengan mendapatkan pengalaman pelayanan yang baik, pelanggan cenderung merasa puas dan berpotensi untuk kembali memilih produk atau jasa yang sama di masa depan. Pelayanan adalah bagian dari suatu perbuatan, tindakan seseorang atau organisasi dalam memberikan kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan. Dengan memberikan pelayanan yang baik dan maksimal maka dapat menarik masyarakat untuk menggunakan produk dan jasa perbankan syariah. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Riani, (2019) Pelayanan yang cepat, tepat, dan didukung oleh staf yang sopan dan ramah merupakan faktor penting yang memberikan kenyamanan bagi masyarakat dalam berinteraksi dengan Bank Syariah. Ketika staf bank memberikan pelayanan dengan respons yang cepat terhadap permintaan dan kebutuhan nasabah, serta memberikan solusi yang tepat dalam memecahkan masalah yang dihadapi nasabah, hal ini meningkatkan tingkat kepuasan nasabah terhadap bank tersebut. Dalam suasana yang nyaman dan didukung oleh staf yang berkomunikasi dengan baik, nasabah cenderung merasa dihargai dan dilayani secara profesional, sehingga berpotensi untuk memilih kembali bank tersebut untuk kebutuhan mereka di masa depan.

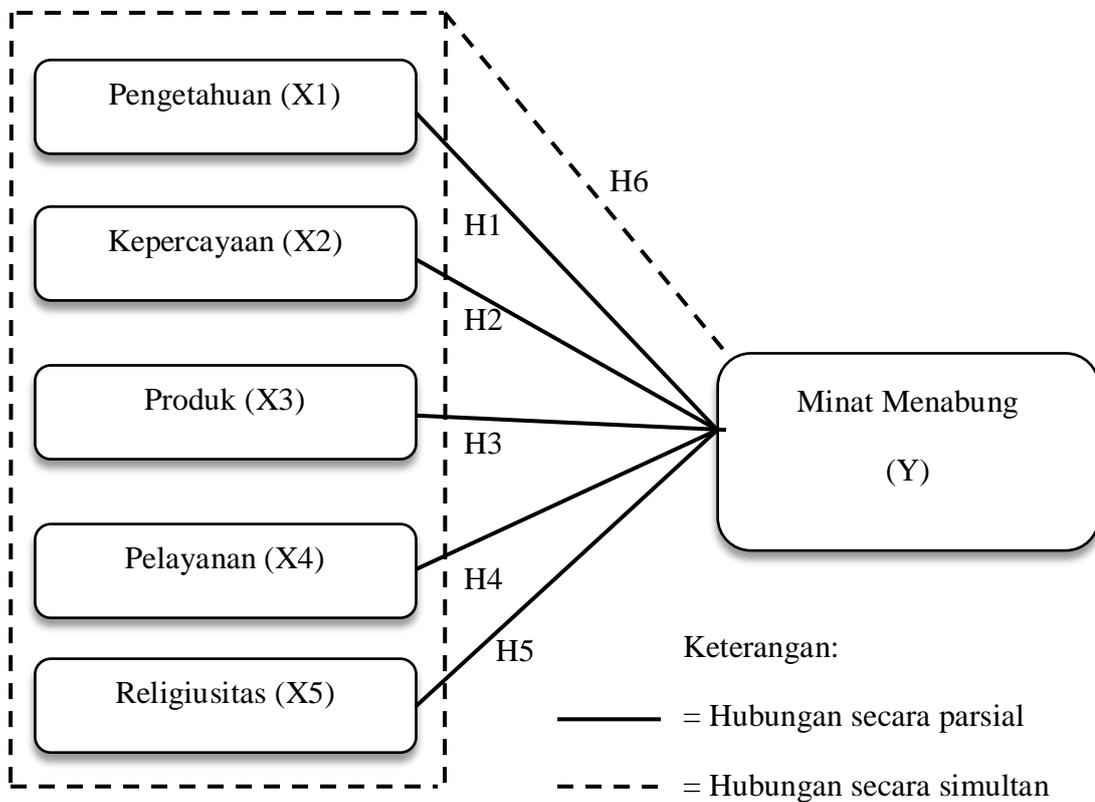
2.3.5 Pengaruh Religiusitas terhadap minat menabung

Setiap individu memiliki nilai-nilai keyakinan yang terkait dengan agamanya sendiri. Aspek keagamaan memiliki kemampuan untuk meyakinkan hati setiap orang agar bertindak dan berperilaku sesuai dengan ajaran agama mereka. Memilih untuk menabung di bank syariah merupakan upaya untuk menghindari hukum bunga bank yang masih menjadi perdebatan (masih diragukan kehalalannya) karena terdapat berbagai pendapat yang berbeda dari para ulama. Dengan memilih bank syariah, individu dapat memastikan bahwa kegiatan menabung mereka dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah yang mereka yakini, sehingga mereka dapat menghindari ketidakjelasan dan merasa lebih yakin mengenai kehalalan dari perspektif agama yang mereka anut. Ada yang tidak mempersamakan bunga bank dan riba sehingga hukumnya boleh. Ada juga pendapat yang menyatakan bahwa bunga bank hukumnya haram karena sama dengan riba. Oleh karena itu memilih bank syariah adalah pilihan yang tepat sebagai upaya untuk menghindari ketidakjelasan hukum bunga bank tersebut (Iryani dkk, 2022).

2.4 Kerangka Konseptual

Berdasarkan kajian teori serta tinjauan pustaka yang telah tertera di atas, maka berikut ini adalah kerangka konseptual yang digunakan untuk mempermudah pembaca dalam memahami penelitian yang dilakukan. Adapun kerangka konseptual dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2. 1
Kerangka Konseptual Penelitian



2.5 Hipotesis Penelitian

- H1: Pengetahuan berpengaruh secara parsial terhadap minat menabung di Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompu.
- H2: Kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap minat menabung di Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompu.
- H3: Produk berpengaruh secara parsial terhadap minat menabung di Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompu.
- H4: Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap minat menabung di Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompu.
- H5: Religiusitas berpengaruh terhadap minat menabung di bank NTB Syariah KCP Pekat Dompu.

H6: Pengetahuan, Kepercayaan, Produk, Pelayanan Dan Religiusitas berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung di Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompou.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Menurut (Sugiyano, 2018) penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dan pengambilan sampel secara random dengan pengumpulan data menggunakan instrumen, analisis data bersifat statistik. Adapun untuk pendekatan yang digunakan adalah pendekatan bersifat deskriptif yaitu untuk mengangkat fakta, keadaan, variabel, dan fenomena-fenomena yang terjadi sekarang (ketika penelitian berlangsung) dan penyajiannya apa adanya. Penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) yang bertujuan untuk melihat pengaruh pengetahuan, kepercayaan, produk, pelayanan dan religiusitas terhadap minat menabung di Bank Syariah.

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Bank NTB Syariah KCP Pekat yang terletak di Jl. Lintas Calabai, Desa Kadindi Barat, Kecamatan Pekat, Kabupaten Dompu, Nusa Tenggara Barat 84260. Lokasi ini di ambil karena adanya perbedaan jumlah nasabah pada Bank NTB Syariah dibandingkan dengan Bank Konvensional. Sehingga peneliti ingin melihat penyebab terjadinya perbedaan jumlah nasabah di Bank NTB Syariah.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Margono Populasi adalah istilah yang digunakan untuk merujuk pada keseluruhan data atau individu yang menjadi fokus perhatian seorang peneliti dalam suatu studi atau penelitian. Populasi dapat didefinisikan dalam konteks tertentu, baik berdasarkan ruang lingkup geografis, karakteristik khusus, atau batasan waktu yang ditetapkan. Dalam penelitian, peneliti sering

memilih untuk mengambil sampel dari populasi untuk menganalisis dan menggeneralisasikan temuan mereka ke seluruh populasi (Heryana, 2017). Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompu, dengan jumlah populasi 1250 jiwa pada masyarakat Pekat, Kabupaten Dompu, Nusa Tenggara Barat.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, sampel yang diambil dari populasi tersebut harus betul-betul representatif atau mewakili populasi yang diteliti (Sugiyano, 2018). Peneliti mempersempit sampel dalam penelitian ini yaitu masyarakat Kecamatan Pekat, Kabupaten Dompu, Nusa Tenggara Barat yang sudah pernah membuka tabungan seperti Mahasiswa, PNS, Wiraswasta, Karyawan Swasta, dan lain-lain. Dalam penelitian ini peneliti mempersempit jumlah sampel menggunakan rumus Slovin. Adapun rumus Slovin untuk menentukan sampel sebagai berikut:

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

(Sugiyano, 2018)

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Kelonggaran ketidak telitian atau derajat toleransi

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 1250 jiwa, sehingga presentase kelonggaran yang digunakan adalah 10% dan hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian. Maka untuk mengetahui sampel penelitian, sebagai berikut:

$$n = \frac{1250}{1 + 1250(0,1)^2}$$

$$n = 92,5;$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, maka sampel yang digunakan disesuaikan menjadi 100 responden dari keseluruhan jumlah masyarakat yang membuka tabungan bank syariah di Kabupaten Dompu, Nusa Tenggara Barat.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik Sampling Insidental. Menurut Sugiyano (2018), Sampling Insidental adalah teknik pengambilan sampel yang siapa saja ditemukan atau bertemu dalam penelitian baik individu, kelompok atau organisasi yang dirasa cocok sebagai sumber data penelitian yang dilakukan. Teknik ini melibatkan pengumpulan data dari individu atau sampel yang tersedia secara mudah atau secara kebetulan. Artinya, sampel dipilih berdasarkan ketersediaan mereka di lokasi penelitian atau kehadiran mereka pada waktu tertentu. Meskipun teknik ini tidak memungkinkan generalisasi hasil penelitian ke populasi yang lebih luas, namun teknik Sampling Insidental sering digunakan dalam situasi di mana keterbatasan sumber daya atau keterbatasan waktu menjadi faktor penting dalam penelitian.

3.5 Data dan Jenis Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua jenis data yaitu data primer dan data skunder.

3.5.1 Data Primer

Menurut Istijanto (2019), Data primer adalah data asli yang berhasil dikumpulkan oleh peneliti sebagai tanggapan terhadap tujuan penelitian tertentu. Data primer diperoleh langsung oleh peneliti dari sumbernya, menjadikan peneliti sebagai pihak pertama yang memperoleh data tersebut. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dari angket atau kuesioner yang dibagikan kepada nasabah Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompu.

3.5.2 Data Sekunder

Menurut Istijanto (2019), Data sekunder adalah data yang

dikumpulkan oleh orang atau lembaga lain. Data yang diambil oleh individu atau lembaga lain merupakan data sekunder. Data sekunder dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari literatur-literatur baik dari jurnal ekonomi ataupun buku-buku manajemen dan web resmi Bank NTB Syariah.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah salah satu langkah yang krusial untuk keberhasilan dalam penelitian. Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu:

3.6.1 Study Pustaka

Dalam penelitian ini, penulis melakukan kegiatan membaca, mengkaji, dan mempelajari sumber-sumber tertulis seperti buku, artikel, majalah, berita, jurnal, dan informasi tertulis lainnya. Melalui penelitian ini, penulis dapat memperoleh konsep, teori, dan definisi-definisi yang akan digunakan sebagai dasar pemikiran dan analisis dalam proses penelitian. Data yang diperoleh bersumber dari pendekatan primer.

3.6.2 Wawancara

Dalam penelitian ini, digunakan teknik wawancara dengan pendekatan yang tidak terstruktur. Menurut Wandira (2022), Teknik wawancara tidak terstruktur adalah jenis wawancara yang tidak mengikuti panduan wawancara yang telah disusun secara sistematis dan terperinci. Peneliti akan melakukan wawancara dengan pihak internal bank dan nasabah bank syariah untuk memperoleh informasi dan data yang diperlukan. Wawancara tidak terstruktur memungkinkan peneliti untuk secara fleksibel mengeksplorasi topik-topik yang relevan dan mendapatkan wawasan yang lebih mendalam. Selama wawancara, peneliti akan menggunakan daftar pertanyaan sebagai panduan, tetapi juga memberikan kebebasan kepada responden untuk memberikan tanggapan mereka dengan lebih bebas. Hal ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh wawasan

yang lebih kaya dan mendalam tentang pengalaman dan pandangan responden terkait dengan topik penelitian.

3.6.3 Angket (kuesioner)

Menurut Sugiyano (2018), Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Dalam penelitian ini, digunakan kuesioner yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang disebarkan kepada responden sesuai dengan permasalahan yang diteliti. Kuesioner digunakan sebagai alat pengumpulan data untuk memperoleh tanggapan atau pernyataan dari responden. Pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner dirancang secara khusus untuk menggali informasi yang relevan dengan topik penelitian. Kuesioner tersebut kemudian disebarkan kepada responden yang sesuai, baik melalui metode online, pengiriman langsung, atau metode lainnya yang sesuai dengan konteks penelitian. Data yang diperoleh dari kuesioner berupa pernyataan atau tanggapan yang dapat dianalisis dan diinterpretasikan untuk menjawab pertanyaan penelitian.

Dalam penelitian ini, pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner akan merujuk pada indikator variabel yang relevan dengan topik penelitian. Untuk mengukur tanggapan atau pendapat responden, akan digunakan instrumen yang sesuai. Setiap pertanyaan dalam kuesioner akan disertai dengan lima jawaban yang memiliki skor nilai. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert.

Skala Likert digunakan untuk mengukur pengetahuan, kepercayaan, produk, pelayanan, religiusitas, dan minat seseorang atau kelompok terhadap kejadian atau fenomena. Pengukuran data dalam penelitian ini menggunakan lima tingkat (*skala Likert*) yang terdiri dari:

1. Sangat Tidak Setuju (STS) bobot 1
2. Tidak Setuju (TS) bobot 2
3. Netral (N) bobot 3

4. Setuju (S) bobot 4
5. Sangat Setuju (SS) bobot 5

Setiap tingkatan penilaian ini akan diberikan bobot yang sesuai dengan konteks penelitian. Bobot ini akan membantu dalam menginterpretasikan dan menganalisis data yang diperoleh dari kuesioner.

3.7 Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyano (2018) Definisi operasional variabel adalah penentuan atribut, sifat, atau nilai dari obyek atau kegiatan yang menjadi fokus penelitian, yang ditetapkan oleh peneliti untuk tujuan analisis dan pengumpulan data. Definisi ini harus dirumuskan dengan jelas dan spesifik agar menghindari kesalahan atau kesesatan dalam pengumpulan data.

Definisi operasional variabel menjelaskan secara terperinci tentang bagaimana variabel tersebut akan diukur, diobservasi, atau dioperasikan dalam konteks penelitian. Hal ini melibatkan penguraian konsep abstrak menjadi ukuran konkret yang dapat diamati dan diukur. Dengan memiliki definisi operasional yang jelas, peneliti dapat memastikan konsistensi dan kejelasan dalam pengumpulan data serta menghindari penafsiran yang salah atau ambigu. Definisi variabel-variabel penelitian yang baik juga memungkinkan reproduksi penelitian oleh peneliti lain dan memungkinkan penarikan kesimpulan yang valid dari hasil penelitian.

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel penelitian yaitu variabel dependen dan variabel independen. Variabel dependen yaitu variabel yang sering disebut variabel *stimulus, predictor, antecedent*. Dalam bahasa Indonesia disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyano, 2018). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebasnya adalah yaitu pengetahuan (X1), kepercayaan (X2), produk (X3), layanan (X4) dan religiulitas (X5). Sedangkan variabel dependen disebut juga variabel output, kriteria, konsekuen (variabel terikat). Variabel terikat

merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyano, 2018). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikatnya adalah minat masyarakat menabung di Bank NTB Syariah.

Tabel 3. 1
Devinisi Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Sumber
Pengetahuan (X1)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengetahuan tentang karakteristik perbankan syariah. 2. Pengetahuan tentang manfaat perbankan syariah. 3. Pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan kepada masyarakat atau konsumen. 	(Romdhoni, Umi Hani, Fitri Ernawati, 2021)
Kepercayaan (X2)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kinerja pelanggan. 2. Kepercayaan telah mengerjakan sesuaidengan standar. 3. Kepercayaan bahwa pelayanannya konsisten. 4. Kepercayaan mampu memberikan pekerjaan yang benar / tidak menyalahi. 5. Kepercayaan perusahaan bertahan lama (kontinyu). 	(Naufal, 2021)
Produk (X3)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan prinsip nisbah bagi hasil. 2. Menghindari unsur riba. 3. Menghindari unsur ketidakpastian (gharar) 4. Menghindari unsur judi. 	(Romdhoni & Ratnasari, 2018)
Pelayanan (X4)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penampilan pegawai perbankan syariah. 2. Kerapian dan kebersihan bank syariah. 	(Wandira, 2022)

	<ul style="list-style-type: none"> 3. Pengetahuan mengenai produk dan jasa perbankan. 4. Komunikasi yang baik dan sopan dengan nasabah. 5. Penanganan dan penyelesaian masalah dan keluhan yang dialami nasabah. 	
Religiusitas (X5)	<ul style="list-style-type: none"> 1. Dimensi keyakinan 2. Dimensi praktik agama 3. Dimensi pengalaman 4. Dimensi pengetahuan agama 5. Dimensi pengamalan 	(Romdhoni & Ratnasari, 2018)
Minat menabung di Bank NTB Syariah (Y)	<ul style="list-style-type: none"> 1. faktor dari dalam individu. 2. faktor sosial. 3. faktor emosional. 	(Khotimah, 2018)

3.8 Uji Validitas Dan Reliabilitas

Dalam analisis data penelitian, langkah yang perlu diambil adalah melakukan uji validitas dan reliabilitas. Uji ini bertujuan untuk menguji apakah kuesioner yang digunakan dalam penelitian memiliki validitas dan reliabilitas yang memadai.

