

**PENGARUH RELIGIUSITAS DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG ANGGOTA SIMPANAN
TABARU' PADA KSPPS BMT PETA CABANG MALANG
DENGAN MINAT SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

TESIS

**Oleh:
SITI MASRIYAH
NIM. 220504210009**



**PROGRAM MAGISTER EKONOMI SYARIAH
PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
2024**

**PENGARUH RELIGIUSITAS DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG ANGGOTA SIMPANAN
TABARU' PADA KSPPS BMT PETA CABANG MALANG
DENGAN MINAT SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

TESIS

Oleh:

Siti Masriyah

NIM: 220504210009

Pembimbing I:

Prof. Dr. H. Achmad Sani Supriyanto, SE, M.Si

NIP. 197202122003121003

Pembimbing II:

Dr. Vivin Maharani Ekowati, SE., M.Si

NIP. 19750426201608012042



**MAGISTER EKONOMI SYARIAH
PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN TESIS

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN TESIS

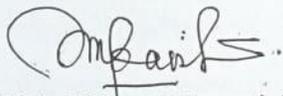
Naskah Tesis dengan judul “Pengaruh Religiusitas Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Menabung Anggota Simpanan Tabaru’ Pada KSPPS BMT PETA Cabang Malang Dengan Minat Sebagai Variabel Mediasi” yang disusun oleh Siti Masriyah (220504210009) ini telah diperiksa secara keseluruhan dan disetujui oleh tim pembimbing untuk diajukan kepada Pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang untuk diuji dalam Sidang Ujian Tesis:

Setelah diperiksa dan disetujui untuk diuji
Pembimbing I



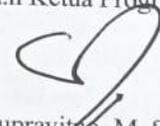
Prof. Dr. H. Achmad Sani Supriyanto, SE, M.Si
NIP. 197202122003121003

Pembimbing II



Dr. Vivin Maharani Ekowati, SE., MM
NIP. 19750426201608012042

Malang, 01 Agustus 2024
Mengetahui,
a.n Ketua Program Studi



Eko Supravito, M. Si., Ph. D
NIP. 197511091999031003

LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN TESIS

LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN TESIS

Tesis dengan judul “Pengaruh Religiusitas Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Menabung Anggota Simpanan Tabaru’ Pada KSPPS BMT PETA Cabang Malang Dengan Minat Sebagai Variabel Mediasi” ini telah diuji dan dipertahankan di depan sidang dewan penguji pada tanggal 30 Agustus 2024, dan telah diperbaiki sebagaimana saran-saran Dewan Penguji. Dewan Penguji ini telah memeriksa perbaikan-perbaikan yang telah disarankannya.

Dewan Penguji,

1. Penguji Utama
Dr. Hj. Umrotul Khasanah, M.Si
NIP. 196702271998032001



(.....)

2. Ketua Penguji
Dr. Ir. H. Masyhuri, M.P
NIP. 0725066501



(.....)

3. Penguji/Pembimbing I
Prof. Dr. H. Achmad Sani Supriyanto, SE., M.Si
NIP. 197202122003121003



(.....)

4. Penguji/Pembimbing II
Dr. Vivin Maharani Ekowati, M.Si
NIP. 19750426201608012042



(.....)

Mengetahui,
Direktur Pascasarjana



Prof. Dr. H. Wahidmurni, M.Pd.
NIP. 196903032000031002

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS PENELITIAN

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS PENELITIAN

Surat yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Siti Masriyah

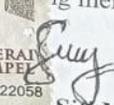
NIM : 220504210009

Program Studi : Magister Ekonomi Syariah

Judul : **“Pengaruh Religiusitas Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Menabung Anggota Simpanan Tabaru’ Pada KSPPS BMT PETA Cabang Malang Dengan Minat Sebagai Variabel Mediasi”**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa “TESIS” yang saya buat merupakan hasil karya penelitian saya sendiri, bukan “duplikasi” dari karya orang lain kecuali yang tertulis atau dikutip dalam naskah ini dan disebutkan sebagai sumber rujukan dan daftar rujukan. Selanjutnya apabila di kemudian hari ada “klaim” dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Kampus, akan tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri

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

Malang, 01 Agustus 2024
Saya menyatakan,

Siti Masriyah
NIM. 220504210009



HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan penuh kerendahan hati dan kesabaran yang luar biasa. Keberhasilan dalam penulisan tesis ini tentunya tidak terlepas dari berbagai bantuan pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan terimakasih kepada: Teristimewa kedua orang tua saya Bapak Ahmad Sukram dan Ibu Suhairiyah dan gelar magister ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya tercinta, yang selalu memberikan dukungan penulis berupa moril maupun materil yang tak terhingga serta doa yang tidak ada putusnya yang diberikan kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan studi magister hingga selesai, semoga rahmat Allah SWT selalu mengiringi kehidupanmu yang barokah, senantiasa diberi kesehatan dan panjang umur. Kakek saya Marsam, Nenek saya Arwawi, Adek perempuan saya Nur Humairoh, Paman saya Mohammad Jamali, Tante saya Antika Juni, Sepupu perempuan saya yang biasa dipanggil Selvy yang telah memberikan penulis dukungan dan pengingat bagi penulis supaya menyelesaikan studi tepat waktu. Bapak Prof. Dr. H. Achmad Sani Supriyanto, SE, M.Si selaku dosen pembimbing I serta ibu Dr. Vivin Maharani Ekowati, SE., MM selaku dosen pembimbing II, terimakasih atas bimbingan, kritik dan saran, dan selalu meluangkan waktunya disela kesibukan. Menjadi salah satu dari anak bimbingan panjenengan merupakan nikmat yang sampai saat ini selalu saya syukurkan. Terimakasih bapak, ibu, semoga jerih payah panjenengan terbayarkan dan selalu dilimpahkan kesehatan. Teruntuk teman-teman MESy'22 terimakasih selalu memberikan motivasi, semangat, dukungan tanpa henti sehingga secara tidak langsung membantu saya dalam menyelesaikan tesis ini. *Last but not least* diri saya sendiri yang mampu dan sudah berjuang serta bertahan hingga saat ini. Terimakasih telah kuat sampai detik ini, yang mampu mengendalikan diri dari tekanan luar. Yang tidak menyerah sesulit apapun rintangan kuliah ataupun proses penyusunan tesis, yang mampu berdiri tegak ketika dihantam permasalahan yang ada. Terimakasih diriku semoga tetap rendah hati, ini baru awal dari permulaan hidup, tetap semangat..!

MOTTO

Ridho Allah, Ridho Orang Tua_
“Setetes keringat orangtuaku, seribu langkahku untuk maju”

“Tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras. Tidak ada keberhasilan tanpa kebersamaan.
Dan tidak ada kemudahan tanpa doa”
Ridwan Kamil-

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarkatuh

Puji syukur Alhamdulillah penulis haturkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan naskah proposal tesis yang berjudul **“Pengaruh Religiusitas Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Menabung Anggota Simpanan Tabaru’ Pada KSPPS BMT PETA Cabang Malang Dengan Minat Sebagai Variabel Mediasi”**, sebagai salah satu syarat menyelesaikan studi Pascasarjana Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Selanjutnya, penulis ucapkan terima kasih dengan beriring do’a dan harapan *jazakumullah ahsanal jaza’* kepada semua pihak yang telah membantu terselesaikannya naskah proposal ini. Ucapan terima kasih ini, penulis ucapkan kepada:

1. Prof. Dr. Zainuddin, MA., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Prof. Dr. H. Wahidmurni, M.Pd. Ak., selaku Direktur Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Eko Suprayitno, SE., M. Si., Ph.D selaku ketua Program Studi Magister Ekonomi Syari’ah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
4. Prof. Dr. Achmad Sani Supriyanto, SE, M.Si., selaku dosen pembimbing I terimakasih atas pemberian motivasi, kemudahan pelayanan, kontribusi pemikiran serta saran kepada penulis dalam penyusunan tesis.
5. Dr. Vivin Maharani Ekowati, SE., MM selaku dosen pembimbing II, yang telah meluangkan waktu dalam membimbing dan berdiskusi, memberikan kontribusi pemikiran, dan memberikan motivasi serta saran yang membangun kepada penulis selama menyelesaikan tesis.
6. Segenap dosen Program Studi Magister Ekonomi Syariah Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, terimakasih atas ilmu, motivasi dan pengalaman yang diberikan kepada penulis. Terimakasih atas ilmu dan bimbingan yang

telah diberikan selama masa perkuliahan.

7. Seluruh Staff Administrasi Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, terimakasih atas segala informasi dan kemudahan pelayanan yang diberikan.
8. Seluruh responden yang telah berkenan meluangkan waktunya untuk membantu peneliti dalam proses penyusunan tesis.
9. Serta seluruh pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan tesis ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tesis ini masih terdapat kekurangan dan penulis berharap semoga tesis ini bisa memberikan manfaat kepada para pembaca, khususnya bagi penulis secara pribadi. Aamiin Yaa Rabbal ‘Alamiin.

Wassalamu’alaikum Warahmatullahi Wabarkatuh

Malang, 11 Januari 2024

Penulis

Siti Masriyah

NIM. 220504210009

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN TESIS.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN TESIS	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS PENELITIAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
الاستخلاص.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN TEORI	12
A. Penelitian Terdahulu dan Originalitas Penelitian	12
B. Landasan Teori	19
1. Keputusan Menabung	19
2. Religiusitas.....	26
3. Kualitas Layanan	31
4. Minat	35
C. Hipotesis Penelitian.....	38
D. Model Hipotesis	43
BAB III METODE PENELITIAN	45
A. Waktu dan Tempat Penelitian	45
B. Jenis dan Pendekatan Penelitian	45

C. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	45
D. Populasi dan Sampel.....	48
E. Sumber data dan Skala Pengukuran	49
F. Teknik Pengumpulan Data	51
G. Teknik Analisis Data.....	54
H. Uji Hipotesis.....	57
BAB IV HASIL PENELITIAN	59
A. Gambaran Obyek Penelitian.....	59
B. Deskripsi Karakteristik Responden	67
C. Analisis Statistik Deskriptif.....	69
D. Hasil Analisis Data	75
BAB V PEMBAHASAN	85
1. Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Menabung	85
2. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Menabung	87
3. Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat	89
4. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat	90
5. Pengaruh Minat Terhadap Keputusan Menabung.....	92
6. Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Menabung di Mediasi Oleh Minat.....	93
7. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Menabung di Mediasi Oleh Minat	95
BAB VI PENUTUP	97
A. Kesimpulan	97
B. Saran	99
DAFTAR PUSTAKA.....	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Hipotesis	44
Gambar 4.1 Struktural Organisasi KSPPS BMT PETA	62
Gambar 4.2 Outer Loading	76
Gambar 4.3 Uji Perbandingan X1 Dengan Melibatkan Variabel Mediasi.....	80
Gambar 4.4 Uji Perbandingan X1 Tanpa Melibatkan Variabel Mediasi.....	81
Gambar 4.5 Uji Perbandingan X2 Dengan Melibatkan Variabel Mediasi.....	81
Gambar 4.6 Uji Perbandingan X2 Tanpa Melibatkan Variabel Mediasi.....	81

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu & Originalitas Penelitian	17
Tabel 3.1 Variabel & Indikator Penelitian	47
Tabel 3.2 Skala Pengukuran Kuesioner	51
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia	68
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pendidikan	68
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan	69
Tabel 4.5 Jawaban Responden Mengenai Variabel Religiusitas	70
Tabel 4.6 Jawaban Responden Mengenai Variabel Kualitas Layanan	71
Tabel 4.7 Jawaban Responden Mengenai Variabel Keputusan Menabung	73
Tabel 4.8 Jawaban Responden Mengenai Variabel Minat	74
Tabel 4.9 Loading Factor	77
Tabel 4.10 Nilai Average Variance Extracted	78
Tabel 4.11 Nilai Cronbach Alpha & Composite Reliability	78
Tabel 4.12 Hasil Pengujian R-Square	79
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Hipotesis	80

ABSTRAK

Masriyah, Siti. 2024. Pengaruh Religiusitas Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Menabung Anggota Simpanan Tabaru' Pada KSPPS BMT PETA Cabang Malang Dengan Minat Sebagai Variabel Mediasi. Tesis, Program Studi Ekonomi Syariah Pascasarjana Universitas Islam Maulana Malik Ibrahim Malang.

Pembimbing: (1) Prof. Dr. H. Achmad Sani Supriyanto, SE, M.Si.

(2) Dr. Vivin Maharani Ekowati, SE., MM.

Kata Kunci: *Keputusan menabung, religiusitas, kualitas layanan, minat*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh religiusitas dan kualitas layanan terhadap keputusan menabung anggota simpanan tabaru' pada KSPPS BMT PETA Cabang Malang dengan minat sebagai variabel mediasi.

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah anggota simpanan tabaru'. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling. Data penelitian ini menggunakan data primer dari kuesioner. Adapun metode analisis yang digunakan adalah path analysis dengan menggunakan alat SmartPLS 4.

Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa variabel religiusitas dan kualitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung. Kemudian variabel religiusitas dan kualitas berpengaruh signifikan terhadap minat. Dan minat berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung. Adapun variabel minat dapat memediasi variabel religiusitas dan kualitas layanan terhadap keputusan menabung. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel religiusitas dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung melalui minat sebagai variabel mediasi.

ABSTRACT

Masriyah, Siti. 2024. The Influence of Religiosity and Service Quality on the Saving Decision of Tabaru' Members at KSPPS BMT PETA Malang Branch with Interest as a Mediating Variabel. Thesis, Postgraduate Sharia Economics Study Program, Maulana Malik Ibrahim Islamic University Malang.

Supervisor: (1) Prof. Dr. H. Achmad Sani Supriyanto, SE, M.Si.

(2) Dr. Vivin Maharani Ekowati, SE., MM.

Keywords: Saving Decision, Religiosity, Service Quality, Interest

This study aims to determine the effect of religiosity and service quality on the saving decisions of Tabaru' members at KSPPS BMT PETA Malang Branch, with interest as a mediating variable.

This research employs a quantitative approach. The population for this study consists of Tabaru' members. The Sampling technique used is purposive sampling. The data for this research is primary data obtained through questionnaires. The analysis method employed is path analysis using SmartPLS 4.

The findings indicate that the religiosity and service quality variabel have a significant effect on the saving decisions. Additionally, both religiosity and service quality significantly influence interest. And interest significantly effect the saving decisions. Furthermore, the interest variabel can mediate the relationship between religiosity and service quality with saving decisions. The result of this study show that religiosity and service quality significantly affe t saving decisions through interest as a mediating variable.

الاستخلاص

مسربيا، ستي. 2024. تأثير التدين وجودة الخدمة على قرارات الادخار لأعضاء التوفير "تابارو" في فرع كسبس بيم تي إيه في مالانج مع الاهتمام كمتغير وسيط. أطروحة,برنامج الدراسات العليا في الاقتصاد الشرعي, جامعة مولانامالك إبراهيم الإسلامية مالانج.

المشرف: (1) أ.د. دكتور. أحمد ساني سوبريانتو, SE. M.Si

(2) د. ففين ماهراني إيكواتي, SE.,MM

الكلمات المتاحية: قرار الادخار, التدين, جودة الخدمة, الاهتمام

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة تأثير التدين وجودة الخدمة على قرار الادخار لعطاء حساب التوفير 'Tabaru' في KSPPS BMT PETA فرع مالانج, مع الاهتمام كمتغير وسيط. تستخدم الدراسة منهجية كمية. تشمل عينة الدراسة أعضاء حساب التوفير 'Tabaru' .

تستخدم تقنية أخذ العينات بالطريقة الهادفة **Purposive Sampling** . تستخدم بيانات البحث بيانات أولية من الاستبيانات. اما طريقة التحليل المستخدمة فهي تحليل المسار **Path Analysis** با استخدام أداة **SmartPLS 4** .