3.8.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyano (2018), Uji Validitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengevaluasi perbandingan antara data yang terkumpul dengan data yang sebenarnya pada objek penelitian. Teknik pengujian yang diterapkan adalah Teknik korelasi menggunakan korelasi product moment. Skor ordinal dari setiap indikator yang sedang diuji validitasnya dikorelasikan dengan skor ordinal keseluruhan item. Apabila korelasi korelasi menunjukkan hasil yang positif, maka indikator tersebut dianggap valid. Sebaliknya, jika koefisien korelasi menunjukkan hasil yang negatif, indikator tersebut dianggap tidak valid dan akan dihapus dari kuesioner atau terikat dengan pernyataan yang bermasalah.

Selanjutnya untuk mendapatkan nilai yang signifikan, dilakukan uji korelasi dengan membandingkan nilai korelasi yang dihitung (r_{hitung}) dengan nilai korelasi yang tercatat dalam tabel (r_{tabel}). Keputusan mengenai validitas item yang dapat diperoleh responden dengan mempertimbangkan hasil perbandingan tersebut.

1. Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, dapat diartikan bahwa instrumen atau item pertanyaan memiliki korelasi yang signifikan dengan skor total (dinyatakan valid).
2. Jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$, dapat diartikan bahwa instrumen atau item pertanyaan tidak memiliki korelasi yang signifikan dengan skor total (dinyatakan tidak valid).

3.8.2 Uji Reliabilitas

Menurut Rusdianto (2016), Uji reliabilitas untuk mengukur konsistensi kuesioner dalam mengukur suatu konstruk yang sama atau stabilitas kuesioner jika digunakan dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas mencerminkan sejauh mana instrumen yang digunakan konsisten dalam menghasilkan nilai yang serupa jika diuji ulang. Sebuah instrumen dianggap memiliki reliabilitas tinggi jika tes yang dilakukan menghasilkan hasil yang konsisten dalam mengukur variabel yang ingin diukur. Salah satu metode pengujian reliabilitas yang umum digunakan adalah menggunakan rumus *Alpha-Cronbach* (Imam, 2016).

3.9 Analisis Data

Teknik analisis data adalah mendeskripsikan teknik analisis apa yang digunakan oleh peneliti dalam menganalisis data yang telah dikumpulkan termasuk pengujiannya. Metode analisis berisi suatu prosedur pengujian-pengujian data yang diperoleh dari hasil jawaban responden yang diterima.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan pendekatan statistik deskriptif untuk memberikan gambaran dan menggambarkan karakteristik responden serta distribusi item pada masing-masing variabel. Data yang telah

dikumpulkan diperiksa, disusun dalam tabel, dan selanjutnya dibahas secara deskriptif.

3.9.1 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan guna untuk mengetahui apakah data yang digunakan layak untuk dianalisis karena tidak semua data dapat dianalisis dengan regresi. Salah satu uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Adapun uji asumsi klasik yang digunakan terdiri dari:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian yang bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen maupun dependen mempunyai distribusi yang normal atau tidak (Imam, 2016). Menurut Sunjoyo dalam Yahya (2020), menyatakan bahwa untuk menilai normalitas data, dapat dilakukan uji Kolmogorov-Smirnov dengan melihat nilai residualnya. Jika nilai residual melebihi tingkat signifikansi yang telah ditetapkan, dapat dikatakan bahwa data tersebut memiliki distribusi normal. Namun, jika nilai residual menunjukkan ketidakteraturan tetapi mendekati nilai kritis, metode alternatif dapat digunakan. Jika data tidak menunjukkan kebernormalan yang cukup, beberapa langkah dapat diambil yaitu sebagai berikut.

1. Melakukan transformasi data untuk mengubah distribusi.
2. Mengelola data outlier dengan teknik yang sesuai.
3. Memperkaya data dengan menambahkan observasi baru.

Dalam melakukan transformasi, ada opsi untuk menggunakan logaritma natural, akar kuadrat, invers, atau metode lainnya sesuai dengan karakteristik distribusi data, apakah miring ke kiri, miring ke kanan, simetris, atau memiliki distribusi yang lebih lebar di salah satu sisi. Pengolahan data dilakukan menggunakan perangkat lunak statistik SPSS versi 26 dengan formulasi sebagai berikut.

- H_0 = menyatakan bahwa data tidak memenuhi asumsi distribusi normal
- H_1 = menyatakan bahwa data memenuhi asumsi distribusi normal.

Jika nilai signifikansi yang ditemukan dalam analisis ini $\geq \alpha$ ($\alpha = 0,005$), maka hipotesis alternatif (H_1) dapat diterima, sementara jika nilai signifikansi $\leq \alpha$, H_1 akan ditolak.

2. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Imam (2016), Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual (sisa) dalam model regresi antara satu pengamat dengan pengamat lainnya. Dalam konteks ini, homoskedastisitas merujuk pada situasi di mana varians residual tetap atau sama di semua tingkat variabel independen.

Dalam analisis regresi, penting untuk memeriksa apakah asumsi homoskedastisitas terpenuhi. Jika asumsi homoskedastisitas terpenuhi, artinya varians residual tidak bervariasi secara sistematis dengan perubahan nilai variabel independen. Namun, jika terdapat heteroskedastisitas, varians residual akan berbeda di berbagai tingkat variabel independen.

Uji heteroskedastisitas, seperti uji Breusch-Pagan atau uji White, digunakan untuk menguji keberadaan heteroskedastisitas dalam model regresi. Jika hasil uji menunjukkan adanya heteroskedastisitas, langkah-langkah perbaikan dapat diambil, seperti melakukan transformasi data atau menggunakan metode estimasi yang tahan terhadap heteroskedastisitas.

Mengidentifikasi dan memperbaiki heteroskedastisitas penting karena dapat mempengaruhi interpretasi hasil regresi. Dengan memperhatikan asumsi homoskedastisitas, kita dapat memastikan kesahihan dan akurasi analisis regresi yang dilakukan.

3. Uji Multikolinieritas

Menurut Mardiatmoko (2020), Uji multikolinieritas merupakan salah satu uji asumsi klasik yang terjadi ketika terdapat hubungan linear yang signifikan antara variabel-variabel independen yang dapat mempengaruhi estimasi koefisien secara negatif.

Multikolinieritas adalah untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Model regresi yang baik memiliki model yang di dalamnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Uji multikolinieritas dilihat dari nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai VIF < 10, berarti tidak terdapat multikolinieritas. Jika nilai VIF > 10 maka terdapat multikolinieritas dalam data (Imam, 2016).

3.10 Uji Hipotesis

Dalam statistika, hipotesis yang ingin diuji kebenarannya biasanya membandingkan dengan hipotesis yang salah yang kemudian akhirnya akan ditolak. Hipotesis yang salah dinyatakan sebagai hipotesis nol disimbolkan H_0 dan hipotesis yang benar dinyatakan sebagai hipotesis alternatif dengan simbol H_a .

3.10.1 Uji Regresi Berganda

Menurut Gujarati dalam Padmaninggar (2015), Tujuan dari analisis regresi linier berganda adalah untuk mengestimasi atau memprediksi nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai-nilai variabel independen yang diketahui.

Menurut Sugiyano (2018), Analisis regresi linier berganda adalah teknik statistik yang sering digunakan untuk menginvestigasi hubungan antara satu variabel dependen dan beberapa variabel independen. bwrikut ini adalah perumusan analisis linier berganda yang dapat digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \dots + \beta_n X_n + e$$

Penjelasan:

- Y = Nilai dari variabel terikat yang bergantung pada variabel bebas
- α = Bilangan konstanta yang sebagai titik potong
- β = Koefisien regresi
- X = Variabel Independen
- e = Error

3.10.2 Uji T

Uji T adalah pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara individual mempengaruhi variabel dependen (Y). Kriteria pengujian antara lain:

1. Hipotesis nol (H_0) akan ditolak jika nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel.
2. Hipotesis nol (H_0) akan diterima jika nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel.

Berdasarkan uraian di atas, Jika H_0 ditolak, dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Jika H_0 diterima, dapat diartikan bahwa tidak terdapat pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen.

3.10.3 Uji F

Uji F tujuan uji tersebut adalah untuk mengevaluasi apakah sebuah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model regresi memiliki pengaruh yang signifikan dan simultan terhadap variabel dependen. Uji ini membantu dalam menentukan apakah variabel independen secara kolektif berkontribusi dalam menjelaskan variasi variabel dependen (Imam, 2016). Kriteria pengujian antara lain:

1. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
2. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

3.10.4 Uji Determinasi (R^2)

Uji determinasi (r^2) pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat. Uji determinasi (r^2) mempunyai *range* antara 0 sampai ($0 < r^2 < 1$). Semakin besar nilai r^2 (mendekati 1) maka berarti pengaruh variabel bebas secara serentak dianggap kuat dan apabila (r^2) mendekati nol (0) maka pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat serentak adalah lemah (Imam, 2016).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Sejarah Berdirinya Bank NTB Syariah

Bank NTB Syariah didirikan dan memulai operasionalnya pada tanggal 5 Juli 1964 berdasarkan inisiatif bersama antara Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat dan Pemerintah Kota/Kabupaten di wilayah tersebut. Bank NTB Syariah merupakan bank yang dimiliki oleh Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat dan Pemerintah Kota/Kabupaten di seluruh wilayah Nusa Tenggara Barat. Adapun peraturan yang mengatur tentang pendirian Bank NTB Syariah terdapat dalam:

1. Peraturan Daerah Provinsi Nusa Tenggara Barat No. 06 Tahun 1963 tentang Pendirian Bank Pembangunan Daerah Nusa Tenggara Barat, beserta beberapa perubahannya.
2. Peraturan Daerah Provinsi Nusa Tenggara Barat No. 08 Tahun 1984 tentang Bank Pembangunan Daerah Provinsi Nusa Tenggara Barat, yang merupakan penyempurnaan dari peraturan sebelumnya.
3. Peraturan Daerah Provinsi Nusa Tenggara Barat No. 01 Tahun 1993 Tentang Bank Pembangunan Daerah Nusa Tenggara Barat, sebagai perubahan lanjutan dari peraturan sebelumnya.
4. Pada tanggal 19 Maret 1999, terjadi perubahan bentuk hukum Bank Pembangunan Daerah Nusa Tenggara Barat dari Perusahaan Daerah menjadi Perseroan Terbatas (PT) Bank Pembangunan Daerah Nusa Tenggara Barat.

Persiapan Bank NTB Syariah dilakukan oleh Bapak H. Muhammad Syareh, SH, yang kemudian menjadi Direktur Utama pertama Bank NTB Syariah. Seiring berjalannya waktu, jabatan Direktur Utama Bank NTB Syariah telah diisi oleh beberapa individu sesuai dengan periode jabatan

tersebut. Pada tahun 2021, Bapak H. Kukuh Rahardjo menjabat sebagai Direktur Utama Bank NTB Syariah untuk periode tahun 2018-2022.

Pada tanggal 19 Maret 1999 perubahan Bentuk Hukum Bank Pembangunan Daerah Nusa Tenggara Barat dari Perusahaan Daerah menjadi Perseroan Terbatas (PT) Bank Pembangunan Daerah Nusa Tenggara Barat. Perubahan ini dilakukan sesuai dengan peraturan perundang-undangan dan undang-undang yang berkaitan dengan perubahan status tersebut yaitu sebagai berikut.

1. Peraturan Daerah Propinsi Daerah Tingkat 1 Nusa Tenggara Barat No. 07 Tahun 1999 tentang Perubahan Bentuk Hukum Bank Pembangunan Daerah Nusa Tenggara Barat dari Perusahaan Daerah menjadi Perseroan Terbatas (PT) Bank Pembangunan Daerah Nusa Tenggara Barat tanggal 19 Maret 1999.
2. Lembaran Daerah Propinsi Daerah Tingkat I Nusa Tenggara Barat No. 05 tanggal 21 April 1999.
3. Akta Pendirian No. 22 tanggal 30 April 1999 dihadapan Samsaimun, SH pengganti Abdullah, SH., Notaris di Mataram.
4. Surat pengesahan Menteri Hukum Dan Hak Azasi Manusia RI dengan Surat Keputusan No.C.8225.HT.01.01. Th. tanggal 5 Mei 1999.
5. Akta pendirian/Anggaran Dasar tersebut telah dirubah sesuai Akta Perubahan No. 03 tanggal 03 Maret 2008, dibuat dihadapan Fikry Said, SH., Notaris di Mataram.
6. Persetujuan Menteri Hukum Dan Hak Azasi Manusia RI sesuai Surat Keputusan No.AHU.30716.AHA.01.02 tahun 2008 tanggal 6 Juni 2008.
7. Akta pendirian/Anggaran Dasar tersebut terakhir dirubah dengan Akta Nomor 53 tanggal 9 Desember 2011 dibuat dihadapan Fikry Said, SH., Notaris di Mataram.

8. SK Menteri Hukum dan HAM RI Tanggal 11 Januari 2012 Nomor: AHU-01707.AH.01.02 Tahun 2012 tentang Persetujuan Perubahan Anggaran Dasar PT Bank Pembangunan Daerah Nusa Tenggara Barat.

Berdasarkan hasil keputusan Rapat Umum Pemegang Saham pada tanggal 13 Juni 2016, PT Bank NTB Syariah bersedia melakukan konversi menjadi Bank NTB Syariah. Keputusan ini memberikan harapan baru bagi penguatan ekonomi kerakyatan yang berkeadilan di Nusa Tenggara Barat. Proses konversi dilakukan melalui kajian komprehensif dan sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Setelah hampir 2 tahun, pada tanggal 24 September 2018, Bank NTB Syariah secara resmi memulai kegiatan operasional sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Hal ini berdasarkan Keputusan Anggota Dewan Komisiner Otoritas Jasa Keuangan Nomor: Kep-145/D.03/2018 yang memberikan izin perubahan kegiatan usaha PT Bank NTB Syariah dari Bank Umum Konvensional menjadi Bank Umum Syariah. Izin ini diberikan kepada PT Bank NTB Syariah yang berkedudukan di Mataram. Dengan izin tersebut, PT Bank NTB Syariah resmi menjalankan kegiatan sebagai Bank Umum Syariah dengan nama PT Bank NTB Syariah.

Bank NTB Syariah didirikan dengan tujuan menjadi bank syariah yang amanah, terkemuka, dan menjadi pilihan utama masyarakat. Tujuan ini memberikan semangat ekstra bagi Bank NTB Syariah untuk terus menyediakan layanan perbankan syariah yang dapat membantu masyarakat dalam melakukan transaksi perbankan sesuai prinsip syariah. Selain itu, bank ini juga berupaya meningkatkan perekonomian daerah di Nusa Tenggara Barat melalui kegiatan dan dukungan dalam sektor perbankan syariah.

Bank NTB Syariah telah menyusun model bisnis yang merumuskan segment bisnis utamanya dan bagaimana bank dapat mewujudkan visi, misi, dan sasaran bisnisnya. Melalui visi untuk menjadi bank syariah yang

amanah, terkemuka, dan pilihan masyarakat, Bank NTB Syariah bertekad memberikan solusi keuangan yang menyeluruh kepada nasabah. Bank ini ingin menjadi mitra keuangan nasabah sepanjang masa dan memberikan nilai tambah yang bermanfaat bagi seluruh pemangku kepentingan, termasuk nasabah, investor, karyawan, masyarakat, dan industri keuangan. Karena itu, Bank NTB Syariah berkomitmen untuk memberikan pelayanan terbaik dan memperhatikan kepentingan semua pihak yang terlibat.