تظهر الدراسة أن متغير التدين والودة لهما تأثير كبير على قرار الادخار. ثم ان متغير التدين والجودة لهما تأثير كبير على الاهتمام. ويؤثر الاهتمام بشكل كبير على قرار الادخار. كما أن متغير الاهتمام يكمن أن يكون وسيطا بين متغير التدين وجودة الخدمة وقرار الادخار. تظهر نتائج الدراسة أن متغير التدين وجودة الخدمة لهما تأثير كبير على قرار الادخار من خلال الاهتمام كمتغير وسيط.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan Negara dengan mayoritas penduduk beragama Islam. Seharusnya lebih banyak orang yang tertarik menggunakan lembaga keuangan syariah dan memiliki pengetahuan tentang keuangan syariah. Namun pada kenyataannya, sebagian besar umat Islam di Indonesia masih lebih memilih menggunakan lembaga keuangan tradisional dibandingkan lembaga syariah, yang operasionalnya dilarang karena terlibat dalam riba. Salah satu lembaga keuangan di Indonesia yang mematuhi hukum syariah adalah Bank Islam (A. Fauzi & Murniawaty, 2020).

Selain bank, *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) merupakan Salah satu jenis non perbankan, dimana salah satu kegiatan yang terkait langsung dengan program pengentasan kemiskinan yang mengutamakan tujuan sosial dan komersial. Serupa dengan hal tersebut, lembaga BMT adalah lembaga yang mendistribusikan dana secara adil dan merata, bukan lembaga yang menyalahgunakan mayoritas demi menguntungkan sekelompok kecil pemilik modal (pendiri). Sebuah organisasi yang dibentuk untuk membantu yang mayoritas pemilik usaha kecil dan mikro. BMT berkaitan langsung dengan perolehan dan pengalokasian pendanaan usaha. Serupa dengan hal ini, lembaga-lembaga syariah resmi dibentuk sebagai kelompok untuk mendukung upaya perekonomian lokal dan meningkatkan perekonomian lokal melalui usaha mikro dan kecil yang mengikuti hukum syariah (Fadeli, 2022).

Berdasarkan asas hasil, BMT melaksanakan upayanya sesuai dengan peraturan Nomor 72 Tahun 1992 tentang Bank dan Peraturan Nomor 7 Tahun 1992 tentang Bank (UU No. 10/1998) (Antonio, 2002). Dana perbankan dapat diperoleh melalui dana pihak ketiga (DPK), khususnya dana tabungan masyarakat. Tabungan seseorang merupakan bagian dari pendapatannya yang tidak dibelanjakan. Ketika pendapatan seseorang melebihi kebutuhan konsumsinya, maka ia dapat menghemat uangnya (Kusmuriyanto, 2008). Ketika orang mempunyai uang, mereka dapat memutuskan apakah akan menabung atau membelanjakan semuanya. Namun menurut Keynes dalam (Suprapti et al., 2021) sebagian pendapatan masyarakat ditabung; tidak semuanya digunakan untuk membeli barang dan jasa. Besarnya pendapatan yang tersedia untuk pengeluaran menentukan tingginya tingkat tabungan. Dampaknya, keinginan menabung akan meningkat sebanding dengan pendapatan. Oleh karena itu, tingkat pendapatan mempunyai dampak positif terhadap besarnya tabungan.

Tujuan menabung adalah untuk menutupi pengeluaran di masa depan. Orang yang ingin menyelamatkan biasanya mempunyai keinginan sebelum bertindak dengan cara yang dapat menyelamatkan mereka. Penghematan perlu direncanakan dan dilakukan dengan tujuan agar dapat dilaksanakan secara efektif (Huda, 2017). Saat memilih untuk mulai menabung di bank, sebaiknya pertimbangkan manfaat dan tujuan akhir menabung terlebih dahulu. Selanjutnya, mulailah belajar sebanyak-banyaknya tentang bank yang paling sesuai dengan kebutuhan dan selera Anda. Langkah selanjutnya adalah menentukan jenis penghematan yang dibutuhkan dan menilainya sebelum memilih penghematan mana yang akan dilaksanakan. Oleh karena itu,

diperlukan kemauan dan persiapan untuk melakukan inisiatif menabung supaya roda perekonomian dapat bergerak sehingga dapat menopang pertumbuhan ekonomi (Huda, 2017).

Perkembangan ekonomi di Jawa Timur yang positif diikuti dengan bisnis syariah & industri syariah yang telah berkembang di beberapa wilayah Jawa Timur, diantaranya adalah perbankan syariah, makanan halal, dan pariwisata syariah. Jawa Timur memiliki potensi yang sangat besar untuk sektor keuangan syariah dan industri halal, termasuk salah satunya BMT yang saat ini terdapat 626 lembaga keuangan mikro syariah yang terdaftar secara formal di Jawa Timur (Khofifah, 2022).

Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah BMT Perekonomian Tasyrikah Agung (KSPPS BMT PETA) Cabang Malang yang berdiri pada tahun 2020 awal merupakan salah satu BMT yang terdapat di Jawa Timur, namun tidak langsung beroperasi karena terjadi covid-19. Beroperasi kembali pada tahun 2021 sampai sekarang. KSPPS BMT PETA memiliki beberapa produk, salah satunya produk simpanan tabaruk yang di minati banyak anggota (Saiful, 2023).

Fenomena yang ada pada KSPPS BMT PETA Cabang Malang yaitu kurangnya BMT dalam menarik perhatian masyarakat untuk menabung di KSPPS BMT PETA, padahal kalau dilihat dari segi kualitas produk yang ditawarkan sudah sesuai dengan syariat Islam, dimana bebas dari unsur mudaratnya. Keputusan anggota simpanan tabaruk untuk menabung di KSPPS BMT PETA karena melihat dari segi kualitas layanan yang bagus, dimana layanan yang ada di KSPPS BMT PETA ini jika anggota ingin menabung tidak di haruskan ke kantor KSPPS BMT PETA langsung, akan tetapi

memang sudah ada petugas yang antar-jemput tabungan tiap anggota. Di KSPPS BMT PETA masih terdapat beberapa kekurangan, salah satunya rendahnya kepercayaan masyarakat sekitar terhadap kinerja dan kualitas layanan BMT karena masih tergolong baru. Oleh karena itu, perlu sekiranya dilakukan kajian kembali berupa penguraian yang lebih komprehensif dan sistematis mengenai permasalahan yang ada.

Kualitas layanan menurut Armistead dan Clark (1999) dalam (Alwahidin & Afni, 2022) adalah kemampuan karyawan dalam melaksanakan tugasnya yaitu dengan memberikan layanan dan dukungan dengan penuh komitmen serta kemampuan memecahkan masalah pada saat pemberian layanan itu berlangsung. Kualitas layanan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat untuk menabung, dan faktor utama pelayanan prima yang diberikan pegawai bank adalah pelayanan yang mereka berikan kepada masyarakat. Jika seorang anggota masih awam, maka pegawai harus memberikan petunjuk mengenai informasi apapun. Kepuasan pelanggan dan pengambilan keputusan dapat dipengaruhi secara signifikan oleh pelayanan yang cepat, sopan, dan ramah (Pramudani & Fithria, 2021). Seperti dalam penelitian yang dilakukan oleh Aprian, et. al (2021) menunjukkan hasil bahwa pada Bank BRI Cabang Manna, kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang cukup signifikan terhadap keputusan menabung (Aprian et al., 2021). Begitupula penelitian yang dilakukan oleh (Lina, 2020; Alwahidin & Afni, 2022; Qomariah, 2021; Pratamasyari, 2022; Resty & Hidayat, 2021; Haryanto & Wulandari, 2022; Pabbajah et al., 2019; Nindya, 2023; Aristyanto & Budisentoso, 2022; F. M. Suprpto, 2021; Hidayati & Rahmawan, 2021; Rabbani, 2020) menunjukkan bahwa kualitas

pelayanan berpengaruh terhadap keputusan menabung. Namun disisi lain dalam penelitian lainnya yang dilakukan oleh Yusuf & Rangkuti (2023) menunjukkan hasil bahwa variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan menabung pada Bank Aceh Syariah Kota Langsa (Yusuf & Rangkuti, 2023). Begitupula penelitian yang dilakukan oleh (Sutrisno, 2016; Robyani et al., 2023; Carolina, 2023; Hasanah, 2019; Aisya & Riyadi, 2020) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan menabung.

Keputusan menabung merupakan tindakan yang berhubungan langsung dengan memperoleh, memilih, dan menggunakan barang dan jasa dianggap keputusan yang tepat dalam mengambil tindakan tersebut. Tindakan ini termasuk untuk memilih menyimpan dan melaksanakannya. Menurut setiadi mendefinisikan pengambilan keputusan konsumen sebagai suatu proses integrasi yang mengintegrasikan pengetahuan untuk menilai berbagai alternatif perilaku dan memilih salah satunya (Setiadi, 2003). Suatu pengambilan keputusan yang dilakukan secara komprehensif (Fahmi, 2014).

Keputusan masyarakat untuk menabung juga dipengaruhi bukan hanya kualitas layanan saja, akan tetapi juga religiusitas. Religiusitas atau keberagamaan menurut astogini dkk (2011) dalam (Suganda, 2018) merupakan sesuatu yang penting bagi keberadaan manusia. Ekspresi keagamaan atau religiusitas dapat ditemukan dalam berbagai aspek kehidupan sehari-hari. Terlibat dalam kegiatan keagamaan melibatkan lebih dari sekedar beribadah secara ritual; itu juga melibatkan keterlibatan dalam perilaku lain yang dimotivasi oleh kekuatan supernatural. bukan hanya yang berkaitan

dengan perbuatan yang tampak secara kasat mata, tetapi juga yang terjadi di dalam hati seseorang dan tidak kasat mata. Sikap seseorang terhadap agama merupakan hasil integrasi yang cangguh dari keyakinan, sentimen, dan perilaku agamanya. Mengamalkan agama secara teratur dan konsisten dalam kehidupan sehari-hari merupakan salah satu indikator baik religiusitas seseorang (Suganda, 2018).

Religiusitas juga mempunyai dampak yang signifikan terhadap keputusan mereka untuk menabung di BMT atau tidak, dan karena setiap orang berbeda, maka keinginan mereka untuk menabung pun berbeda-beda. Kuatnya dorongan historis dan tekstual keyakinan agama, yang tidak hanya membahas akhirat namun juga seluruh aspek kehidupan di muka bumi, termasuk transaksi perbankan, menjadi alasan di balik keberadaan BMT di Indonesia. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Pabbajah, et. al (2019) menunjukkan hasil bahwa religiusitas berpengaruh terhadap keputusan menabung (Pabbajah et al., 2019). Begitu pula dengan penelitian yang dilakukan oleh (Yusuf & Rangkuti, 2023; Hasanah, 2019; Al-islam & Manunggal, 2023; R. U. A. Fauzi et al., 2022; Faha et al., 2022; Aulia, 2022; Murdayanti et al, 2020; Hasibuan, 2020; Nugroho et al., 2017; Robyani et al., 2023) menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung. Namun disisi lain dalam penelitian yang dilakukan oleh Suprapti, et. al (2021) menunjukkan hasil bahwa religiusitas yang diukur oleh dimensi keyakinan, keislaman, ihsan, pengetahuan, konsekuensi dan faktor sosial tidak berpengaruh terhadap keputusan menabung pada Bank Syariah (Suprapti et al., 2021). Begitupula dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ramadhan, 2019; Murniati et al., 2020; Rachmatullah, 2020; Ilfita & Canggih, 2021;

Rachmatullah & Solekah, 2020; Maghfiroh, 2018) menunjukkan bahwa religiusitas tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung.

Minat dalam penelitian ini digunakan sebagai variabel mediasi dari pengaruh religiusitas dan kualitas layanan dalam keputusan menabung di KSPPS BMT PETA Cabang Malang. Karena minat dapat mempengaruhi bagaimana hubungan variabel dependen dan independen, maka minat digunakan sebagai variabel mediasi. Variabel terikat yaitu keputusan menabung pada KSPPS BMT PETA akan dipengaruhi oleh hubungan antara minat sebagai variabel mediasi dengan variabel bebas yaitu religiusitas dan kualitas pelayanan.

Pilihan menabung di KSPPS BMT PETA merupakan salah satu contoh bagaimana minat (niat) dapat menghubungkan unsur dasar dengan perilaku, menurut Theory of Planned Behavior (TPB) (Ajzen, 2005). Semakin banyak masyarakat yang memiliki minat menabung yang tinggi akan memperhatikan keputusan menabung di KSPPS BMT PETA, semakin baik pula kualitas pelayanan yang ditawarkan disana. Namun jika tingkat pelayanan buruk dan rendahnya keinginan untuk menabung, maka masyarakat akan cenderung tidak memilih KSPPS BMT PETA sebagai tempat menabung. Hal serupa juga terjadi pada variabel religiusitas, dengan asumsi bahwa keinginan yang kuat untuk menabung sejalan dengan religiusitas. Hal ini akan meningkatkan jumlah masyarakat yang memilih menabung di KSPPS BMT PETA. Beberapa penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Mardiana et al., 2021; Hakim, 2020; Muzammil, 2021) menunjukkan hasil bahwa religiusitas berpengaruh terhadap minat menabung.

Terdapat pula beberapa penelitian yang dilakukan oleh (Sofyan, Syathir, 2021; Aziz & Hendrastyo, 2020; Aisyah & Riyadi, 2020) menunjukkan hasil bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung. Begitu pula dalam penelitian yang dilakukan oleh (Retnosari, 2022; Munir, A, 2024; Salsabila, 2021; Abdau, 2021) menyatakan bahwa secara signifikan minat dapat mempengaruhi keputusan menabung

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Parastika, et. al (2021) menunjukkan bahwa keputusan menabung di Bank Syariah dipengaruhi positif signifikan oleh religiusitas di mediasi oleh minat. Penelitian yang dilakukan oleh Salsabila (2018) menunjukkan hasil bahwa religiusitas berpengaruh terhadap Keputusan menabung dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh minat seseorang untuk menabung. Di sisi lain dalam penelitian yang dilakukan (Layli, 2022; Anas & Abidin, 2024; Zahra et al., 2024) menyatakan bahwa faktor religiusitas dan kualitas layanan menjadi variabel yang paling mempengaruhi minat anggota dalam mengambil keputusan menabung di lembaga keuangan syariah.

Dengan mempertimbangkan fenomena gap dan reseacrh penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya. Peneliti bermaksud untuk menguji variabel-variabel tersebut dengan berbagai publikasi penelitian terdahulu. Karena minat merupakan variabel mediasi, maka tinjauan ini berbeda dengan penelitian sebelumnya. Pengaruh kualitas pelayanan dan religiusitas terhadap keputusan menabung di KSPPS BMT PETA diasumsikan dimediasi oleh variabel minat menurut peneliti. Pertanyaan krusial selanjutnya adalah apakah pengaruh religiusitas dan kualitas pelayanan terhadap

keputusan menabung di KSPPS BMT PETA dapat dimitigasi dengan menggunakan variabel minat sebagai variabel mediasi. Karena penelitian-penelitian terdahulu belum memberikan hasil yang konsisten, Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana religiusitas dan kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan konsumen untuk menabung pada KSPPS BMT PETA.

Mengingat landasan permasalahan dan penelitian sebelumnya yang sudah dijelaskan, maka penelitian ini mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Layanan dan Religiusitas terhadap Keputusan Menabung Anggota Simpanna Tabaru’ pada KSPPS BMT PETA Cabang Malang dengan Minat sebagai Variabel Mediasi”**

B. Rumusan Masalah

1. Apakah religiusitas berpengaruh langsung terhadap keputusan menabung anggota simpanan tabaru’ pada KSPPS BMT PETA Cabang Malang?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh langsung terhadap keputusan menabung anggota simpanan tabaru’ pada KSPPS BMT PETA Cabang Malang?
3. Apakah religiusitas berpengaruh langsung terhadap minat pada KSPPS BMT PETA Cabang Malang?
4. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap minat pada KSPPS BMT PETA Cabang Malang?
5. Apakah minat berpengaruh terhadap keputusan menabung anggota simpanan tabaru’ pada KSPPS BMT PETA Cabang Malang?
6. Apakah minat sebagai pemediasi pengaruh religiusitas terhadap keputusan menabung anggota simpanan tabaru’ pada KSPPS BMT PETA Cabang Malang?