Bank NTB Syariah telah mengalami perkembangan yang signifikan seiring berjalannya waktu. Saat ini, bank ini memiliki total 50 kantor yang terdiri dari 1 kantor pusat, 12 kantor cabang, 24 kantor cabang pembantu, 6 kantor kas, dan 7 kantor pelayanan. Selain itu, untuk memastikan kualitas pelayanan yang baik, Bank NTB Syariah juga menyediakan 255 ATM yang tersebar di seluruh kota/kabupaten di Nusa Tenggara Barat. Dalam menjalankan operasionalnya, bank ini didukung oleh tim karyawan dan karyawati yang disusun, dengan jumlah total sebanyak 1.433 orang hingga tanggal 31 Desember 2021. Mereka berperan penting dalam memberikan pelayanan yang profesional kepada nasabah dan menjaga keberlanjutan pertumbuhan Bank NTB Syariah.

4.1.2 VISI DAN MISI Bank NTB Syariah

A. VISI

Menjadi Bank Umum Syariah yang Amanah, Terkemuka, dan Pilihan Masyarakat.

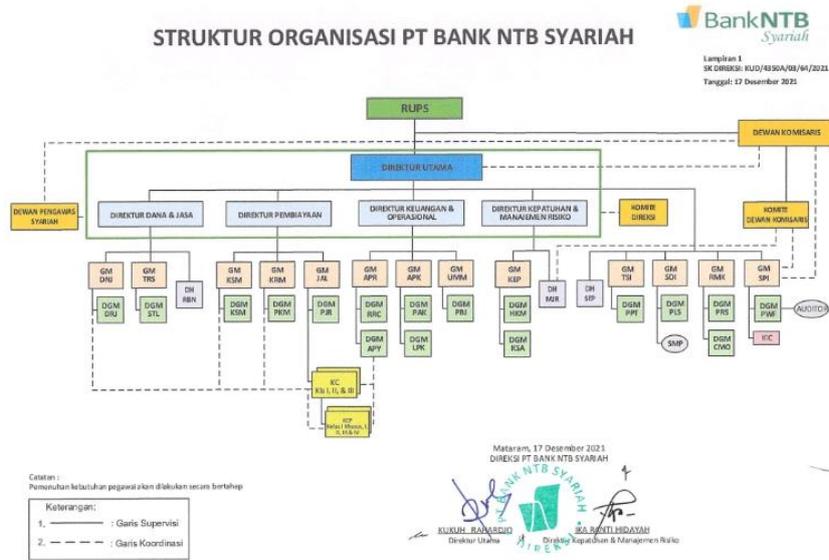
B. MISI

1. Memberikan layanan prima dan menyediakan produk perbankan syariah yang inovatif sesuai kebutuhan nasabah.
2. Mengembangkan Sumber Daya Insani yang profesional dan sejahtera melalui penerapan sistem berbasis kinerja yang konsisten.
3. Memperluas cakupan layanan untuk akses dan bertransaksi melalui penerapan teknologi yang handal.

4. Memberikan kontribusi maksimal kepada pemegang saham dan meningkatkan peran kepedulian sosial.
5. Mendorong pertumbuhan perekonomian daerah.

4.1.3 Struktur Organisasi Bank NTB Syariah

Gambar 4. 1
Struktur Organisasi Bank NTB Syariah



4.1.4 Deskripsi Karakteristik Data Responden

Responden dalam penelitian ini adalah nasabah bank NTB Syariah KCP Pekat Dompu yang telah membuka tabungan sebanyak 100 orang. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada responden, didapatkan karakteristik responden, sebagai berikut.

Tabel 4. 1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis kelamin	Jumlah Responden	Presentase
1.	Laki-laki	52	52%
2.	Perempuan	48	48%
Jumlah		100	100%

Sumber: data primer diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 4.1 di atas, dapat dilihat jumlah responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 52 responden (52%) dan responden dengan jenis kelamin perempuan berjumlah 48 responden (48%). Dapat diambil kesimpulan bahwa responden laki-laki lebih banyak menjadi nasabah tabungan Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompu.

Tabel 4. 2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah Responden	Presentase
1.	17-20 tahun	9	9%
2.	21-25 tahun	28	28%
3.	26-30 tahun	19	19%
4.	31-35 tahun	14	14%
5.	36-40 tahun	14	14%
6.	41> tahun	16	14%
Jumlah		100	100%

Sumber: data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.2 di atas, dapat dilihat bahwa responden yang usia 17-20 tahun sebanyak 9 responden (9%), usia 21-25 tahun sebanyak 28 responden (28%), usia 26-30 tahun sebanyak 19 responden (19%), usia 31-35 tahun sebanyak 14 responden (14%), usia 36-40 tahun sebanyak 14 responden (14%), dan usia >41 tahun sebanyak 16 orang. Dapat diambil kesimpulan bahwa responden dengan usia 21-25 tahun lebih banyak menjadi nasabah tabungan Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompus.

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah Responden	Presentase
1.	Pelajar/ Mahasiswa	17	17%
2.	PNS	25	25%
3.	Wiraswasta	21	21%
4.	Karyawan Swasta	19	19%
5.	Ibu Rumah Tangga	10	10%
6.	Petani, dll	8	8%
Jumlah		100	100%

Sumber: data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.3 di atas, dapat dilihat bahwa responden yang berprofesi sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 17 responden, pegawai negeri sebanyak 25 responden, wiraswasta 21 responden, karyawan swasta sebanyak 19 responden, Ibu rumah tangga sebanyak 10 responden, petani dll sebanyak 8 responden. Dapat disimpulkan responden yang paling banyak berprofesi sebagai PNS yang menjadi nasabah tabungan Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompus.

4.1.5 Uji Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyano (2018), Statistik Deskriptif adalah suatu metode statistik yang digunakan untuk memberikan gambaran menyeluruh tentang

obyek yang diteliti. Tujuan dari statistik deskriptif adalah untuk memberikan informasi yang detail tentang data yang ada, tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Dalam deskriptif statistik, berbagai ukuran statistik seperti nilai rata-rata (*mean*), nilai maksimum (*maksimum*), nilai minimum (*minimum*), dan standar deviasi digunakan untuk menggambarkan penyebaran data penelitian. Dengan menggunakan statistik deskriptif, kita dapat memahami karakteristik dan pola data yang dianalisis serta memberikan gambaran yang jelas tentang data tersebut. Berikut ini adalah data kuisisioner yang diperoleh berdasarkan deskripsi statistik.

Tabel 4. 4
Hasil Uji Statistik Deskriptif

	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pengetahuan	100	20	5	25	18,12	3,809
Kepercayaan	100	16	9	25	18,45	3,442
Produk	100	16	9	25	18,39	3,216
Pelayanan	100	17	8	25	18,58	3,418
Religiusitas	100	16	9	25	18,44	3,616
Minat Menabung	100	16	9	25	19,07	3,526
Valid N (listwise)	100					

Sumber: Output SPSS 26, data primer diolah, 2023

Berdasarkan table 4.4 di atas, dijelaskan bahwa jumlah sampel (N) sebesar 100 responden. Pada variable pengetahuan memiliki nilai minimum sebesar 5 dan nilai maksimum sebesar 25 sedangkan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 18,12 dan standar daviation sebesar 3,809. Variable kepercayaan memiliki nilai minimum sebesar 9 dan nilai maksimum sebesar 25 sedangkan nilai rata-rata (*mean*) 18,45 dan standar daviation sebesar 3,442. Variabel produk memiliki nilai minimum sebesar 9 dan maksimum sebesar 25 sedangkan nilai rata-rata (*mean*) 18,39 dan standar daviation sebesar 3,216. Variabel pelayanan memiliki nilai minimum sebesar 8 dan maksimum sebesar 25 sedangkan nilai rata-rata (*mean*) 18,58 dan

standar deviation sebesar 3,418. Variabel religiusitas memiliki nilai minimum sebesar 9 dan maksimum sebesar 25 sedangkan nilai rata-rata (*mean*) 18,44 dan standar deviation sebesar 3,616.

Sedangkan pada variable minat menjadi nasabah Bank Syariah memiliki nilai minimum 9 dan nilai maksimum 9, sedangkan nilai rata-rata (*mean*) 19,07, dan standart deviation sebesar 3,526. Dari hasil analisis yang dilakukan maka nilai rata-rata tertinggi yaitu variabel Pelayanan sebesar 18,58, sedangkan nilai rata-rata terendah yaitu variabel Pengetahuan sebesar 18,12.

4.1.6 Hasil Uji Validitas

Dalam pengujian validitas peneliti menggunakan lima item pertanyaan pada semua variabel indeviden dan dependent yaitu sebagai berikut.

1. Variabel Pengetahuan (X1)

Tabel 4. 5
Hasil Uji Validitas Variabel Pengetahuan

No. Item	Rhitung	rtabel	Keterangan
X1.1	0.776	0.195	Valid
X1.2	0.803	0.195	Valid
X1.3	0.867	0.195	Valid
X1.4	0.828	0.195	Valid
X1.5	0.792	0.195	Valid

Sumber: Output SPSS 26, data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.5 di atas, hasil pengujian validitas pada variabel pengetahuan, dapat disimpulkan bahwa semua item menunjukkan nilai rhitung yang lebih besar dari nilai rtabel sebesar (0,195) dengan tingkat signifikansi 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semua item pada variabel pengetahuan tersebut dinyatakan valid.

2. Variabel Kepercayaan (X2)

Tabel 4. 6
Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan

No. Item	Rhitung	Rtabel	Keterangan
X2.1	0.667	0.195	Valid
X2.2	0.831	0.195	Valid
X2.3	0.794	0.195	Valid
X2.4	0.818	0.195	Valid
X2.5	0.822	0.195	Valid

Sumber: Output SPSS 26, data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.6 di atas, hasil pengujian validitas pada variabel kepercayaan, dapat disimpulkan bahwa semua item menunjukkan nilai rhitung yang lebih besar dari nilai rtabel sebesar (0,195) dengan tingkat signifikansi 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semua item pada variabel kepercayaan tersebut dinyatakan valid.

3. Variabel Produk (X3)

Tabel 4. 7
Hasil Uji Validitas Variabel Produk

No. Item	Rhitung	rtabel	Keterangan
X3.1	0.738	0.195	Valid
X3.2	0.719	0.195	Valid
X3.3	0.732	0.195	Valid
X3.4	0.658	0.195	Valid
X3.5	0.745	0.195	Valid

Sumber: Output SPSS 26, data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.7 di atas, hasil pengujian validitas pada variabel produk, dapat disimpulkan bahwa semua item menunjukkan nilai rhitung yang lebih besar dari nilai rtabel sebesar (0,195) dengan tingkat signifikansi

0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semua item pada variabel produk tersebut dinyatakan valid.

4. Variabel Pelayanan (X4)

Tabel 4. 8
Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan

No. Item	Rhitung	Rtabel	Keterangan
X4.1	0.827	0.195	Valid
X4.2	0.833	0.195	Valid
X4.3	0.755	0.195	Valid
X4.4	0.837	0.195	Valid
X4.5	0.731	0.195	Valid

Sumber: Output SPSS 26, data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.8 di atas, hasil pengujian validitas pada variabel pelayanan, dapat disimpulkan bahwa semua item menunjukkan nilai rhitung yang lebih besar dari nilai rtabel sebesar (0,195) dengan tingkat signifikansi 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semua item pada variabel pelayanan tersebut dinyatakan valid.

5. Variabel Religiusitas (X5)

Tabel 4. 9
Hasil Uji Validitas Variabel Religiusitas

No. Item	Rhitung	Rtabel	Keterangan
X5.1	0.815	0.195	Valid
X5.2	0.828	0.195	Valid
X5.3	0.754	0.195	Valid
X5.4	0.750	0.195	Valid
X5.5	0.735	0.195	Valid

Sumber: Output SPSS 26, data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.9 di atas, hasil pengujian validitas pada variabel religiusitas, dapat disimpulkan bahwa semua item menunjukkan nilai rhitung yang lebih besar dari nilai rtabel sebesar (0,195) dengan tingkat signifikansi 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semua item pada variabel religiusitas tersebut dinyatakan valid.

6. Variabel Minat Menabung di Bank Syariah (Y)

Tabel 4. 10
Hasil Uji Validitas Variabel Minat Menabung

No. Item	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Y.1	0.873	0.195	Valid
Y.2	0.792	0.195	Valid
Y.3	0.812	0.195	Valid
Y.4	0.759	0.195	Valid
Y.5	0.772	0.195	Valid

Sumber: Output SPSS 26, data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.10 di atas, hasil pengujian validitas pada variabel Minat menabung di bank syariah, dapat disimpulkan bahwa semua item menunjukkan nilai rhitung yang lebih besar dari nilai rtabel sebesar (0,195) dengan tingkat signifikansi 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semua item pada variabel minat menabung tersebut dinyatakan valid.

4.1.7 Hasil Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan menggunakan uji statistik Cronbach Alpha untuk mengukur tingkat konsistensi suatu instrumen saat pengukurannya diulang dua kali atau lebih. Untuk menyimpulkan reliabilitas suatu variabel, nilai Cronbach Alpha yang diinginkan harus lebih besar dari 0,6. Berdasarkan hasil uji reliabilitas, ringkasan dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. 11
Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
1	Pengetahuan	0.872	Reliabel
2	Kepercayaan	0.844	Reliabel
3	Produk	0.764	Reliabel
4	Pelayanan	0.853	Reliabel
5	Religiusitas	0.830	Reliabel
6	Minat Menabung di Bank Syariah	0.860	Reliabel

Sumber: Output SPSS 26, data diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 4.11 di atas, dapat dilihat bahwa hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan dari masing-masing variabel dalam penelitian ini dapat diandalkan (reliabel). Hal ini ditunjukkan oleh nilai Cronbach Alpha dari masing-masing variabel yang melebihi 0,6. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa setiap variabel dapat dipercaya dan dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.

4.1.8 Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik digunakan untuk memastikan model regresi dapat memenuhi standar asumsi dasar sehingga dapat dilakukan untuk menguji hipotesis. Uji asumsi klasik yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu:

1. Uji Normalitas

Hasil uji normalitas dengan menggunakan one kolmogrov smirnov dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.12 berikut:

Tabel 4. 12
Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test

N		100
Normal Parameters	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.15438156
Most Extreme Differences	Absolute	.056
	Positive	.056
	Negative	-.042
Test Statistic		.056
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200

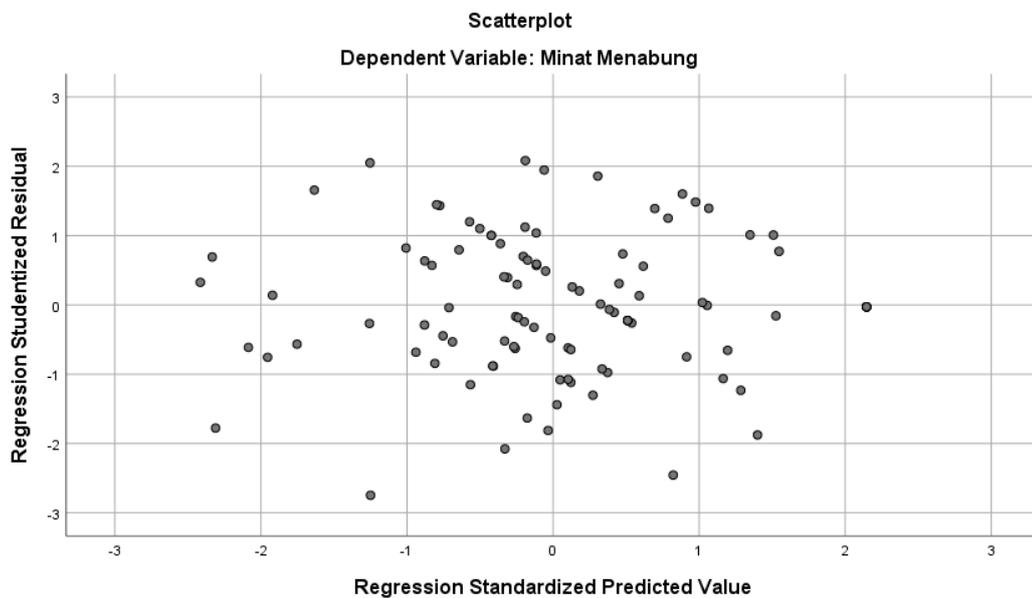
Sumber: Output SPSS 26, data diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 4.12 di atas, terlihat bahwa nilai Uji Statistik sebesar 0,056 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,200. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi terdistribusi normal dan memenuhi persyaratan dalam uji normalitas karena tingkat signifikansinya lebih besar dari 0,05.

2. Uji Heteroskedastisitas

Dalam penelitian ini, dilakukan pengujian heteroskedastisitas dengan menggunakan scatterplot. Scatterplot tersebut memplotkan prediktor yang telah distandardisasi dengan residual model yang juga telah distandardisasi. Jika tidak terlihat pola yang jelas dan titik-titik tersebar secara merata di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada heteroskedastisitas. Berikut ini adalah hasil scatterplot yang dihasilkan dari output SPSS 26.