7. Apakah minat sebagai pemediasi pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan menabung anggota simpanan tabaru' pada KSPPS BMT PETA Cabang Malang?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh langsung religiusitas terhadap keputusan menabung anggota simpanan tabaruk pada KSPPS BMT PETA Cabang Malang
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh langsung kualitas layanan terhadap keputusan menabung anggota simpanan tabaruk pada KSPPS BMT PETA Cabang Malang
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh langsung religiusitas terhadap minat pada KSPPS BMT PETA Cabang Malang
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh langsung kualitas layanan terhadap minat pada KSPPS BMT PETA Cabang Malang
5. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh langsung minat terhadap keputusan menabung anggota simpanan tabaru' pada KSPPS BMT PETA Cabang Malang
6. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh tidak langsung religiusitas terhadap keputusan menabung anggota simpanan tabaru' melalui minat pada KSPPS BMT PETA Cabang Malang
7. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh tidak langsung kualitas layanan terhadap keputusan menabung anggota simpanan tabaru' melalui minat pada KSPPS BMT PETA Cabang Malang

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap setiap pembaca dan dapat memberikan gambaran seperti apa keterkaitan antar variabel yang terhadap dapat penelitian, misal variabel religiusitas dan kualitas pelayanan apakah kedua variabel tersebut berpengaruh terhadap keputusan minat anggota simpanan tabaruk pada KSPPS BMT PETA Cabang Malang.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis disini diharapkan dapat berguna dan sekaligus dapat dijadikan masukan terhadap pihak KSPPS BMT PETA Cabang Malang untuk memberikan keputusan dalam menabung di KSPPS BMT PETA Cabang Pasean dan dapat menjadikan landasan bagi KSPPS BMT PETA Cabang Malang untuk terus melakukan peningkatan layanan.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu dan Originalitas Penelitian

Kumpulan temuan penelitian dari peneliti terdahulu yang relevan dengan proyek penelitian saat ini disebut penelitian terdahulu. Sejumlah penelitian sebelumnya telah mengamati pengaruh kualitas layanan dan religiusitas terhadap keputusan menabung.

- a. Penelitian yang dilakukan oleh Yoiz Shofwa (2016) tentang “*pengaruh kualitas produk dan religiusitas terhadap keputusan nasabah menabung produk simpanan pada BSM Cabang Purwokerto*”. Untuk mengetahui apakah konsumen BSM Cabang Purwokerto mengambil keputusan menabung berdasarkan kualitas produk dan derajat religiusitas menjadi tujuan penelitian ini. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, dengan jumlah sampel seratus klien. Kesimpulan penelitian menunjukkan bahwa variabel religiusitas mempunyai pengaruh terhadap keputusan konsumen menabung di BSM Cabang Purwokerto.
- b. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Pramodu, Masita & Setiawan (2018) tentang “*pengaruh kualitas pelayanan, promosi, reputasi dan lokasi terhadap keputusan nasabah menabung di PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang Kroya*”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa penting konsumen memilih menabung di PT Bank Mandiri (Persero) Tbk berdasarkan faktor-faktor seperti lokasi, reputasi, promosi, dan kualitas layanan. Divisi Kroya. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif dengan menggunakan regresi linier berganda sebagai alat analisisnya. Temuan penelitian ini menunjukkan pentingnya kualitas pelayanan di PT.

Keputusan nasabah Bank Mandiri (Persero) Tbk untuk menabung. Cabang Kroya.

- c. Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Fathurrohman (2019) tentang “*pengaruh religiusitas terhadap keputusan menabung di Bank Syariah (Studi kasus pada Bank BNI Syariah Kota Bekasi)*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh religiusitas terhadap keputusan menabung pada Bank Syariah (Studi Kasus pada nasabah Bank BNI Syariah Cabang Kota Bekasi). Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif, dengan sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 95 responden dan metode pengambilan sampel ini yaitu purposive sampling. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh secara signifikan antara pengaruh religiusitas terhadap keputusan menabung diterima dan terbukti kebenarannya.
- d. Penelitian yang dilakukan oleh Rachmatulloh & Puradi (2020) tentang “*Pengaruh literasi keuangan syariah, religiusitas dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung di Bank Syariah: Studi pada generasi milenial di Indonesia*”. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan syariah, religiusitas dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung di Bank Syariah yang dilakukan oleh generasi milenial. Metode penelitian yang dilakukan yaitu kuantitatif deskriptif yang menggunakan data primer. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 170 responden generasi milenial. Hasil dalam penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan memiliki pengaruh secara

Signifikan terhadap keputusan menabung.

- e. Penelitian yang dilakukan oleh Rahayu, Widowati, & Handayani (2021) tentang “*analisis pengaruh perilaku konsumtif, motivasi, kelompok referensi dan kualitas layanan terhadap keputusan menabung*”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mendapatkan bukti empiris mengenai pengaruh perilaku konsumtif, motivasi, kelompok referensi dan kualitas layanan terhadap keputusan menabung pada PT Bank Tabungan Negara (BTN) Kantor Cabang Syariah Semarang. Metode penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif, dengan populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu nasabah PT Bank Tabungan Negara (BTN) Kantor Cabang Syariah. Dengan menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu purposive sampling dan accidental sampling terdapat 135 responden yang memenuhi kriteria. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung.
- f. Penelitian yang dilakukan oleh Aziz & Jayanto (2021) tentang “*analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan anggota dalam menyimpan dana di KSPPS Kota Semarang*”. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh tingkat pendapatan, religiusitas, budaya, prinsip bagi hasil serta kualitas pelayanan terhadap keputusan anggota menyimpan dana pada KSPPS di Kota Semarang. Metode penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif, dimana dengan populasi penelitian yang digunakan anggota aktif KSPPS yang terdaftar di Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Semarang. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa religiusitas dan kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan anggota menabung dana

pada KSPPS di Kota Semarang.

- g. Penelitian yang dilakukan oleh Robyani, Ritonga & Mubyarto (2022) tentang “*pengaruh religiusitas, pelayanan dan promosi terhadap keputusan menabung di Bank Syariah*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui terkait pengaruh religiusitas, pelayanan dan promosi terhadap keputusan menabung di Bank Syariah, dimana lokasi penelitiannya yaitu Bank Syariah di Pasar Angso Duo Jambi. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif dengan metode survey dengan menggunakan analisis jalur (path analysis). Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa religiusitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung di Bank Syariah.
- h. Penelitian yang dilakukan oleh Furnawati, Ferawati & Mubyarto (2022) tentang “*pengaruh pendapatan, religiusitas dan literasi keuangan terhadap keputusan menabung di Bank Syariah Kabupaten Bungo*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara parsial dan simultan apakah berpengaruh atau tidaknya variabel pendapatan, religiusitas, dan literasi keuangan terhadap keputusan menabung di Bank Syariah. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, dengan data primer dan sekunder yang dikumpulkan. Teknik pengumpulan data diperoleh dengan cara angket dan data perkembangan perbankan syariah pada website resmi Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh yang positif antara variabel religiusitas terhadap keputusan menabung di Bank Syariah.
- i. Penelitian yang dilakukan oleh Suryawan & Susilo (2023) tentang “*pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan nilai syariah terhadap keputusan menabung di Bank Syariah (Studi pada Himpunan Mahasiswa Bima Kota Samarinda)*”. Bertujuan untuk

mengetahui pengaruh dan menguji kualitas produk, kualitas pelayanan dan nilai syariah terhadap keputusan menabung di Bank Syariah Kota Samarinda. Penelitian ini menggunakan 50 responden yang merupakan mahasiswa yang tergabung dalam Himpunan Mahasiswa Bima (HMB) teknik analisis yang digunakan untuk menganalisis data guna menguji hipotesis pada penelitian ini yaitu teknik analisis regresi berganda. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan menabung di Bank Syariah Kota Samarinda.

- j. Penelitian yang dilakukan oleh Faruq & Jennah (2023) tentang “*pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap keputusan menabung pada produk tabungan mudharabah di KSPPS BMT NU Cabang Camplong*”. Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap keputusan menabung nasabah pada produk tabungan mudharabah di KSPPS BMT NU Cabang Camplong. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis statistik. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung nasabah di KSPPS BMT NU Cabang Camplong.

Dibawah ini terdapat beberapa ringkasan penelitian terdahulu, antara lain:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu dan Originalitas Penelitian

No	Nama dan Tahun	Judul	Persamaan	Perbedaan	Originalitas
1.	Kumalasari, Wardoyo, dan Rusdianti (2019)	Superior Product and Outstanding Service: The Significance of Recurring Savings Choice	Salah satu variabel independennya adalah tingkat kualitas pelayanan. Variabel terikatnya adalah keputusan menabung. menerapkan metode numerik.	Variabel kualitas produk sebagai variabel independen lainnya. Tidak menggunakan variabel intervening.	Dua variabel independen—religiusitas dan kualitas layanan—digunakan dalam penelitian ini. menjadikan keputusan menabung yang dilakukan anggota sebagai variabel dependen. Variabel intervening yang diminati digunakan peneliti.
2	Endang Sriwahyuni (2019)	Keputusan Menabung di Bank Syariah: Dampak Kualitas Pelayanan dan Lokasi (Studi Bank BRI Syariah KCP Ngawi)	Salah satu variabel independennya adalah tingkat kualitas pelayanan. Variabel terikatnya adalah keputusan menabung.	Variabel lokasi sebagai variabel independen lainnya, serta tidak menggunakan variabel intervening	
3.	Yusmardi, Evanita, dan Idris (2019)	The Impact of Customer Satisfaction on the Dimension of Service Quality for Savings Customers' Loyalty at the Padang Branch of PT. Bank Bukopin, Tbk	Variabel dimensi kualitas pelayanan sebagai variabel independen. Menggunakan pendekatan kuantitatif.	Variabel terikatnya adalah variabel loyalitas. tidak menggunakan variabel perantara/mediasi.	
4.	Aco & Natasya (2022)	Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembukaan Tabungan Haji Pada PT. Bank Muamalat Cabang Mamuju	Variabel religiusitas dan kualitas pelayanan sebagai variabel independen. Variabel keputusan menjadi nasabah tabungan sebagai variabel dependen. Pendekatan kuantitatif.	Variabel promosi sebagai variabel independen lainnya. Tidak menggunakan variabel intervening	

Lanjutan Tabel 2.1
Penelitian terdahulu & Originalitas

No	Nama dan Tahun	Judul	Persamaan	Perbedaan	Originalitas
5.	Suwandi, Sujono, & Hermawati (2022)	Does a customer's decision to use a bank plan savings product depend they receive? Research conducted at the Bank Mandiri Cirebon Siliwangi Branch	Salah satu variabel independennya adalah tingkat kualitas pelayanan. Variabel terikatnya adalah variabel keputusan pelanggan. menerapkan metode numerik.	Tidak menggunakan variabel intervening.	Dua variabel independen—religiusitas dan kualitas layanan—digunakan dalam penelitian ini. menjadikan keputusan menabung yang dilakukan anggota sebagai variabel dependen. Variabel intervening yang diminati digunakan peneliti.
6.	Faha, et al (2022)	The impact of consumer perception and religiosity on interest in savings	Salah satu variabel independennya adalah derajat religiusitas. menerapkan metode numerik.	Variabel independen tambahan adalah variabel persepsi. Variabel terikatnya adalah variabel yang mewakili minat pelanggan. tidak menggunakan variabel perantara apa pun.	
7.	Harish al-Islam & Manunggal (23)	The impact of the social milieu, religious beliefs, and customer awareness on saving choices made at Bank Muamalat Indonesia Tulungagung SubBranch using wadi'ah contracts	Variabel religiusitas sebagai variabel independen. Variabel keputusan menabung sebagai variabel dependen. Menggunakan pendekatan kuantitatif.	variabel lingkungan sosial dan pengetahuan sebagai variabel independen lainnya. Tidak menggunakan variabel intervening.	
8.	Yusuf, et al (2023)	Pengaruh kualitas pelayanan, bagi hasil, & pengetahuan produk terhadap keputusan nasabah menabung pada Bank Aceh Syariah Kota Langsa	Variabel kualitas pelayanan sebagai variabel independen. Variabel keputusan nasabah sebagai variabel dependen.	Variabel bagi hasil dan pengetahuan produk sebagai variabel independen lainnya. Tidak menggunakan	

Lanjutan Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu & Originalitas

No	Nama dan Tahun	Judul	Persamaan	Perbedaan	Originalitas
8.			Pendekatan kuantitatif.	variabel intervening	
9.	Suwanti & Adinugroho (2023)	Examining the effects of promotions and service quality on the savings decisions of customers at Bank Sulselbar Syariah in Mamuju regency	Salah satu variabel independennya adalah tingkat kualitas pelayanan. Variabel terikatnya adalah variabel keputusan pelanggan.menerapkan metode kuantitatif.	Variabel independen tambahan adalah variabel promosi. Tidak menggunakan variabel intervening.	Dua variabel independen—religiusitas dan kualitas layanan—digunakan dalam penelitian ini.
10.	Yanti & Hidayat (23)	Promotion and incentive of service quality's impact on consumers' decision to select gold savings products at PT. Pegadaian (Perbaungan Branch)	Variabel kualitas pelayanan sebagai variabel independen. Menggunakan pendekatan kuantitatif.	riabel independen tambahan adalah variabel promosi. Pemilihan produk tabungan emas menjadi variabel dependen yaitu variabel keputusan. tidak menggunakan variabel perantara apa pun.	menjadikan keputusan menabung yang dilakukan anggota sebagai variabel dependen. Variabel intervening yang diminati digunakan peneliti.

B. Landasan Teori

1. Keputusan Menabung

keputusan disebut suatu tindakan yang dipilih dari dua pilihan atau lebih. Dengan kata lain, individu yang harus mengambil keputusan dihadapkan pada satu pilihan dari berbagai kemungkinan. Ketika dihadapkan pada dua pilihan, seperti membeli atau tidak, seseorang dapat melakukannya (Prasetijo dan Ihalauw, 2005). Baik kebutuhan

mendasar maupun kebutuhan baru akan mendorong keputusan seseorang untuk membeli atau menggunakan suatu jasa.

Kotler (2002) dalam (R. Suprpto et al., 2022), langkah-langkah dalam proses pengambilan keputusan mencakup identifikasi masalah, pengumpulan informasi, menimbang beberapa pilihan, memutuskan apa yang akan dibeli, dan tindakan pasca pembelian yang dilakukan pelanggan.

Keputusan yang dibuat oleh anggota untuk bergabung dengan lembaga keuangan tertentu sama dengan keputusan yang mereka ambil untuk membeli produk tertentu. Hal ini diakibatkan oleh pilihan anggota untuk menjadi anggota; proses pengambilan keputusan sama seperti saat melakukan pembelian. Menurut Kotler dan Keller (2007) dalam (Rahmawati, 2022), melakukan pembelian melibatkan lima langkah bagi konsumen: mengidentifikasi masalah, mengumpulkan informasi, mempertimbangkan pilihan mereka, melakukan pembelian, dan terlibat dalam perilaku pasca pembelian, yang dimulai jauh sebelum transaksi sebenarnya dilakukan hingga selesai dan mempunyai efek tambahan.

1) Faktor-Faktor Keputusan Menabung

Sumarni (1996) dalam (Rahmawati, 2022) menjelaskan terdapat beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menabung, sebagai berikut:

a. Produk

Karena produk mempengaruhi keputusan anggota, maka harus digunakan sesuai dengan kebutuhan konsumen.

b. Promosi

Promosi adalah suatu penawaran yang diberikan kepada anggota untuk membangkitkan minat mereka dalam menggunakan barang.

c. layanan

layanan yang baik dapat menarik anggota meminati bank

d. Tempat/Lokasi

Dekat atau tidaknya bank mempengaruhi keinginan suatu produk untuk digunakan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian menurut Philip Kotler (2004) dalam (Rahmawati, 2022) sebagai berikut:

a) Produk

Philip Kotler (2004) dalam (Rahmawati, 2022) mengartikan produk sebagai sesuatu yang diiklankan untuk menarik pelanggan dan dibeli, digunakan, atau dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan.