Gambar 4. 2
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Output SPSS 26, data primer diolah, 2023

Dalam Gambar 4.2, hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa scatterplot tidak menunjukkan pola yang konsisten dan titik-titik tersebar secara acak di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada heteroskedastisitas yang terjadi.

3. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah ketika terdapat hubungan linier yang kuat atau mendekati antara variabel independen dalam suatu model regresi. Multikolinearitas terjadi ketika terdapat fungsi linier yang kuat antara beberapa atau semua variabel independen dalam model regresi. Salah satu indikator adanya multikolinearitas adalah melalui nilai Variance Inflation Factor (VIF) dan Tolerance. Jika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai Tolerance lebih dari 0,1, maka dapat ditulis bahwa tidak terdapat multikolinearitas dalam model tersebut (Mardiatmoko, 2020). Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat secara ringkas pada tabel 4.13 berikut ini:

Tabel 4. 13
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF	Keterangan
Pengetahuan	0.645	1.549	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Kepercayaan	0.295	3.395	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Produk	0.318	3.147	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Pelayanan	0.313	3.192	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Religiusitas	0.263	3.806	Tidak Terjadi Multikolinieritas

Sumber: Output SPSS 26, data diolah, 2023

Dari Tabel 4.13 di atas, dapat dilihat bahwa semua variabel memiliki nilai tolerance yang lebih besar dari 0,1 dan nilai variance inflation factor (VIF) yang kurang dari 10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak menghadapi masalah multikolinearitas dalam model regresi, sehingga memenuhi syarat untuk melakukan analisis regresi.

4.1.9 Pengujian Hipotesis

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi digunakan untuk memahami sejauh mana hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Berdasarkan hasil analisis regresi menggunakan SPSS 26, diperoleh hasil sebagai berikut.

Tabel 4. 14
Hasil Uji Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.233	1.408		1.586	.116
	Pengetahuan	.089	.073	.096	1.225	.223
	Kepercayaan	.133	.119	.130	1.118	.266
	Produk	.175	.123	.160	1.427	.157
	Pelayanan	.259	.116	.251	2.232	.028
	Religiusitas	.257	.120	.263	2.142	.035

a Dependent Variable: Minat Menabung

Sumber: Output SPSS 26, data diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 4.14, dapat disusun persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 2,233 + 0,089 X1 + 0,133 X2 + 0,175 X3 + 0,259 X4 + 0,257 X5 + e$$

Interpretasi dari persamaan regresi linier tersebut adalah sebagai berikut:

- a. $a = 2,233$ Jika tidak ada kontribusi dari variabel pengetahuan, kepercayaan, produk, pelayanan, dan religiusitas (dengan nilai nol), maka variabel minat menabung akan tetap memiliki nilai sebesar 2,232. Hal ini disebabkan oleh nilai konstanta dalam persamaan regresi, yang menunjukkan nilai tetap sebesar 2,232.
- b. Nilai Koefisiensi regresi pada variabel pengetahuan (X1) sebesar 0,089, menunjukkan bahwa variabel pengetahuan mempunyai pengaruh positif terhadap minat menabung di bank syariah, yang berarti bahwa setiap kenaikan satu satuan variabel pengetahuan maka akan mempengaruhi minat menabung sebesar 0,089, dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.
- c. Nilai Koefisiensi regresi pada variabel kepercayaan (X2) sebesar 0,133 menunjukkan bahwa variabel kepercayaan mempunyai pengaruh positif

terhadap minat menabung di bank syariah, yang berarti bahwa setiap kenaikan satu satuan variabel pengetahuan maka akan mempengaruhi minat menabung sebesar 0,133, dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

- d. Nilai Koefisiensi regresi pada variabel produk (X3) sebesar 0,175 menunjukkan bahwa variabel produk mempunyai pengaruh positif terhadap minat menabung di bank syariah, yang berarti bahwa setiap kenaikan satu satuan variabel pengetahuan maka akan mempengaruhi minat menabung sebesar 0,175, dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.
- e. Nilai Koefisiensi regresi pada variabel pelayanan (X4) sebesar 0,259 menunjukkan bahwa variabel pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap minat menabung di bank syariah, yang berarti bahwa setiap kenaikan satu satuan variabel pengetahuan maka akan mempengaruhi minat menabung sebesar 0,259, dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.
- f. Nilai Koefisiensi regresi pada variabel religiusitas (X5) sebesar 0,257 menunjukkan bahwa variabel religiusitas mempunyai pengaruh positif terhadap minat menabung di bank syariah, yang berarti bahwa setiap kenaikan satu satuan variabel pengetahuan maka akan mempengaruhi minat menabung sebesar 0,257, dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

2. Uji T (Persial)

Dalam analisis regresi berganda, uji ini digunakan untuk menentukan apakah variabel independen dalam model regresi memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel dependen (Mardiatmoko, 2020). Berikut ini hasil dari Uji T Parsial sebagai berikut:

Tabel 4. 15
Hasil Uji Parsial (Uji T)

Coefficients^a						
	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.233	1.408		1.586	.116
	Pengetahuan	.089	.073	.096	1.225	.223
	Kepercayaan	.133	.119	.130	1.118	.266
	Produk	.175	.123	.160	1.427	.157
	Pelayanan	.259	.116	.251	2.232	.028
	Religiusitas	.257	.120	.263	2.142	.035

a. Dependent Variable: Minat Menabung Y

Sumber: Output SPSS 26, data diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji T pada tabel 4.15 di atas, maka diketahui bahwa variabel pengetahuan (X1) tidak berpengaruh terhadap minat menabung di bank NTB Syariah KCP Pekat Dompou (Y). Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil dari *t hitung* sebesar $1.225 <$ dari *t* tabel sebesar 1.989, dengan tingkat signifikansi $0.223 > 0.05$. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa H1 ditolak dan H0 diterima.

H1: Pengetahuan tidak berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat menabung di Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompou.

Nilai *thitung* untuk variabel kepercayaan (X2) sebesar $1.118 <$ *t* tabel sebesar 1.989, dengan tingkat signifikansi $0.266 > 0.05$. Maka diketahui bahwa variabel kepercayaan (X2) tidak berpengaruh terhadap minat menabung di bank NTB Syariah KCP Pekat Dompou (Y). Maka dapat disimpulkan bahwa H2 ditolak dan H0 diterima.

H2: Kepercayaan tidak berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat menabung di Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompou.

Nilai *thitung* untuk variabel produk (X3) sebesar $1.427 <$ *t* tabel sebesar 1.989, dengan tingkat signifikansi $0.157 > 0.05$. Maka diketahui bahwa variabel produk (X3) tidak berpengaruh terhadap minat menabung

di bank NTB Syariah KCP Pekat Dompou (Y). Maka dapat disimpulkan bahwa H3 ditolak dan H0 diterima.

H3: Produk tidak berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat menabung di Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompou.

Nilai *thitung* untuk variabel pelayanan (X4) sebesar $2.232 > t$ tabel sebesar 1.989, dengan tingkat signifikansi $0.28 < 0.05$. Maka diketahui bahwa variabel pelayanan (X4) berpengaruh terhadap minat menabung di bank NTB Syariah KCP Pekat Dompou (Y). Maka dapat disimpulkan bahwa H4 diterima dan H0 ditolak.

H4: Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat menabung di Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompou.

Nilai *thitung* untuk variabel religiusitas (X5) sebesar $2.142 > t$ tabel sebesar 1.989, dengan tingkat signifikansi $0.035 < 0.05$. Maka diketahui bahwa variabel religiusitas (X5) berpengaruh terhadap minat menabung di bank NTB Syariah KCP Pekat Dompou (Y). Maka dapat disimpulkan bahwa H5 diterima dan H0 ditolak.

H5: Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan parsial terhadap minat menabung di Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompou.

3. Uji F (Simultan)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Mardiatmoko, 2020). Adapun hasil dari uji F terdapat pada tabel berikut ini:

Tabel 4. 16
Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	771.015	5	154.203	31.546	.000 ^b
	Residual	459.495	94	4.888		
	Total	1230.510	99			
a. Dependent Variable: Minat Menabung						
b. Predictors: (Constant), Religiusitas, Pengetahuan, Pelayanan, Produk, Kepercayaan						

Sumber: Output SPSS 26, data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.16 di atas, diketahui bahwa secara bersama-sama (simultan) yaitu variabel pengetahuan (X1), kepercayaan (X2), produk (X3), pelayanan (X4) dan religiusitas (X5) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat menabung di Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompu (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan *Fhitung* 31.546 lebih besar dari *Ftabel* 2.30 dan tingkat signifikansi 0.000 lebih kecil dari alpha 0.05.

H6: Pengetahuan, kepercayaan, produk, pelayanan dan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap minat menabung di Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompu.

4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis determinasi merupakan ukuran yang menunjukkan seberapa besar variabel X memberikan kontribusi terhadap variabel Y. Analisis ini digunakan untuk mengetahui prosentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen (Mardiatmoko, 2020). Adapun hasil uji R^2 terdapat pada tabel berikut:

Tabel 4. 17
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.792 ^a	.627	.607	2.211	1.823
a. Predictors: (Constant), Religiusitas, Pengetahuan, Pelayanan, Produk, Kepercayaan					
b. Dependent Variable: Minat Menabung					

Sumber: Output SPSS 26, data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.17 di atas, dipengaruhi nilai koefisien *R Square* (R^2) yaitu sebesar 0,627 atau sebesar 62,7%. Maka dapat disimpulkan bahwa besarnya pengaruh variabel pengetahuan, kepercayaan, produk, pelayanan dan religiusitas terhadap minat menabung di Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompou sebesar 62,7%. Sementara itu, 37,3% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Terdapat banyak variabel lain yang juga berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah, namun penelitian ini lebih fokus pada lima variabel yang diteliti.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Di Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompou

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, menunjukkan bahwa pengetahuan tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat menabung di Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompou. Hal ini dibuktikan dengan nilai *t hitung* $1.225 <$ dari *t* tabel sebesar 1.989, dengan tingkat signifikansi $0.223 > 0.05$. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Raihana (2020), Romdhoni dkk., (2021) dan Mujaddid (2019), yang menyatakan bahwa pengetahuan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Hal ini disebabkan

oleh, kurangnya edukasi dan sosialisasi yang diberikan kepada nasabah Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompus, tentang pengetahuan perbankan syariah. Selain itu, melihat hasil dari data responden yang kebanyakan nasabah bank tersebut adalah PNS yang dimana gaji Pegawai Negeri (PNS) untuk wilayah Pekat, di ambil di bank tersebut. Oleh karena itu, penting untuk pihak perbankan selalu memberikan edukasi dan wawasan baik kepada nasabah ataupun masyarakat setempat agar memilih bank syariah dibandingkan bank konvensional.

Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Amri (2021), yang menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh positif terhadap minat menabung di bank syariah. Semakin tinggi pengetahuan yang diperoleh dan semakin besar minat maka akan semakin keputusan menabung di bank syariah. Selain itu juga, penelitian yang dilakukan oleh Riani (2019), menyatakan bahwa dari pengetahuan yang mereka miliki, masyarakat bisa mengetahui manfaat menggunakan produk Bank Syariah, bisa mengetahui apa saja produk-produk yang disediakan oleh Bank Syariah, bisa mengetahui keuntungan yang mereka dapatkan dari produk Bank Syariah, bisa mengetahui bagaimana sistem yang digunakan oleh Bank Syariah sehingga menarik masyarakat untuk menggunakan produk Bank Syariah.

Pengetahuan merupakan kemampuan individu untuk memahami, mengingat, dan memberikan definisi ulang terhadap suatu topik tertentu (Rosita, 2022). Dalam konteks pengambilan keputusan, pengetahuan menjadi salah satu faktor yang dipertimbangkan dalam memilih, membeli, atau menggunakan suatu produk. Pentingnya pengetahuan akan memberikan dampak positif terhadap kehidupan. Oleh karena itu, sebagai manusia yang memiliki akal dan pikiran sangatlah penting untuk mengetahui suatu hal, terlebih tentang ekonomi syariah atau perbankan syariah.

Sesuai dengan firman Allah SWT. dalam Surah At-Taubah ayat 122 yaitu:

وَمَا كَانَ الْمُؤْمِنُونَ لِيَنْفِرُوا كَآفَّةً ۚ فَلَوْلَا نَفَرَ مِن كُلِّ فِرْقَةٍ مِّنْهُمْ طَائِفَةٌ لِّيَتَفَقَّهُوا
فِي الدِّينِ وَلِيُنذِرُوا قَوْمَهُمْ إِذَا رَجَعُوا إِلَيْهِمْ لَعَلَّهُمْ يَحْذَرُونَ

Artinya: “Tidak sepatutnya bagi mukminin itu pergi semuanya (ke medan perang). Mengapa tidak pergi dari tiap-tiap golongan di antara mereka beberapa orang untuk memperdalam pengetahuan mereka tentang agama dan untuk memberi peringatan kepada kaumnya apabila mereka telah kembali kepadanya, supaya mereka itu dapat menjaga dirinya”.

Pada ayat di atas, Ibnu Katsir menjelaskan bahwa mereka yang tidak ikut berangkat dalam perang dimaksudkan untuk belajar dari *Rasulullah shallallahu ‘alaihi wasallam*. Setelah pasukan kembali, mereka yang telah belajar berkata, "Sesungguhnya Allah telah menurunkan ayat-ayat Al-Qur'an kepada Rasulullah dan kami telah mempelajarinya." Kemudian mereka mengajarkan hal tersebut kepada pasukan yang telah berperang. Ayat ini menunjukkan bahwa betapa pentingnya untuk menambah pengetahuan atau menuntut ilmu. Oleh karena itu, sebagai seorang manusia kita hendaknya meningkatkan pengetahuan kita, agar kita dapat menjaga diri kita dari hal-hal yang tidak sesuai dengan syariat islam. Terlebih dalam pengetahuan kita tentang ekonomi syariah yang terhindar dari riba, judi, ataupun merugikan orang lain, dan lain sebagainya.

4.2.2 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Di Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompu

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, menunjukkan bahwa kepercayaan tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat menabung di Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompu. Hal ini dibuktikan dengan hasil nilai *thitung* sebesar $1.118 <$ dari *t* tabel sebesar 1.989 , dengan tingkat signifikansi $0.266 > 0.05$. Hal ini disebabkan oleh tingkat kepercayaan nasabah Bank NTB Syariah KCP Pekat, Dompu

terhadap bank syariah sangat rendah, dikarenakan banyaknya oknum-oknum yang ber embelkan syariah di tengah masyarakat membuat rasa khawatir dan was-was akan kehadiran bank syariah di Pekat, Dompu. Selain itu, peneliti juga mewancarai beberapa nasabah yang menyatakan bahwa *“Mending saya menabung di rumah, uang saya aman dari pada menabung di bank syariah, dan di bank mengurusnya ribet”*. Oleh karena itu, Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompu hendaknya meningkatkan kesadaran dan kepercayaannya khususnya kepada nasabah, atau umumnya kepada masyarakat akan pentingnya menggunakan jasa perbankan syariah.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Naufal (2021), dan Aziz & Hendrastyo (2019), menyatakan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Akan tetapi, berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Kartika dkk., (2020) dan Khotimah (2018), yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah. Menciptakan tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap nasabah adalah sangat penting untuk membangun rasa kepercayaan nasabah terhadap bank. Melalui kepercayaan yang terjalin antara bank dan nasabah, akan memungkinkan terbentuknya hubungan yang kuat dalam bisnis perbankan yang dilakukan (Aziz & Hendrastyo, 2019). Mengingat pihak bank wajib untuk membangun rasa kepercayaan yang tinggi terhadap nasabahnya agar nasabah merasa yakin dan aman apabila menabungkan dananya pada bank tersebut.

Sebagaimana Allah SWT. berfirman dalam surah Al-Imran ayat 118 yaitu sebagai berikut.

أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَتَّخِذُوا بِطَانَةَ مِّن دُونِكُمْ لَا يَأْلُونَكُمْ خَبَالًا وَدُوًّا مَا عَنِتُّمْ
قَدْ بَدَتِ الْبَغْضَاءُ مِنْ أَفْوَاهِهِمْ وَمَا تُخْفِي صُدُورُهُمْ أَكْبَرُ ۗ قَدْ بَيَّنَّا لَكُمُ الْآيَاتِ ۗ
إِن كُنْتُمْ تَعْقِلُونَ

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu ambil menjadi teman kepercayaanmu orang-orang yang, di luar kalanganmu (karena) mereka tidak henti-hentinya (menimbulkan) kemudharatan bagimu. Mereka menyukai apa yang menyusahkan kamu. Telah nyata kebencian dari mulut mereka, dan apa yang disembunyikan oleh hati mereka adalah lebih besar lagi. Sungguh telah Kami terangkan kepadamu ayat-ayat (Kami), jika kamu memahaminya*”.

Dari ayat di atas, menurut tafsir Ibnu Katsir dalam firman Allah SWT melarang hamba-hamba-Nya yang beriman untuk menjadikan orang-orang munafik sebagai teman kepercayaan. Hal ini karena jika hamba-hamba beriman menceritakan rahasia dan rencana kaum mukmin kepada mereka, orang-orang munafik akan dengan sungguh-sungguh berusaha untuk mencelakakan dan merugikan kaum mukmin. Mereka akan terus berupaya dengan segala daya dan upaya yang mereka miliki untuk melawan kaum mukmin dan menimbulkan bahaya bagi mereka. Mereka menggunakan tipu daya dan kepalsuan sebagai senjata utama mereka. Orang-orang munafik suka melihat kesengsaraan yang menimpa kaum mukmin, mereka senang melukai mereka, dan mereka gemar membuat kesulitan bagi kaum mukmin.

Oleh karena itu, pentingnya untuk menjaga kepercayaan kepada orang lain yang memberikan manfaat bagi kita. Selain itu, sebagai masyarakat tentunya akan memilih sesuatu hal yang dapat di percaya agar tidak terjadi hal yang tidak diinginkan. Terlebih ketika nasabah atau masyarakat ingin menaruh atau menitipkan dananya kepada bank syariah, maka bank tersebut harus menjaga kepercayaan nasabah itu.

4.2.3 Pengaruh Produk Terhadap Minat Menabung Di Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompu

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, menunjukkan bahwa produk tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat menabung di Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompu. Hal ini dibuktikan dengan hasil nilai *thitung* untuk variabel produk (X3) sebesar

1.427 < t tabel sebesar 1.989, dengan tingkat signifikansi 0.157 > 0.05. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pemasaran ataupun pengenalan produk yang dilakukan oleh Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompus, khususnya kepada nasabah ataupun kepada masyarakat. Akan tetapi, menurut hasil wawancara yang dilakukan ke beberapa nasabah yang menyatakan bahwa “*Saya tidak tahu tentang produk bank syariah, namun saya tahu kalau bank NTB syariah produknya halal*”. Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa nasabah atau masyarakat Pekat, Kabupaten Dompus mengetahui produk bank NTB syariah sesuai dengan Syariah Islam namun, tidak menumbuhkan minat masyarakat untuk menabung di bank syariah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Romdhoni & Ratnasari (2018), yang menyatakan bahwa produk tidak berpengaruh signifikan dan negatif terhadap minat menabung di bank syariah. Akan tetapi, penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Rusdianto (2016) dan Septa (2019), yang menyatakan bahwa Produk dan layanan berpengaruh positif karena produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah adalah produk-produk halal, sehingga masyarakat tertarik untuk menggunakan produk Bank Syariah.

Sebagaimana Allah SWT. berfirman dalam Al- Quran surah Al-Baqarah ayat 278-279 sebagai berikut.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ ﴿٢٧٨﴾
فَإِن لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ ۗ وَإِن تُبْتِغُوا فَلَئِمَّ رُءُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman. Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. Dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok hartamu;*

kamu tidak menganiaya dan tidak (pula) dianiaya”.

Menurut Tafsir Quraish Shihab yang menyatakan apabila kalian belum mematuhi perintah Allah untuk meninggalkan riba, maka ketahuilah bahwa pada saat itu kalian sedang berperang melawan Allah dan Rasul-Nya dengan menolak perintah-Nya. Jika kalian ingin mencari pertobatan yang diterima oleh Allah, maka cukuplah mengembalikan modal utama yang kalian pinjamkan. Janganlah menambahkan apapun, baik itu sedikit atau banyak, sebagai tambahan atas utang tersebut. Mengambil tambahan berarti menzalimi orang lain. Begitu pula jika kalian meninggalkan sebagian dari modal utama, itu berarti kalian menyakiti diri sendiri.

Pada ayat di atas, dijelaskan bahwa sebagai masyarakat Indonesia yang mayoritas muslim kita dilarang untuk memakan harta riba atau bunga. Oleh karena itu, sebagai masyarakat tentunya kita harus pintar memilih produk bank yang sesuai dengan syariah, agar terhindar dari riba. Terlebih bank NTB Syariah KCP Pekat Dompus memiliki produk yang sesuai dengan syariah Islam. Akan tetapi, Bank NTB Syariah harus memberikan sosialisasi dan pemasaran kepada nasabah atau kepada masyarakat agar mengetahui tentang produk bank syariah.

4.2.4 Pengaruh Pelayanan Terhadap Minat Menabung Di Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompus

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, menunjukkan bahwa pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat menabung di Bank NTB Syariah Cabang Dompus. Hal ini dibuktikan dengan hasil nilai thitung untuk variabel pelayanan (X_4) sebesar $2.232 > t$ tabel sebesar 1.989 , dengan tingkat signifikansi $0.28 < 0.05$.

Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Tjiptono dalam Wandira (2022), Pelayanan adalah segala tindakan atau aktivitas yang dapat diberikan oleh satu entitas kepada entitas lain yang umumnya bersifat immaterial dan tidak berdampak pada kepemilikan. Dalam hal ini bank NTB Syariah KCP Pekat Dompus memberikan pelayanan yang baik kepada

nasabahnya sehingga masyarakat merasa puas atas pelayanan yang diberikan. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil penelitian, mayoritas responden menunjukkan setuju terhadap pelayanan yang diberikan oleh Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompnu, dan persepsi kepuasan nasabah dipengaruhi secara signifikan oleh indikator responsiveness. Oleh karena itu, bank syariah harus selalu meningkatkan pelayanannya kepada nasabah agar memberikan nilai positif bagi perbankan syariah.

Penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Syahputra (2021), Mukti & Octaviani (2019), Abidin (2015) dan Wandira (2022) yang menyatakan bahwa, pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah, yang artinya semakin baiknya kualitas pelayanan maka semakin meningkat pula minat masyarakat untuk menabung di bank syariah.

Sebagai mana yang dijelaskan dalam firman Allah SWT. dalam Al-Quran surah Al- Imran ayat 159 yaitu sebagai berikut.

فِيمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۗ وَلَا تُوْكَرْتُمْ فَمَا غَالِبْتُمْ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: “Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya”.

Menurut tafsir dari Kementerian Agama (Kemenag), ayat 159 dalam surah Ali Imran memiliki latar belakang dari terjadinya pelanggaran yang dilakukan oleh sebagian kaum Muslimin dalam situasi genting saat Perang Uhud. Pelanggaran tersebut menyebabkan penderitaan yang dialami oleh banyak Muslim. Namun, Rasulullah tetap menunjukkan sikap lemah lembut

dan tidak marah kepada para pelanggar tersebut. Beliau bahkan memaafkan mereka dan memohonkan ampunan dari Allah untuk mereka. Selain itu, Rasulullah selalu melibatkan mereka dalam musyawarah mengenai berbagai hal, terutama dalam urusan perang.

Dalam tafsir Ibnu Katsir, disebutkan bahwa Rasulullah SAW selalu melakukan musyawarah dengan mereka ketika menghadapi masalah, termasuk dalam urusan perang. Salah satunya adalah musyawarah mengenai posisi Rasulullah dalam pertempuran. Akhirnya, Al-Munzir Ibnu Amr mengusulkan agar Rasulullah berada di depan pasukan Muslim. Hal ini menunjukkan bahwa Rasulullah menerapkan prinsip musyawarah dan menghormati pendapat anggota komunitas Muslim dalam pengambilan keputusan, bahkan dalam konteks perang. Rasulullah menunjukkan keteladanan dalam mengelola konflik dan mencari solusi yang terbaik melalui musyawarah.

Dalam hal ini, Islam menegaskan bahwa sangat memerhatikan sebuah pelayanan yang berkualitas, memberikan yang baik, dan bukan yang buruk. Oleh karena itu, penting untuk semua elemen perbankan syariah meningkatkan pelayanannya kepada masyarakat agar dapat memperoleh citra yang baik untuk perusahaan dikalangan masyarakat.

4.2.5 Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Menabung Di Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompus

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat menabung di Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompus. Hal ini dibuktikan dengan hasil nilai Nilai *t*hitung untuk variabel religiusitas (X_5) sebesar $2.142 > t$ tabel sebesar 1.989 , dengan tingkat signifikansi $0.035 < 0.05$. Hal tersebut terjadi karena tingkat religiusitas pada nasabah Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompus masih kental. Melihat dari segi adat istiadat dan kepercayaan nasabah atau masyarakat sangat berpegang teguh terhadap syariat Islam.

Menurut teori dari Fetzer (1999) dalam Padmaninggar (2015)

mendefinisikan religiusitas adalah sesuatu yang menitikberatkan pada masalah perilaku, sosial dan merupakan sebuah doktrin dari setiap agama atau golongan. Setiap manusia mempunyai nilai-nilai keyakinan dalam agamanya masing-masing. Aspek agama dapat meyakinkan hati setiap orang untuk bersikap dan bertindak sesuai dengan tuntunan agamanya. Memilih menabung di bank syariah merupakan upaya menghindarkan diri dari hukum bunga bank. Oleh karena itu, memilih bank syariah adalah pilihan yang tepat yang sesuai dengan syariah Islam yang terhidar dari riba.

Penelitian ini tidak selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Asrul (2020), Kristanto (2022) dan Khotimah (2018) yang menyatakan bahwa, religiusitas tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Artinya, semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang maka semakin meningkatkan minat menabung di bank syariah.

Sebagaimana firman Allah SWT. dalam Al-Quran surah Al-Baqarah ayat 208 sebagai berikut.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا ادْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَآفَّةً وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوٰتِ الشَّيْطٰنِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

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

Dari ayat di atas, Ibnu Katsir menjelaskan bahwa Allah memerintahkan kepada hamba-hamba-Nya yang beriman kepada-Nya dan membenarkan Rasul-Nya agar mereka berpegang teguh pada ajaran Islam dan semua aturan yang ditetapkan dalam syariat-Nya. Mereka diwajibkan untuk mengamalkan semua perintah-Nya dan menjauhi semua larangan-Nya dengan segenap kemampuan yang mereka miliki. Oleh karena itu, sebagai seorang muslim kita harus selalu yakin akan kebenaran Islam. Dengan selalu meningkatkan ketakwaan dan nilai-nilai keislaman maka akan menjauhkan kita dari perbuatan yang bertentangan dengan syariah Islam.

4.2.6 Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, Produk, Pelayanan Dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Di Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompou

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, menunjukkan hasil secara simultan variabel pengetahuan, kepercayaan, produk, pelayanan dan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompou. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan nilai *Fhitung* 31.546 lebih besar dari *Ftabel* 2.30 dan tingkat signifikansi 0.000 lebih kecil dari alpha 0.05. Adapun besarnya sumbangan persentase nilai koefisien *R Square* (R^2) yaitu sebesar 0,627 atau sebesar 62,7%. Maka dapat disimpulkan bahwa besarnya pengaruh variabel pengetahuan, kepercayaan, produk, pelayanan dan religiusitas terhadap minat menabung di Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompou sebesar 62,7%, sementara sisanya, yaitu sebesar 37,3%, dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Terdapat banyak variabel lain yang juga berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah, namun penelitian ini lebih fokus pada lima variabel yang telah diteliti.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, Produk, Pelayanan Dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung di Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompu. Sampel yang digunakan didalam penelitian ini yaitu 100 responden yang menabung di Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompu. Alat analisis yang digunakan yaitu SPSS versi 26. Berdasarkan pemaparan dan pembahasan hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pengetahuan tidak berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat menabung di Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompu. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin rendah pengetahuan yang dimiliki oleh nasabah Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompu tentang bank syariah, maka akan semakin rendah pula minat menabung nasabah dan masyarakat Pekat, Kabupaten Dompu di bank syariah.
2. Kepercayaan tidak berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat menabung di Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompu. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin rendah kepercayaan yang dimiliki oleh nasabah Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompu terhadap bank syariah, maka akan semakin rendah pula minat menabung nasabah dan masyarakat Pekat, Kabupaten Dompu di bank syariah.
3. Produk tidak berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat menabung di Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompu. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin rendah pemasaran produk yang ditawarkan kepada nasabah Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompu, maka akan semakin rendah pula minat menabung nasabah dan masyarakat Pekat, Kabupaten Dompu di bank syariah.
4. Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat menabung di Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompu. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkatan pelayanan yang diberikan

kepada nasabah, maka akan semakin tinggi pula minat nasabah dan masyarakat untuk menabung di bank syariah.

5. Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat menabung di Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompus. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkatan religiusitas yang dimiliki nasabah dan masyarakat Pekat, Kabupaten Dompus, maka akan semakin tinggi pula minat untuk menabung di bank syariah.
6. Adapun secara simultan atau bersamaan pengetahuan, kepercayaan, produk, pelayanan dan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di Bank NTB Syariah Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompus. Hal ini berarti dengan meningkatkan variabel tersebut maka akan meningkatkan minat menabung masyarakat di bank syariah.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, saran yang dapat peneliti berikan antara lain:

5.2.1 Bagi Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompus

Adapun saran kepada Bank NTB Syariah KCP Pekat Dompus yaitu meningkatkan pengetahuan, kepercayaan, pemahaman produk, pelayanan dan religiusitas masyarakat dengan melakukan sosialisasi dan edukasi akan pentingnya menggunakan bank syariah.

5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi peneliti selanjutnya yang ingin menggunakan lima variabel yaitu pengetahuan, kepercayaan, pemahaman produk, pelayanan, dan religiusitas. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menggunakan sampel yang lebih banyak dan juga menambahkan variabel-variabel lain, seperti promosi, keamanan, fasilitas, dan faktor lainnya yang berpotensi mempengaruhi minat menabung di bank syariah.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an al-Karim dan terjemahan.

- Abidin, Z. (2015). Pengaruh Pelayanan, Keyakinan Agama, Dan Lokasi Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada Pt. Bank Mega Syariah Di Makassar. *AkMen JURNAL ILMIAH, Vol 12 No 2 (2015): AKMEN Jurnal Ilmiah*. <https://ejournal.nobel.ac.id/index.php/akmen/article/view/453/450>
- Amri, T. H. P. P. U. (2021). Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah dengan Minat Sebagai Variabel Intervening. *Intelektualita, Vol 10 No 1 (2021): Jurnal Intelektualita: Keislaman, Sosial dan Sains, 177–187*. <http://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/intelektualita/article/view/8609/3778>
- Andriani, G. F., & Halmawati, H. (2019). Pengaruh Bagi Hasil, Kelompok Acuan, Kepercayaan Dan Budaya Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi, 1(3), 1322–1336*.
- Asrul, A. (2020). Pengaruh Religiusitas, Reputasi Bank Dan Perolehan Informasi Terhadap Minat Masyarakat Kota Pariaman Untuk Menabung Di Bank Mandiri Syariah. *Ensiklopedia of Journal, Vol 3, No 1 (2020): Vol 3 No 1 Edisi 1 Oktober 2020, 158–164*. <https://jurnal.ensiklopediaku.org/ojs-2.4.8-3/index.php/ensiklopedia/article/downloadSuppFile/596/473>
- Aziz, N., & Hendrastyo, V. S. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada Bank Syariah Cabang Ulak Karang Kota Padang. *JURNAL PUNDI, Vol 3, No 3 (2019), 227–234*. <https://ojs.akbpstie.ac.id/index.php/jurnal-pundi/article/view/183/98>
- Fitriyah, A. T., & Rahmawati, N. (2023). Digital Platform , Financial Literacy and Motivation on Generation Z ' s Decision to Invest in Islamic Stocks : A Structural Equation Modelling Analysis. *Muqtasid, 3, 112–126*.
- Hasan, I., & Faricha Wati, M. (2022). The Influence Of Knowledge, Religiosity, and Social Environment On Interest In Saving In Islamic Banking. *International Conference of Islamic Economics and Business, 109–116*.
- Heryana, A. (2017). Populasi Dan Sampel. *Pontificia Universidad Catolica Del Peru, 8(33), 44*.
- Imam, G. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 19, Edisi Kedelapan*.
- Iryani, Riza Mega, Kristanto, R. S. (2022). Pengaruh Pengetahuan Tentang Bank Syariah, Religiusitas, Lingkungan Sosial, Dan Uang Saku Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Bank Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa STIE Bank BPD Jateng). *Jurnal Magisma, Vol. X, 1–12*.