Aspek motivasi pelanggan harus menjadi pertimbangan ketika mengembangkan produk baru, baik dari segi desain maupun manfaat. Segmen pasar mencari produk yang praktis dan nyaman, dan segmen lainnya mencari produk yang dapat mengekspresikan kebutuhan aktualisasi diri mereka. Saat merancang produk, ini harus menjadi titik awal (Suryani, 2008).

b) Harga

Harga adalah jumlah uang yang harus dikeluarkan klien untuk suatu produk atau jasa, atau nilai yang harus mereka korbankan sebagai imbalan atas keuntungan memiliki atau menggunakannya (Rahmawati, 2022).

c) Tempat/lokasi

Keputusan yang diambil bisnis mengenai lokasi operasi dan personelnnya terkait dengan lokasi. Jenis dan tingkat interaksi yang terjadi di sana adalah hal yang paling penting (Rahmawati, 2022).

d) Promosi

Promosi menurut Kotler dan Armstrong (2006) dalam (Rahmawati, 2022) merupakan elemen yang digunakan bisnis melalui publikasi, promosi penjualan, penjualan pribadi, dan periklanan untuk mendidik dan membujuk masyarakat tentang produk dan layanan baru.

e) Kualitas pelayanan

Setiap tindakan yang dimaksudkan atau ditunjukkan untuk memuaskan pelanggan melalui layanan yang dapat mempengaruhi kebutuhan dan keinginan mereka dianggap sebagai layanan (Kasmir, 2005).

2) Indikator Keputusan Menabung

Kotler dan Armstrong (2008) dalam (Pradana et al, 2017) bahwa terdapat beberapa indikator yang mempengaruhi keputusan pembelian atau penggunaan jasa, antara lain:

a. Kemantapan dalam menggunakan produk jasa (menabung)

Anggota memutuskan menabung di bank karea sudah mengetahui detail dan manfaat dari produk jasa tersebut. Tentunya kemantapan anggota dalam menggunakan produk jasa dicapai dengan mencari informasi tentang produk jasa dari berbagai sumber. Sehingga keputusan anggota untuk menabung produk jasa dapat menjadi

keputusannya sendiri.

b. Memutuskan karena merek

Anggota memilih menabung di bank karena sangat dipengaruhi oleh brand. Nasabah biasanya memiliki merek terkenal karena percaya bahwa kualitas merek juga menentukan kualitas produk jasa. Kualitas produk pelayanan yang baik menghasilkan kepuasan bagi anggota.

c. Sesuai keinginan dan kebutuhan

Anggota memilih untuk menyimpan uangnya di bank pada saat mereka merasa menginginkan dan membutuhkan produk jasa tersebut. Keinginan akan produk jasa tersebut berarti nasabah sudah memiliki keinginan untuk menggunakan produk jasa tersebut, sedangkan kebutuhan akan produk jasa berarti anggota benar-benar membutuhkan produk jasa keuangan untuk memenuhi kebutuhannya dalam menyelamatkan keuangannya.

d. Mendapat rekomendasi orang lain

Nasabah memilih menyimpan uang di bank berdasarkan rekomendasi dari lain. Nasabah akan mempertimbangkan evaluasi produk layanan saat memilih dan menggunakan produk layanan. Referensi yang baik menjadi perhatian bagi perusahaan perbankan karena berpengaruh terhadap kesuksesan perusahaan dimasa yang akan datang.

3) Tahapan Dalam Pengambilan Keputusan Menabung

Keputusan konsumen dalam menabung menurut Kotler dan Keller (2009) dalam (Kasy Tarisa, 2022) terdapat lima tahapan, antara lain:

a. Pengenalan kebutuhan

Proses pembelian dimulai saat pembeli menyadari apa yang mereka butuhkan. Hasutan dari luar dan dalam sama-sama dapat memicu kebutuhan.

b. Pencarian informasi

Seorang pelanggan yang rasa ingin tahunya terpancing melalui salah satu dari dua cara berikut: baik dengan mencari informasi secara aktif atau dengan mencari informasi dan menyimpannya dalam ingatannya.

c. Evaluasi alternatif

Karena tidak ada satu metode penilaian langsung yang digunakan pelanggan saat melakukan pembelian, setiap pelanggan memiliki pilihan yang pada akhirnya akan mereka pilih.

d. Keputusan menabung

Yang pertama adalah sikap orang lain, yang mempengaruhi niat dan keputusan pembelian. Ada dua faktor yang menentukan seberapa besar preferensi seseorang berkurang karena sikap orang lain: sejauh mana orang cenderung mengikuti keinginan orang lain dan sejauh mana orang lain tidak menyukai pilihan konsumen alternatif.

e. Perilaku paska menabung

Setelah membeli suatu produk, pelanggan pasti akan merasa puas atau tidak puas terhadap produk tersebut. Kepuasan konsumen bergantung pada produk dan perlakuan perusahaan terhadap mereka.

4) Keputusan menabung dalam perspektif Islam

Dalam Islam, tindakan atau keputusan seseorang harus mencerminkan hubungannya dengan Allah SWT. Seluruh hari belanjanya tidak lebih dari ekspresi dia mengingat Allah atas nama tindakannya. Demi keselamatannya di dunia dan akhirat, maka ia lebih memilih jalan yang telah ditentukan Allah, yaitu menjauhi hal-hal yang diharamkan, tidak kikir dan tidak tamak (Muhammad Muflif, 2006).

Batasan konsumsi dalam Islam sebagaimana telah terdapat dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah : 168-169

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ (168) إِنَّمَا

يَأْمُرُكُمْ بِالسُّوءِ وَالْفَحْشَاءِ وَأَنْ تَقُولُوا عَلَى اللَّهِ مَا لَا تَعْلَمُونَ (169)

Artinya : “Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata (168). Sesungguhnya (setan) hanya menyuruh kamu untuk berbuat jahat dan keji serta mengatakan tentang Allah apa yang tidak kamu ketahui (169).

a. Masalah dalam perilaku konsumen Islami

Saat ini ada dua cara konsumen berpikir tentang konsep di bidang ekonomi. Utility adalah ide pertama dan ditemukan dalam perekonomian konvensional. Utility didefinisikan sebagai gagasan kepuasan pelanggan terhadap konsumsi produk dan layanan. Ide kedua dalam ekonomi Islam adalah masalah. Gagasan untuk pemetaan perilaku konsumen berdasarkan kebutuhan dan prioritas dikenal dengan konsep masalah (Muflif, 2006).

Menurut Syariah Islam, manusia harus mengejar dan menjaga kesejahteraan

mereka. Aspek keinginan material lebih diberi bobot dalam pola konsumsi saat ini dibandingkan kebutuhan lainnya. Keseimbangan umum tidak dapat dicapai karena rasionalitas yang menghargai individualisme dan kepentingan pribadi. Hal ini menyebabkan munculnya ketimpangan di sejumlah ranah sosial ekonomi. Ekonomi Islam bertujuan untuk memuaskan kebutuhan, bukan memuaskan kepuasan atau keinginan, dan secara agama diamanatkan untuk melakukan upaya ke arah ini (Nasution, 2010).

b. Kebutuhan dan Keinginan

Kebutuhan dan keinginan tidak dibedakan dalam ilmu ekonomi konvensional karena jika tidak terpenuhi maka keduanya mempunyai akibat yang sama, yaitu kelangkaan.

Islam menjunjung tinggi standar moral yang tinggi dalam menggabungkan keinginan dengan tujuan praktis. Yang dibutuhkan manusia untuk bertahan hidup hanyalah kebutuhan. Sedangkan keinginan diartikan sebagai keinginan manusia yang dimiliki bersama oleh semua orang. Kebutuhan tidak boleh mendahului keinginan (Mujahidin, 2014).

Islam melarang ekspresi keuntungan moneter karena standar moral yang tinggi. Yang dibutuhkan manusia untuk bertahan hidup hanyalah kebutuhan. Sedangkan keinginan diartikan sebagai keinginan manusia yang dimiliki bersama oleh semua orang. Kebutuhan tidak boleh mendahului keinginan (Mujahidin, 2014).