- Istijanto. (2019). *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran: Cara Praktis Meneliti Konsumen dan Pesaing*. Gramedia Pustaka Utama. https://www.google.co.id/books/edition/Aplikasi_Praktis_Riset_Pemasaran/4U8Dus7mnPsC?hl=id&gbpv=1
- Kartika Yusuf; Hidayat, Fauzi; Krinala, Efina; Fauzi, Slamet Nur; Sari, Anggun Puspita; Firmansyah, Eggy; Wahyudi, Wahyudi, C. yusuf. (2020). Pengaruh Religiusitas, Trust, Corporate Image, Dan Sistem Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah Menabung Dan Loyalitas Di Bank Syariah Mandiri Di Surabaya. *Develop*, Vol 4 No 2 (2020), 53–82. <https://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/ep/article/view/2803/1321>
- Khotimah, N. (2018). Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Citra Perusahaan, dan Sistem Bagi Hasil terhadap Minat Nasabah Menabung dan Loyalitas di Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Gresik). *JMM17: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Manajemen*, 5(01).
- Kristanto, R. M. I. R. S. (2022). Pengaruh Pengetahuan Tentang Bank Syariah, Religiusitas, Lingkungan Sosial, Dan Uang Saku Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Bank Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa STIE Bank BPD Jateng). *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, Vol 10 No 2 (2022): *MAGISMA: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 191–202. <http://jurnal.stiebankbpdjateng.ac.id/jurnal/index.php/magisma/article/view/228/217>
- Kurniawan, E. S. M. (2020). Pengaruh Financial Knowledge, Persepsi, Religiusitas Dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Pelaku Umkm Di Kecamatan Terbanggi Besar Lampung Tengah). *Al-Mashrof: Islamic Banking and Finance*, Vol 1, No 2 (2020), 55–67. <http://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/almashrof/article/view/7183/3916>
- Mahesazzumar, R. R., & Rahmi, M. (2022). The Analysis of Factors Influencing Decisions on The Use of Sharia Banking in Generation Z in Jakarta. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 5(2), 84–852. <https://doi.org/10.31538/ijse.v5i2.2124>
- Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>
- Mujaddid, F. N. P. T. A. (2019). Pengaruh Pengetahuan, Reputasi, Lingkungan Dan Religiusitas Terhadap Minat Pelajar Sekolah Menengah Kejuruan Prodi Perbankan Syariah Dalam Menabung Di Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol 10 No 1 (2019): *Jurnal Ekonomi Islam Fakultas Agama Islam UHAMKA*, 14–37. <https://journal.uhamka.ac.id/index.php/jei/article/view/3458>
- Mukti, R., & Octaviani, A. (2019). Pengaruh Pelayanan, Religiusitas, dan Tingkat Pendapatan terhadap Minat Menabung 2019 (Studi Kasus Bank Bri Syariah

- Cabang Palur Karanganyar). *Advance: Jurnal Akuntansi*, 1(Vol 6, No 2 (2019):July), 145–160. <https://e-journal.stie-aub.ac.id/index.php/advance/article/view/549/526>
- Naufal, F. M. (2021). Analisis Pengaruh Jaminan Rasa Aman Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Nasabah Di Bmt Ugt Sidogiri Capem Gadang Kota Malang. *Etheses UIN Malang*.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Badan Pusat statistik: Jumlah Bank Syariah*. <https://www.bps.go.id/indicator/13/937/1/jumlah-bank-dan-kantor-bank.html>
- Padmaninggar, A. (2015). Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan, Dan Jumlah Uang Saku Terhadap Minat Menabung Di Bank Umum Syariah (Studi Pada Mahasiswa S1 Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, Vol 4, No 2 : Semester Genap 2015/2016. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/3124/2801>
- Raihana, R. A. S. (2020). Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Lokasi, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Aceh Syariah Cabang Jeuram (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Seunagan Kabupaten Nagan Raya). *Jihbiz: Global Journal of Islamic Banking and Finance.*, Vol 2, No 2 (2020), 110–1223. <https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/jihbiz/article/view/8643/pdf>
- Romdhoni, Umi Hani, Fitri Ernawati, I. E. P. A. H. (2021). Analisis Pengaruh Pendidikan, Sosial, dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus di Desa Jatikuwung Gondangrejo Karanganyar). *JURNAL ILMIAH EDUNOMIKA*, Vol 5, No 02 (2021): *EDUNOMIKA : Vol. 5, No. 2, 2021*. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie/article/view/3714/pdf>
- Romdhoni, A. H., & Ratnasari, D. (2018). Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 4(02), 136–147.
- Rosita, M. L. D. (2022). Pengaruh persepsi, religiusitas, dan pengetahuan terhadap minat menabung di bank syariah dengan variable lingkungan sosial sebagai mediasi. *Etheses UIN Malang*. <http://etheses.uin-malang.ac.id/39282/>
- Rusdianto Chanafi, H. I. (2016). Pengaruh Produk Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Dengan Persepsi Masyarakat Sebagai Variabel Moderating Di Pati. *EQUILIBRIUM*, Vol 4, No 1 (2016): *EQUILIBRIUM*, 43–61. <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/equilibrium/article/view/1837/pdf>
- Salis, N., & Solekah, N. A. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Bawean Dalam Memilih Bank Syariah. *EL DINAR: Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 7(2), 142–157.

- Sapta Riani, F. (2019). Pengaruh Persepsi Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Kemiling Bandar Lampung). *UIN RADEN INTAN LAMPUNG*.
- Sugiyano. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D. In *Penerbit Alfabeta*. Alfabeta.
- Sukarna, H. H. E. E. S. (2021). Pengaruh Promosi dan Religiuitas terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah: *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam, Vol 2 No 1 (2021): El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 89–109. <https://journal.laaroiba.ac.id/index.php/elmal/article/view/347/284>
- Syahputra, S. A. M. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Dumai Sukajadi. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah), Vol 4 No 2 (2021): Article Research Juni 2021*, 1250–1257. <https://stiealwashliyahsibolga.ac.id/jurnal/index.php/jesya/article/view/451/249>
- Tripuspitorini, F. A. (2019). Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung Untuk Menabung Di Bank Syariah. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah, Vol 4, No 2 (2019)*. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Mas/article/view/2636/2554>
- Wandira, A. (2022). Pengaruh Fasilitas Dan Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung Di Bank Syariah Mandiri Kc Dumai. In *Al-Hisbah Jurnal Ekonomi Syariah (Vol. 3, Issue 1, pp. 53–65)*. UIN Raden Intan Lampung. <https://doi.org/10.57113/his.v3i1.215>
- Wijayani, D. R. (2017). Kepercayaan Masyarakat Menabung pada Bank Umum Syariah. *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(1), 1–12.
- Yahya, M. A. (2020). Pengaruh Pemahaman Bagi Hasil Dan Bunga Terhadap Minat Mejadi Nasabah Bank Syariah Pada Mahasiswa Perbankan Syariah. *Etheses UIN Malang*, 14. <https://all3dp.com/2/fused-deposition-modeling-fdm-3d-printing-simply-explained/>

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

LAMPIRAN KUISIONER

Kepada Yang Terhormat

Para Responden

Pekat, Kabupaten Dompu

Dengan Hormat,

Saya adalah Mahasiswa jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk mengisi angket ini, guna mendapatkan data penelitian untuk menyelesaikan tugaskelahir/skripsi di Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang (S1).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui “PENGARUH PENGETAHUAN, KEPERCAYAAN, PRODUK, PELAYANAN DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT MENABUNG DI BANK NTB SYARIAH KCP PEKAT DOMPU”.

Dalam pengisian kuesioner ini tidak ada jawaban benar atau salah, oleh karenanya saya berharap anda sekalian dapat berpartisipasi dalam mengisi kuesioner ini dengan sebaikbaiknya. Selain itu, saya memastikan data yang anda cantumkan pada kuesioner ini akan terjaga kerahasiaannya. Data pribadi hanya digunakan untuk kepentingan penelitian saja. Partisipasi saudara dan teman-teman sekalian sangat berharga dalam keberhasilan penelitian ini.

Atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih. Semoga kebaikan saudara dan teman-teman sekalian dibalas dengan sebaik-baiknya balasan dari Allah SWT.

Hormat saya,

Junanda Febrian

NIM : 19540016

Cek (√) jawaban yang Anda pilih !

Silahkan mengisi dan TERIMA KASIH atas partisipasi Anda

Keterangan :

SS : Sangat setuju (5)

S : Setuju (4)

N : Netral (3)

TS : Tidak setuju (2)

STS : Sangat tidak setuju (1)

Kuisisioner

NO.	PERNYATAAN	PENILAIAN				
		SS	S	N	TS	STS
PENGETAHUAN X1						
1.	Saya mengetahui tentang karakteristik Bank Syariah					
2.	Saya mengetahui Bank Syariah dalam kegiatannya berdasarkan Prinsip Syariah					
3.	Saya mengetahui tata cara menabung di Bank Syariah					
4.	Saya mengetahui manfaat menggunakan produk dan jasa Bank Syariah					
5.	Saya mengetahui Bank Syariah selalu memberikan kepuasan kepada nasabahnya					
KEPERCAYAAN X2						
1.	Saya merasa senang atas layanan dan kinerja yang diberikan oleh Bank Syariah					
2.	Para pegawai Bank Syariah telah bekerja secara baik, cermat, dan cepat					

	sesuai dengan standar kerja					
3.	Saya percaya Bank Syariah mampu menyelesaikan pekerjaan dengan benar dan tidak menyalahi aturan					
4.	Saya percaya Bank Syariah telah memberikan pelayanan secara konsisten					
5.	Pegawai Bank Syariah melayani nasabah dengan baik dan profesional sejak awal saya menabung					
PRODUK X3						
1.	Produk perbankan syariah sesuai dengan prinsip syariah yang berlandaskan pada Al-Quran dan Hadist					
2.	Produk – produk perbankan syariah yang beragam, menarik dan inovatif					
3.	Produk Bank Syariah Menggunakan Nisbah Bagi Hasil					
4.	Produk bank syariah terhindar unsur riba atau bunga					
5.	Produk Bank Syariah terhindar dari unsur ketidakpastian (gharar) dan judi					
PELAYANAN X4						
1.	Saya puas dengan pelayanan yang diberikan Bank Syariah di tempat saya menabung					
2.	Penampilan petugas dan kebersihan Bank Syariah sesuai dengan standar perbankan					
3.	Petugas Bank Syariah mengetahui dan					

	Menguasai Produk yang ditawarkannya					
4.	Petugas Bank Syariah menggunakan Komunikasi yang jelas dan mudah dipahami oleh nasabanya					
5.	Bank Syariah selalu menerima Keluhan dan permasalahan Nasabahnya					
RELIGIUSITAS X5						
1.	Saya yakin bahwa Bank Syariah dalam praktiknya berlandaskan Al-Qur'an dan Hadist					
2.	Saya merasa tenang dan mendapat berkah saat menggunakan jasa Bank Syariah					
3.	Saya mengetahui bahwa Riba merupakan Suatu yang di haramkan					
4.	Menjadi nasabah bank syariah akan meningkatkan kesadaran saya terhadap nilai – nilai Islam yaitu menjalankan aturan syariah					
5.	Saya selalu menggunakan produk dan jasa Bank Syariah					
MINAT MENABUNG DI BANK SYARIAH Y						
1.	Saya minat menabung di Bank Syariah karena sesuai dengan prinsip syariah					
2.	Saya minat menabung di Bank Syariah Karena saya percaya terhadap Bank Syariah					
3.	Saya berminat menabung di Bank Syariah karena Produknya yang bervariasi dan terhindar dari riba					

4.	Saya berminat menabung di Bank Syariah karena pelayanan yang berkualitas dan memuaskan					
5.	Saya berminat menabung di Bank Syariah karena mendapat rekomendasi dan informasi dari lingkungan sekitar					

Lampiran 2 Data Penelitian

PENGETAHUAN				
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5
3	4	4	3	4
4	4	4	4	4
5	5	5	4	4
4	4	4	4	4
5	5	4	5	4
5	5	5	4	3
3	4	5	4	5
2	4	2	2	3
5	3	5	3	4
4	4	4	3	4
4	4	4	4	4
5	5	4	4	4
3	3	4	4	4
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
4	4	4	4	5
4	5	3	4	5
2	2	4	4	3
4	3	5	3	5
5	5	5	5	5
1	1	1	1	1
4	4	5	5	4
3	4	4	5	5
3	4	4	4	5
3	5	4	3	5
4	4	4	5	4

1	1	1	2	2
3	3	3	4	3
4	4	2	2	3
5	5	5	5	5
3	5	4	4	5
3	3	5	5	5
2	5	5	4	5
3	5	5	5	3
4	5	3	4	1
3	2	2	1	2
2	2	1	1	3
3	2	4	3	3
3	1	2	3	2
3	3	4	3	3
4	5	5	4	4
2	2	2	2	3
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
3	3	3	3	3
3	4	4	3	3
3	3	3	2	3
4	5	5	4	4
4	3	4	3	4
5	4	5	4	4
5	4	4	5	4
4	4	4	4	4
3	4	3	3	4
3	3	2	3	3
4	4	4	3	4
4	5	4	4	4
3	4	3	4	3
4	4	4	4	4
4	3	4	5	5
3	4	4	3	4
3	4	4	4	4
5	5	5	5	5
3	4	3	4	4
4	3	3	3	4
3	3	3	3	3

4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	3	4	3	4
3	3	3	4	4
4	3	3	4	4
4	3	4	4	4
4	3	3	5	3
3	3	4	4	4
4	5	4	5	4
3	4	3	3	2
4	4	2	4	3
2	2	2	3	2
3	4	4	4	3
3	2	3	4	3
2	3	2	2	2
3	3	3	2	2
4	4	4	4	3
4	4	3	3	4
4	3	5	4	3
3	4	3	4	4
3	5	4	3	3
3	3	3	3	3
4	3	3	2	3
4	4	3	4	3
3	3	3	3	3
4	3	3	4	4
3	4	4	3	3
4	3	3	3	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
3	3	3	3	2
3	4	3	4	4
3	4	4	4	4
3	3	3	3	3
KEPERCAYAAN				
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5
4	4	4	4	4
5	4	5	5	5

4	4	4	4	4
1	4	4	4	4
4	5	5	4	4
4	4	4	4	4
4	3	4	3	4
4	3	4	3	3
4	4	4	4	4
4	3	3	3	4
4	4	4	4	4
5	5	3	4	4
4	4	4	4	3
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
5	5	4	4	4
4	5	3	5	5
3	4	5	5	5
4	4	5	4	4
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
3	4	5	4	5
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
5	5	4	4	4
5	4	4	4	4
4	3	4	3	4
3	4	3	4	3
3	3	3	3	3
5	5	5	5	5
5	3	5	5	4
5	5	5	5	5
3	3	3	3	3
3	5	5	5	5
2	1	2	1	3
5	3	2	1	2
1	2	4	4	3
3	3	3	3	4
1	2	2	5	4
3	3	3	3	3
4	4	3	4	4

3	3	3	3	3
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
3	3	3	3	3
4	3	4	3	4
3	4	3	3	3
4	4	5	4	5
3	4	3	4	4
4	4	4	4	4
4	4	3	4	3
4	4	4	4	4
3	4	3	4	4
2	3	3	2	3
3	4	3	4	3
4	4	4	4	4
4	3	4	3	4
3	3	3	3	3
5	5	3	4	4
4	3	4	3	4
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
3	4	4	4	3
3	4	4	4	3
4	4	4	4	4
3	3	3	3	3
3	3	3	3	3
3	3	3	3	3
3	3	4	4	3
4	4	4	4	2
3	4	4	4	3
3	5	4	3	3
4	4	3	2	1
5	4	3	4	3
4	4	4	3	4
4	3	3	4	3
4	3	3	3	2
2	3	3	2	2
4	2	2	1	2
3	3	1	3	1

3	3	3	3	3
4	3	2	3	3
4	3	3	4	3
4	3	4	4	3
3	3	5	3	3
3	4	3	4	3
4	4	3	5	5
5	4	5	2	3
3	2	3	2	3
3	3	3	3	4
4	4	4	4	4
3	4	4	3	4
4	3	4	4	3
4	4	3	3	4
4	4	4	4	4
4	4	4	5	5
3	3	3	2	3
4	4	3	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
PRODUK				
X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5
3	4	5	4	4
4	4	4	4	4
4	5	5	4	4
4	3	4	4	4
4	4	4	1	1
4	4	4	5	5
3	5	4	2	5
5	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	3	4
4	4	4	4	4
4	4	3	3	1
4	4	4	3	4
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
3	4	5	4	4
3	5	4	5	3

3	2	5	4	4
5	4	5	4	4
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
4	4	5	3	5
4	4	4	2	4
5	5	5	5	5
5	4	4	5	5
4	4	4	5	4
5	3	4	4	2
3	3	3	4	4
4	4	4	3	3
5	5	5	5	5
3	3	3	5	4
5	5	5	5	1
5	3	3	3	3
3	3	5	3	5
1	2	3	5	4
2	1	2	5	2
2	3	4	2	1
3	4	3	3	3
1	3	3	1	1
3	4	5	4	2
4	2	4	5	3
3	3	3	3	3
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
3	3	3	4	3
3	4	3	4	3
3	4	4	3	4
4	4	5	5	4
3	4	4	4	3
4	5	5	4	3
3	3	3	3	3
4	4	4	4	4
3	3	4	4	3
3	3	3	3	4
3	4	3	4	3
4	5	5	5	4

4	3	4	3	4
3	3	3	3	3
3	5	4	3	3
3	4	4	4	4
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
3	3	4	5	4
4	3	3	4	4
3	3	3	3	3
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	3
3	4	3	4	4
3	4	4	3	4
4	3	4	4	4
5	5	4	3	4
4	3	3	4	4
4	4	3	5	4
3	5	4	4	4
3	3	3	3	4
3	3	4	4	3
2	3	3	2	2
4	2	1	3	2
1	3	3	3	1
2	3	3	3	4
4	3	2	3	2
4	3	4	3	3
3	3	2	3	4
4	4	4	4	4
3	3	2	4	3
4	4	4	4	4
4	4	1	4	3
2	4	4	4	4
3	3	4	3	2
3	3	3	3	3
3	4	3	3	4
3	4	4	3	3
3	3	4	3	3
4	4	4	4	4

4	4	4	4	4
3	4	3	4	3
4	4	4	4	4
3	4	4	4	3
4	4	4	4	4
PELAYANAN				
X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5
4	4	4	4	4
5	5	4	5	5
5	5	5	5	4
3	4	4	4	3
4	5	4	4	2
4	4	4	4	4
3	4	5	5	4
3	4	3	4	3
4	4	4	4	5
4	4	3	5	4
4	4	4	4	4
4	5	4	5	1
3	4	4	4	3
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
5	5	5	5	4
4	4	5	3	5
3	3	2	3	2
3	3	4	4	4
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
5	5	4	4	5
4	4	4	4	4
5	5	5	5	4
4	4	4	4	4
5	4	4	4	5
4	4	4	4	1
3	4	4	4	4
3	3	3	3	3
5	5	5	5	5
3	5	3	5	4
5	5	5	5	5

3	3	3	3	3
5	5	5	5	5
3	1	2	3	4
2	1	2	1	2
3	4	3	3	2
4	4	3	3	3
1	4	4	3	1
4	3	4	3	3
3	2	4	4	4
3	3	3	3	3
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
3	3	3	3	3
3	4	4	3	4
4	3	4	3	3
4	5	4	4	5
4	3	4	3	5
4	4	4	4	3
4	4	4	4	3
4	4	4	4	4
3	3	3	4	4
3	3	2	3	3
3	4	3	4	4
4	4	4	4	4
3	4	4	3	4
4	4	4	4	4
5	4	4	4	4
3	3	4	4	3
4	4	4	4	3
5	5	5	5	5
3	4	4	3	4
4	3	3	4	3
4	4	4	4	4
3	4	3	4	4
4	4	4	4	4
3	4	4	3	4
3	3	4	4	4
4	3	3	4	3
3	4	4	4	4
3	3	4	4	4
4	3	3	4	3
3	4	4	4	4

5	4	4	3	2
4	3	4	3	3
3	4	3	5	4
4	4	3	5	3
3	4	4	3	4
4	3	3	4	5
2	3	3	2	3
2	1	4	1	2
2	4	2	2	3
4	4	4	4	3
4	4	4	4	3
3	3	4	3	3
3	3	4	1	2
4	4	4	4	4
3	3	4	3	3
3	3	4	4	2
4	3	3	3	2
4	3	4	3	3
3	3	3	4	3
4	4	4	4	4
4	4	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
3	2	2	2	3
4	4	4	3	4
3	3	3	3	3
3	3	3	3	3
RELIGIUSITAS				
X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	X5.5
4	4	5	4	4
4	4	5	5	5
4	4	5	4	4
4	3	5	4	3
5	4	4	4	1
4	5	5	4	5
4	3	5	4	4
4	3	5	4	2

4	4	4	5	5
4	4	5	4	3
4	4	4	4	4
3	4	3	3	4
4	3	4	4	3
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
4	5	5	5	4
5	4	3	5	4
5	4	4	4	3
5	4	5	4	3
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
5	4	3	5	4
4	4	4	4	3
5	4	4	4	4
4	4	5	4	4
4	5	4	5	4
5	4	3	4	5
3	3	4	3	3
3	3	5	4	2
5	5	5	5	5
5	4	5	5	3
5	5	1	5	5
3	3	3	3	3
5	5	5	5	5
2	2	1	3	1
1	4	3	5	1
2	3	2	1	3
3	2	3	3	4
1	1	3	3	1
4	4	4	4	4
5	3	4	4	4
3	3	3	3	3
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
3	3	4	3	4
3	4	4	3	4
4	3	3	2	4

4	4	5	5	4
4	3	4	3	4
3	4	4	5	3
3	3	4	4	3
4	3	4	4	4
3	4	3	4	4
4	4	3	3	4
3	4	4	4	4
5	4	5	4	4
3	4	3	4	3
3	3	3	3	3
3	3	5	3	4
3	4	4	3	4
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
4	4	4	4	4
5	3	3	4	4
3	3	3	3	3
3	4	4	3	3
4	4	4	4	3
2	2	2	3	3
4	3	4	3	4
4	4	3	3	3
3	3	5	5	3
4	4	3	2	4
4	3	3	4	5
3	3	3	5	4
4	4	4	5	5
4	3	4	4	3
4	5	5	3	2
3	2	2	3	3
1	2	1	3	3
3	3	3	3	3
3	2	2	2	2
3	3	2	4	3
4	3	3	1	3
3	3	2	3	2
4	4	4	3	5
3	4	3	4	4

3	3	2	4	4
4	3	4	4	2
3	3	3	3	2
3	4	3	3	3
3	3	3	3	3
3	3	4	4	4
4	4	4	4	4
3	4	3	4	4
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
3	3	2	2	2
4	4	4	4	4
3	3	3	3	3
4	4	4	4	4
MINAT MENABUNG				
Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
4	4	4	4	5
3	4	3	3	3
4	4	1	4	4
5	5	5	5	5
3	5	5	4	5
4	3	3	4	4
4	5	5	5	5
4	4	4	3	2
4	4	4	4	4
5	5	3	5	5
3	3	3	3	3
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
4	4	4	4	4
3	4	2	3	4
2	2	3	3	4
4	4	4	5	4
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
5	4	4	5	4
4	4	4	4	4

5	5	4	4	5
5	5	5	5	5
4	4	5	5	4
4	3	5	5	2
3	3	4	3	3
3	4	4	3	2
5	5	5	5	5
5	5	5	4	5
5	3	5	3	3
3	3	3	3	3
5	5	5	5	5
2	1	4	3	2
1	2	1	2	3
1	2	3	4	4
4	3	3	4	4
2	1	2	4	4
3	2	3	5	4
4	3	3	3	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
3	4	4	3	4
3	4	4	4	3
4	4	4	3	4
4	4	4	3	5
4	4	4	3	5
4	4	4	4	5
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
3	3	4	4	3
3	4	3	4	4
4	3	4	4	3
4	4	4	4	4
3	4	3	4	3
4	4	4	4	4
3	4	3	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5

3	4	4	4	3
3	3	3	3	3
4	4	4	4	4
4	5	4	5	5
4	4	4	4	4
3	3	3	3	5
4	4	4	4	5
5	4	4	3	4
4	3	3	4	3
3	4	3	4	4
4	4	3	4	4
4	3	4	4	3
4	4	4	5	5
3	3	4	3	3
3	4	3	4	4
2	3	2	3	2
2	3	3	3	3
3	4	2	3	1
1	4	1	3	1
3	3	3	3	4
5	5	4	3	3
3	4	3	3	2
4	4	3	4	3
3	3	3	3	3
4	4	3	4	4
3	4	3	2	4
4	2	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	5
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
3	4	4	4	3
5	5	5	4	5
4	4	4	4	4
4	4	4	3	5

Lampiran 3 Hasil Output SPSS 26

Uji Validitas

CORRELATIONS

/VARIABLES=X1.1 X1.2 X1.3 X1.4 X1.5 X1

/PRINT=TWOTAIL NOSIG

/MISSING=PAIRWISE.

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Pengetahuan
X1.1	Pearson Correlation	1	.560**	.594**	.557**	.477**	.776**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.560**	1	.609**	.561**	.520**	.803**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.594**	.609**	1	.661**	.647**	.867**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.557**	.561**	.661**	1	.584**	.828**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.477**	.520**	.647**	.584**	1	.792**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Pengetahuan	Pearson Correlation	.776**	.803**	.867**	.828**	.792**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

```

CORRELATIONS
/VARIABLES=X2.1 X2.2 X2.3 X2.4 X2.5 X2
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.

```

Correlations

		Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Kepercayaan
X2.1	Pearson Correlation	1	.551**	.395**	.314**	.360**	.667**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.551**	1	.550**	.640**	.550**	.831**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.395**	.550**	1	.557**	.628**	.794**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.314**	.640**	.557**	1	.690**	.818**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.360**	.550**	.628**	.690**	1	.822**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Kepercayaan	Pearson Correlation	.667**	.831**	.794**	.818**	.822**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

```

CORRELATIONS
/VARIABLES=X3.1 X3.2 X3.3 X3.4 X3.5 X3
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.

```

Correlations

		Correlations					
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Produk
X3.1	Pearson Correlation	1	.487**	.400**	.374**	.395**	.738**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.487**	1	.562**	.230*	.367**	.719**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.021	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.400**	.562**	1	.301**	.400**	.732**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.002	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.374**	.230*	.301**	1	.443**	.658**
	Sig. (2-tailed)	.000	.021	.002		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.395**	.367**	.400**	.443**	1	.745**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Produk	Pearson Correlation	.738**	.719**	.732**	.658**	.745**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

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

CORRELATIONS
 /VARIABLES=X4.1 X4.2 X4.3 X4.4 X4.5 X4
 /PRINT=TWOTAIL NOSIG
 /MISSING=PAIRWISE.

Correlations

		Correlations					
		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	Pelayanan
X4.1	Pearson Correlation	1	.608**	.577**	.621**	.511**	.827**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X4.2	Pearson Correlation	.608**	1	.595**	.712**	.419**	.833**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X4.3	Pearson Correlation	.577**	.595**	1	.493**	.420**	.755**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X4.4	Pearson Correlation	.621**	.712**	.493**	1	.490**	.837**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X4.5	Pearson Correlation	.511**	.419**	.420**	.490**	1	.731**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Pelayanan	Pearson Correlation	.827**	.833**	.755**	.837**	.731**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

CORRELATIONS
 /VARIABLES=X5.1 X5.2 X5.3 X5.4 X5.5 X5
 /PRINT=TWOTAIL NOSIG
 /MISSING=PAIRWISE.

Correlations

Correlations

		X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	X5.5	Religiusitas
X5.1	Pearson Correlation	1	.626**	.531**	.471**	.541**	.815**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X5.2	Pearson Correlation	.626**	1	.522**	.560**	.552**	.828**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X5.3	Pearson Correlation	.531**	.522**	1	.491**	.334**	.754**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X5.4	Pearson Correlation	.471**	.560**	.491**	1	.411**	.750**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X5.5	Pearson Correlation	.541**	.552**	.334**	.411**	1	.735**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Religiusitas	Pearson Correlation	.815**	.828**	.754**	.750**	.735**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

CORRELATIONS
 /VARIABLES=Y.1 Y.2 Y.3 Y.4 Y.5 Y
 /PRINT=TWOTAIL NOSIG
 /MISSING=PAIRWISE.

Correlations

		Correlations					
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Minat Menabung
Y.1	Pearson Correlation	1	.668**	.688**	.562**	.563**	.873**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	.668**	1	.529**	.485**	.497**	.792**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	.688**	.529**	1	.546**	.482**	.812**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.4	Pearson Correlation	.562**	.485**	.546**	1	.521**	.759**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.5	Pearson Correlation	.563**	.497**	.482**	.521**	1	.772**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Minat Menabung	Pearson Correlation	.873**	.792**	.812**	.759**	.772**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

Uji Reabilitas

```
RELIABILITY  
  /VARIABLES=X1.1 X1.2 X1.3 X1.4 X1.5  
  /SCALE('ALL VARIABLES') ALL  
  /MODEL=ALPHA.
```

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.872	5

```
RELIABILITY  
  /VARIABLES=X2.1 X2.2 X2.3 X2.4 X2.5  
  /SCALE('ALL VARIABLES') ALL  
  /MODEL=ALPHA.
```

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.844	5

```
RELIABILITY
/VARIABLES=X3.1 X3.2 X3.3 X3.4 X3.5
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.
```

Reliability
Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.764	5

```
RELIABILITY
/VARIABLES=X4.1 X4.2 X4.3 X4.4 X4.5
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.
```

Reliability
Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.853	5

```
RELIABILITY
/VARIABLES=X5.1 X5.2 X5.3 X5.4 X5.5
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.
```

Reliability
Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.830	5

```
RELIABILITY
/VARIABLES=Y.1 Y.2 Y.3 Y.4 Y.5
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.
```

Reliability
Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.860	5

Uji Statistic Deskriptif

```
FREQUENCIES VARIABLES=X1 X2 X3 X4 X5 Y
  /STATISTICS=STDDEV VARIANCE RANGE MINIMUM MAXIMUM MEAN
  /HISTOGRAM NORMAL
  /ORDER=ANALYSIS.
```

Frequencies

		Statistics					
		Pengetahuan	Kepercayaan	Produk	Pelayanan	Religiusitas	Minat Menabung
N	Valid	100	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0	0
Mean		18.12	18.45	18.39	18.58	18.44	19.07
Std. Deviation		3.809	3.442	3.216	3.418	3.616	3.526
Variance		14.511	11.846	10.341	11.680	13.077	12.429
Range		20	16	16	17	16	16
Minimum		5	9	9	8	9	9
Maximum		25	25	25	25	25	25

Frequency Table

		Pengetahuan			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	5	1	1.0	1.0	1.0
	7	1	1.0	1.0	2.0
	9	1	1.0	1.0	3.0
	10	1	1.0	1.0	4.0
	11	4	4.0	4.0	8.0
	13	2	2.0	2.0	10.0
	14	3	3.0	3.0	13.0
	15	11	11.0	11.0	24.0
	16	2	2.0	2.0	26.0
	17	9	9.0	9.0	35.0
	18	16	16.0	16.0	51.0
	19	7	7.0	7.0	58.0
	20	16	16.0	16.0	74.0
	21	11	11.0	11.0	85.0
	22	8	8.0	8.0	93.0
	23	2	2.0	2.0	95.0
	25	5	5.0	5.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Kepercayaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	9	1	1.0	1.0	1.0
	11	2	2.0	2.0	3.0
	12	1	1.0	1.0	4.0
	13	3	3.0	3.0	7.0
	14	4	4.0	4.0	11.0
	15	12	12.0	12.0	23.0
	16	3	3.0	3.0	26.0
	17	10	10.0	10.0	36.0
	18	17	17.0	17.0	53.0
	19	6	6.0	6.0	59.0
	20	17	17.0	17.0	76.0
	21	6	6.0	6.0	82.0
	22	8	8.0	8.0	90.0
	23	1	1.0	1.0	91.0
	24	1	1.0	1.0	92.0
	25	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Produk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	9	1	1.0	1.0	1.0	
	11	1	1.0	1.0	2.0	
	12	4	4.0	4.0	6.0	
	14	2	2.0	2.0	8.0	
	15	11	11.0	11.0	19.0	
	16	6	6.0	6.0	25.0	
	17	10	10.0	10.0	35.0	
	18	17	17.0	17.0	52.0	
	19	9	9.0	9.0	61.0	
	20	20	20.0	20.0	81.0	
	21	6	6.0	6.0	87.0	
	22	4	4.0	4.0	91.0	
	23	2	2.0	2.0	93.0	
	25	7	7.0	7.0	100.0	
		Total	100	100.0	100.0	

Pelayanan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	8	1	1.0	1.0	1.0
	10	1	1.0	1.0	2.0
	12	1	1.0	1.0	3.0
	13	6	6.0	6.0	9.0
	14	1	1.0	1.0	10.0
	15	8	8.0	8.0	18.0
	16	4	4.0	4.0	22.0
	17	12	12.0	12.0	34.0
	18	12	12.0	12.0	46.0
	19	15	15.0	15.0	61.0
	20	20	20.0	20.0	81.0
	21	4	4.0	4.0	85.0
	22	2	2.0	2.0	87.0
	23	1	1.0	1.0	88.0
	24	4	4.0	4.0	92.0
	25	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Religiusitas

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	9	2	2.0	2.0	2.0
	10	1	1.0	1.0	3.0
	11	2	2.0	2.0	5.0
	12	2	2.0	2.0	7.0
	13	2	2.0	2.0	9.0
	14	3	3.0	3.0	12.0
	15	9	9.0	9.0	21.0
	16	4	4.0	4.0	25.0
	17	9	9.0	9.0	34.0
	18	15	15.0	15.0	49.0
	19	10	10.0	10.0	59.0
	20	15	15.0	15.0	74.0
	21	9	9.0	9.0	83.0
	22	6	6.0	6.0	89.0
	23	3	3.0	3.0	92.0
	25	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Minat Menabung

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	9	1	1.0	1.0	1.0
	10	1	1.0	1.0	2.0
	12	2	2.0	2.0	4.0
	13	2	2.0	2.0	6.0
	14	3	3.0	3.0	9.0
	15	6	6.0	6.0	15.0
	16	7	7.0	7.0	22.0
	17	8	8.0	8.0	30.0
	18	13	13.0	13.0	43.0
	19	5	5.0	5.0	48.0
	20	26	26.0	26.0	74.0
	21	5	5.0	5.0	79.0
	22	4	4.0	4.0	83.0
	23	3	3.0	3.0	86.0
	24	3	3.0	3.0	89.0
	25	11	11.0	11.0	100.0
	Total		100	100.0	100.0

Descriptive Statistics

	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
Pengetahuan	100	20	5	25	18.12	3.809	14.511
Kepercayaan	100	16	9	25	18.45	3.442	11.846
Produk	100	16	9	25	18.39	3.216	10.341
Pelayanan	100	17	8	25	18.58	3.418	11.680
Religiusitas	100	16	9	25	18.44	3.616	13.077
Minat Menabung	100	16	9	25	19.07	3.526	12.429
Valid N (listwise)	100						

Uji Regresi Linier Berganda dan Uji Asumsi Klasik

```

REGRESSION
  /DESCRIPTIVES MEAN STDDEV CORR SIG N
  /MISSING LISTWISE
  /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA COLLIN TOL
  /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
  /NOORIGIN
  /DEPENDENT Y
  /METHOD=ENTER X1 X2 X3 X4 X5
  /SCATTERPLOT=(*SRESID ,*ZPRED)
  /RESIDUALS DURBIN HISTOGRAM(ZRESID) NORMPROB(ZRESID) .
  
```

Regression

Correlations

		Minat Menabung	Pengetahuan	Kepercayaan	Produk	Pelayanan	Religiusitas
Pearson Correlation	Minat Menabung	1.000	.526	.699	.697	.721	.732
	Pengetahuan	.526	1.000	.527	.534	.559	.515
	Kepercayaan	.699	.527	1.000	.731	.775	.787
	Produk	.697	.534	.731	1.000	.725	.794
	Pelayanan	.721	.559	.775	.725	1.000	.757
	Religiusitas	.732	.515	.787	.794	.757	1.000
Sig. (1-tailed)	Minat Menabung	.	.000	.000	.000	.000	.000
	Pengetahuan	.000	.	.000	.000	.000	.000
	Kepercayaan	.000	.000	.	.000	.000	.000
	Produk	.000	.000	.000	.	.000	.000
	Pelayanan	.000	.000	.000	.000	.	.000
	Religiusitas	.000	.000	.000	.000	.000	.
N	Minat Menabung	100	100	100	100	100	100
	Pengetahuan	100	100	100	100	100	100
	Kepercayaan	100	100	100	100	100	100
	Produk	100	100	100	100	100	100
	Pelayanan	100	100	100	100	100	100
	Religiusitas	100	100	100	100	100	100

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Minat Menabung	19.07	3.526	100
Pengetahuan	18.1200	3.80929	100
Kepercayaan	18.4500	3.44180	100
Produk	18.3900	3.21579	100
Pelayanan	18.5800	3.41766	100
Religiusitas	18.4400	3.61624	100

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Religiusitas, Pengetahuan, Pelayanan, Produk, Kepercayaan ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Minat Menabung

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.792 ^a	.627	.607	2.211	1.823

a. Predictors: (Constant), Religiusitas, Pengetahuan, Pelayanan, Produk, Kepercayaan

b. Dependent Variable: Minat Menabung

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	771.015	5	154.203	31.546	.000 ^b
	Residual	459.495	94	4.888		
	Total	1230.510	99			

a. Dependent Variable: Minat Menabung

b. Predictors: (Constant), Religiusitas, Pengetahuan, Pelayanan, Produk, Kepercayaan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Coefficients Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.233	1.408		1.586	.116		
	Pengetahuan	.089	.073	.096	1.225	.223	.645	1.549
	Kepercayaan	.133	.119	.130	1.118	.266	.295	3.395
	Produk	.175	.123	.160	1.427	.157	.318	3.147
	Pelayanan	.259	.116	.251	2.232	.028	.313	3.192
	Religiusitas	.257	.120	.263	2.142	.035	.263	3.806

a. Dependent Variable: Minat Menabung

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions					
				(Constant)	Pengetahuan	Kepercayaan	Produk	Pelayanan	Religiusitas
1	1	5.932	1.000	.00	.00	.00	.00	.00	.00
	2	.024	15.624	.15	.58	.04	.02	.02	.06
	3	.021	16.774	.78	.39	.00	.00	.00	.01
	4	.009	25.170	.00	.01	.18	.34	.36	.15
	5	.007	28.280	.01	.02	.57	.12	.59	.04
	6	.006	30.652	.05	.00	.21	.52	.02	.74

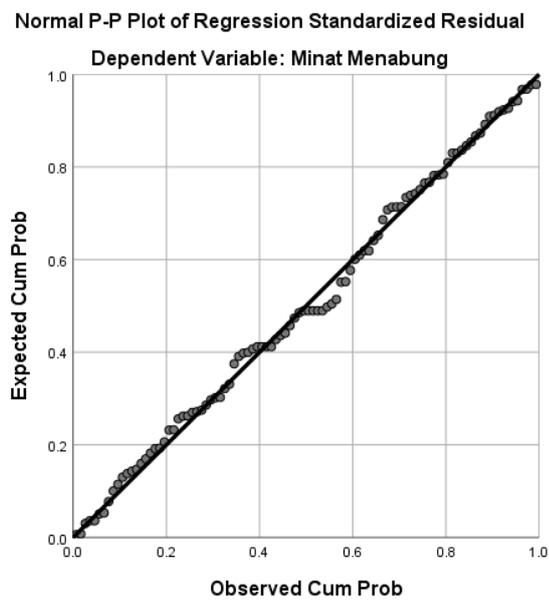
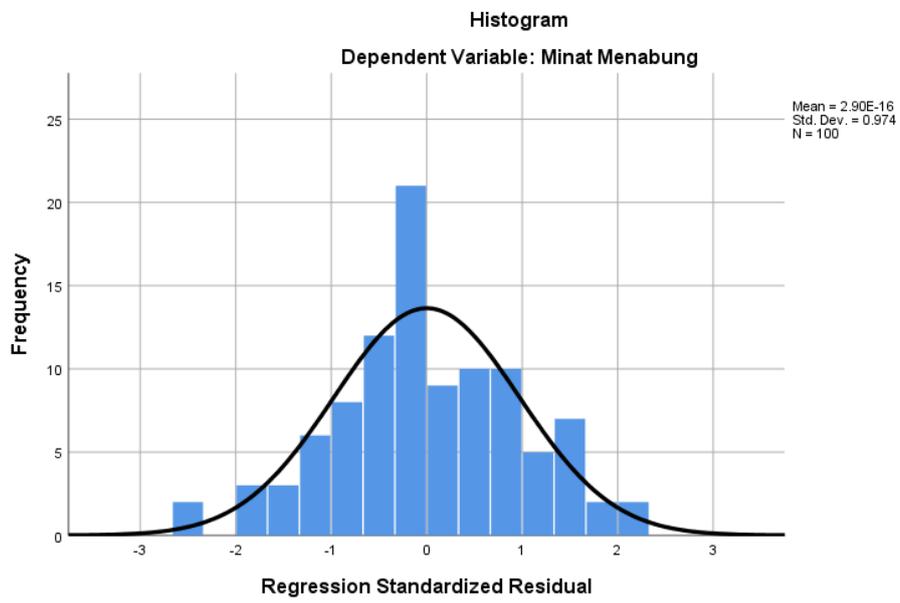
a. Dependent Variable: Minat Menabung

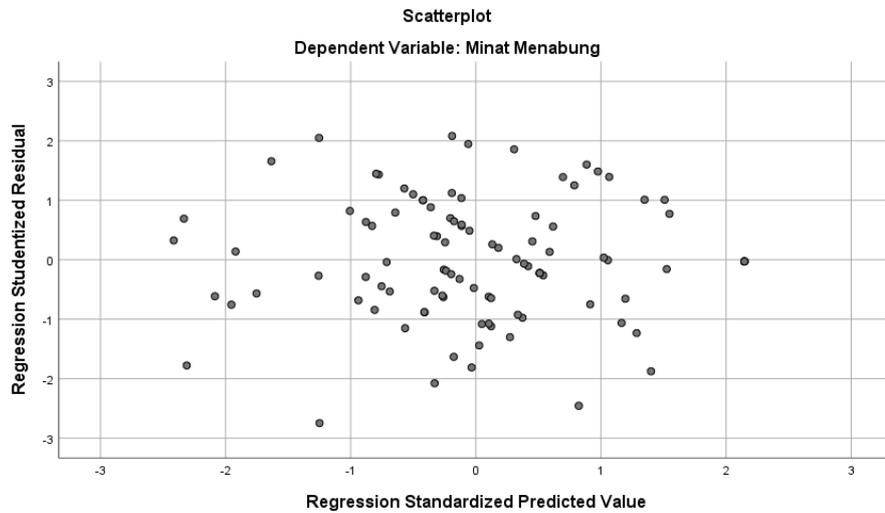
Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	12.33	25.06	19.07	2.791	100
Std. Predicted Value	-2.415	2.146	.000	1.000	100
Standard Error of Predicted Value	.241	1.406	.503	.200	100
Adjusted Predicted Value	12.23	25.06	19.07	2.762	100
Residual	-5.583	4.460	.000	2.154	100
Std. Residual	-2.525	2.017	.000	.974	100
Stud. Residual	-2.747	2.082	.000	1.010	100
Deleted Residual	-6.606	4.752	.003	2.323	100
Stud. Deleted Residual	-2.849	2.121	-.001	1.021	100
Mahal. Distance	.188	39.033	4.950	5.244	100
Cook's Distance	.000	.230	.014	.032	100
Centered Leverage Value	.002	.394	.050	.053	100

a. Dependent Variable: Minat Menabung

Charts





```

REGRESSION
  /DESCRIPTIVES MEAN STDDEV CORR SIG N
  /MISSING LISTWISE
  /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA COLLIN TOL
  /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
  /NOORIGIN
  /DEPENDENT Y
  /METHOD=ENTER X1 X2 X3 X4 X5
  /SCATTERPLOT=(*SRESID ,*ZPRED)
  /RESIDUALS DURBIN HISTOGRAM(ZRESID) NORMPROB(ZRESID)
  /SAVE RESID.
NPAR TESTS
  /K-S(NORMAL)=RES_1
  /MISSING ANALYSIS.

```

NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.15438156
Most Extreme Differences	Absolute	.056
	Positive	.056
	Negative	-.042
Test Statistic		.056
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Lampiran 4 Surat Keterangan Bebas Plagiarisme



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI

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

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : EKA WAHYU HESTYA BUDIANTO, Lc., M.Si
NIP : 198908082020121002
Jabatan : UP2M

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Junanda Febrian
NIM : 19540016
Konsentrasi : Entrepreneur
Judul Skripsi : **PENGARUH PENGETAHUAN, KEPERCAYAAN, PRODUK, PELAYANAN
DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT MENABUNG DI BANK NTB
SYARIAH KCP PEKAT DOMPU**

Menerangkan bahwa penulis skripsi mahasiswa tersebut dinyatakan **LOLOS PLAGIARISM** dari **TURNITIN** dengan nilai *Originaly report*:

SIMILARTY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATION	STUDENT PAPER
19%	27%	14%	17%

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

Malang, 19 Juni 2023

UP2M



EKA WAHYU HESTYA BUDIANTO,
Lc., M.Si

Lampiran 5 Hasil Cek Plagiarisme

Junanda_Skripsi			
ORIGINALITY REPORT			
19%	27%	14%	17%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	repository.radenintan.ac.id Internet Source	3%	
2	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	3%	
3	jurnal.stiebankbpdjateng.ac.id Internet Source	2%	
4	Submitted to State Islamic University of Alauddin Makassar Student Paper	2%	
5	Submitted to Universitas Muhammadiyah Surakarta Student Paper	1%	
6	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	1%	
7	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	1%	
8	eprint.stieww.ac.id Internet Source	1%	
9	repository.ub.ac.id Internet Source	1%	
10	lib.unnes.ac.id Internet Source	1%	
11	repository.uinsaizu.ac.id Internet Source	1%	
12	etheses.uinmataram.ac.id Internet Source	1%	
13	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	1%	
14	jimfeb.ub.ac.id Internet Source	1%	
15	e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id Internet Source	1%	
16	core.ac.uk Internet Source	1%	

Lampiran 6 Jurnal Bimbingan Tugas Akhir

6/19/23, 8:32 PM

Print Jurnal Bimbingan Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI
Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

JURNAL BIMBINGAN SKRIPSI

IDENTITAS MAHASISWA:

NIM : 19540016
Nama : Junanda Febrian
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Perbankan Syariah
Dosen Pembimbing : EKA WAHYU HESTYA BUDIANTO, Lc., M.Si
Judul Skripsi : **PENGARUH PENGETAHUAN, KEPERCAYAAN, PRODUK, PELAYANAN DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT MENABUNG DI BANK NTB SYARIAH KCP PEKAT DOMPU**

JURNAL BIMBINGAN :

No	Tanggal	Deskripsi	Tahun Akademik	Status
1	12 Maret 2023	Menganti judul dan menambahkan variabel	Genap 2022/2023	Sudah Dikoreksi
2	13 Maret 2023	Menyusun proposal skripsi	Genap 2022/2023	Sudah Dikoreksi
3	14 Maret 2023	<ol style="list-style-type: none">1. Latar belakang kurang menerangkan kaitan antara 5 Variabel, Perbankan Syariah, Minat Menabung, Bank NTB Cabang Syariah, sebagaimana judul dan topik utama penelitian.2. Kurangnya referensi di setiap paragraf.3. Penelitian terdahulu belum diurutkan sesuai tahun penerbitan.4. Terdapat penelitian terdahulu yang lebih dari 10 tahun ke belakang.5. Belum mencantumkan teori tentang Bank NTB Cabang Syariah.6. Belum mencantumkan hipotesis penelitian.7. Belum mencantumkan cara mendapatkan data penelitian.8. Metode penelitian kurang detail, serta analisis statistik kurang lengkap	Genap 2022/2023	Sudah Dikoreksi
4	15 Maret 2023	Revisi keseluruhan proposal skripsi mulai bab 1-3	Genap 2022/2023	Sudah Dikoreksi
5	3 April 2023	ACC Proposal	Genap 2022/2023	Sudah Dikoreksi
6	10 Mei 2023	<ul style="list-style-type: none">• Bimbingan terkait dengan kuesioner penelitian• Proses penelitian di lapangan	Genap 2022/2023	Sudah Dikoreksi

7	20 Mei 2023	Penyusunan bab 4 dan 5	Genap 2022/2023	Sudah Dikoreksi
8	7 Juni 2023	Revisi Bab 4 dan 5	Genap 2022/2023	Sudah Dikoreksi

Malang, 7 Juni 2023

Dosen Pembimbing



**EKA WAHYU HESTYA BUDIANTO, Lc.,
M.Si**

Lampiran 7 Biodata Peneliti

BIODATA PENELITIAN

Nama : Junanda Febrian
Tempat, Tanggal Lahir : Dompu, 30 Januari 2002
Jenis Kelamin : Laki-laki
Alamat Asal : Jl. Datuk Anggrat, Dusun Pusaka, Desa Kadindi, Kec. Pekat, Kab. Dompu, Nusa Tenggara Barat.
No. Telepon : +62853-3703-4886
Email : junandafebrian232@gmail.com
Instagram : junandafebrian_

Pendidikan Formal

2007-2013 : MI NW Kadindi
2013-2016 : MTs NW Karang Juli
2016-2019 : MA Muallimin NW Pancor
2019-2023 :Jurusan S1 Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang

Pendidikan NonFormal

2018-2019 : Ma'had Sunan Ampel Al-Aly Malang
2019-2020 : Program Khusus Perkuliahan Bahasa Arab (PKPBA), UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
2019-2020 : English Language Center (ELC), UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Pengalaman Organisasi

- Anggota Forum Studi dan Komunikasi Mahasiswa Lombok UIN Malang (FORSKIMAL) tahun 2019-2020
- CO Devisi Lembaga Semi Otonom (LSO) FORSKIMAL tahun 2021.
- Anggota Divisi Networking Komunitas Sahabat Pendamping (SAPEN) tahun 2020