2. Religiusitas

Agama berdasarkan analisis Harun Nasution dalam Jalaludin (2010) dalam

(Zakaria et al., 2020), berasal dari tiga kata: al-Din, religi (relegere, religare), dan religi. Al-Din adalah kata Ibrani untuk undang-undang atau hukum. Oleh karena itu, arti kata ini dalam bahasa Arab adalah penguasaan, penaklukan, ketaatan, hutang, pembalasan, dan kebiasaan. Di sisi lain, istilah Latin untuk agama, relegare, mengacu pada membaca dan mengumpulkan sedangkan religare bermakna mengikat.

Menurut Jalaluddin dan Ramayulis (2015) dalam (Alwahidin & Afni, 2022), religiusitas atau keberagaman merupakan keadaan internal yang memotivasi seseorang untuk bertindak sesuai dengan keyakinan agamanya. Konsistensi keyakinan agama sebagai komponen kognitif dan agama sebagai komponen konatif membentuk eksistensi. Pendekatan seseorang terhadap kehidupan, yang dibentuk oleh prinsip-prinsip yang dijunjungnya, adalah tingkat religiusitasnya. Dalam konteks Islam, agama juga secara implisit diajarkan secara menyeluruh atau menyeluruh dalam ajaran agama. Oleh karena itu, sejauh mana seseorang menghargai dan meyakini keberadaan Tuhan, yang ditunjukkan dengan ketaatannya yang tulus terhadap perintah dan pantangan larangan dengan segenap jiwa dan raganya, dapat diartikan sebagai religiusitasnya.

1) Dimensi Religiusitas

Glock dan Stark (1996) dalam (Fielnanda & Wahyuningsih, 2021) mengidentifikasi lima kategori religiusitas, sebagai berikut:

a. Dimensi Keyakinan

Sejauh mana seseorang menganut doktrin keimanan yang sempurna, termasuk keberadaan Tuhan, malaikat, surga, dan neraka. Semua pemeluk agama pada hakikatnya diharapkan taat. Yang pada akhirnya menentukan pilihan agama seseorang

adalah seberapa besar kemauannya untuk menganut ajaran agama tersebut. Oleh karena itu, hal ini menuntut para penganut agama untuk menganut aspek-aspek kepercayaan yang lebih bersifat doktrinal. Penting untuk menerapkan ritual ibadah yang selaras dengan prinsip-prinsip Islam untuk mengamalkan aspek keyakinan ini.

b. Dimensi Praktik Agama

Sejauh mana seseorang memenuhi kewajiban ritual keagamaannya merupakan dimensi praktik keagamaan. Dimensi ini mencakup unsur-unsur seperti ibadah, ketaatan, dan tindakan yang menunjukkan ketaatan mendalam seseorang terhadap agama pilihannya. Dimensi ini terekspresikan dalam ritual-ritual yang dilakukan oleh penganut agama tertentu. Dalam Islam, seseorang dapat memenuhi kewajiban agamanya dengan melakukan zakat, puasa, shalat, dan ritual muamalah lainnya.

c. Dimensi Pengalaman

Emosi atau pengalaman yang dirasakan dan dialami membentuk dimensi pengalaman. Contohnya termasuk memiliki rasa keintiman yang kuat dengan Tuhan, takut akan dosa, percaya bahwa doa didengar, dan mengalami keselamatan Tuhan.

d. Dimensi Pengetahuan Agama

Dimensi pengetahuan agama menentukan seberapa besar pengetahuan seseorang terhadap ajaran agamanya, khususnya yang terdapat dalam kitab suci dan sumber lainnya. Seseorang yang mengaku beragama setidaknya harus mengenal ritual, teks, dan tradisi keagamaan. Pengetahuan tentang isi Alquran, inti hikmah yang harus dipatuhi, hukum Islam, dan landasan keilmuan perbankan syariah dan ekonomi Islam semuanya termasuk dalam aspek Islam ini.

e. Dimensi Konsekuensi

Dimensi yang mengukur sejauh mana tindakan sosial seseorang seperti menjenguk orang sakit, memberikan bantuan kepada mereka yang membutuhkan, berkontribusi pada kegiatan amal, dan sebagainya dipengaruhi oleh ajaran agamanya.

2) Unsur-unsur yang Mempengaruhi Religiusitas

Faktor-faktor yang mempengaruhi sikap keagamaan menurut Thouless (1995) dalam (Oktaviani, 2018) menjadi empat macam, sebagai berikut:

a) Dampak pengajaran, pendidikan, dan tekanan sosial yang berbeda

Komponen ini mencakup semua pengaruh masyarakat terhadap pembentukan agama, termasuk pendidikan orang tua, adat istiadat masyarakat, dan tekanan teman sebaya untuk menerima perilaku dan sudut pandang yang dianggap dapat diterima oleh masyarakat.

b) Faktor pengalaman

Berkaitan dengan serangkaian pengalaman yang mempengaruhi keyakinan agama. Pengalaman dengan kecantikan, dilema moral, dan spiritualitas pada khususnya dapat berdampak besar pada perilaku seseorang.

c) Faktor kehidupan

Empat kategori besar dapat digunakan untuk mengelompokkan kebutuhan-kebutuhan ini: (a) kebutuhan yang berkaitan dengan keselamatan atau keamanan; (b) kebutuhan yang berkaitan dengan cinta; (c) kebutuhan yang berkaitan dengan harga diri; dan (d) kebutuhan yang berkaitan dengan kemungkinan kematian.

d) Faktor intelektual

Berkaitan dengan berbagai proses penalaran verbal atau reasionalisasi.

3) Religiusitas dalam Perspektif Islam

Religiusitas dalam perspektif Islam merupakan seluruh aspek kehidupan umat Islam sebagaimana dalam Q.S Al-Baqarah:208

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا ادْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَافَّةً ۚ وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, masuklah ke dalam Islam (kedamaian) secara menyeluruh dan janganlah ikuti langkah-langkah setan! Sesungguhnya ia musuh yang nyata bagimu” (Al-Baqarah: 208).

Nashori Suroro mengklaim bahwa uraian Glock dan Strak tentang lima dimensi religiusitas konsisten dengan pemikiran Islam. Umat Islam beragama dalam arti kaffah, atau komprehensif; Keimanan mereka diungkapkan dalam berbagai kegiatan selain ibadah ritual (Sayyidah et al., 2022). Dalam kaitannya dengan arti penting agama dalam kehidupan manusia, maka manusia perlu memenuhi kebutuhan spiritualnya agar dapat memperoleh ketenangan melalui pengabdian dan mendekatkan diri kepada Tuhan (Sayyidah et al., 2022).

Selain itu, Allah berfirman dalam surat Al-Jasiyah ayat 18 yang berisi petunjuk tentang tingkah laku manusia.

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

Artinya: “Kemudian kami jadikan kamu berada di atas suatu syariat (peraturan) dari urusan (agama itu), maka ikutilah syariat itu dan janganlah kamu ikuti hawa nafsu

orang-orang yang tidak mengetahui” (Al-Jasiyah:18).

Ayat ini menyampaikan banyak informasi penting tentang kebesaran dan kesempurnaan Islam, serta pentingnya menaati hukum syariat dan menahan diri dari keinginan mengikuti keinginan orang-orang yang tidak tahu apa-apa. Karena kecenderungan mereka dapat menyesatkan mereka. Selain itu, adalah tugas kita sebagai umat Islam untuk menabur benih-benih iman dan Islam dalam diri kita. Jika ada seperangkat prinsip dan keyakinan yang konsisten dengan benih-benih agama ini, maka benih-benih tersebut akan tumbuh subur dan menyebar lebih jauh (Rachmatullah & Puradi, 2020).

3. Kualitas Layanan

Menurut Lovelock (2010), kualitas layanan mengacu pada standar kinerja dan kemampuan mempertahankannya guna memuaskan klien. Pelanggan memandang kualitas suatu jasa baik dan memuaskan jika mereka merasa bahwa jasa yang diterimanya sesuai dengan harapannya. Meskipun demikian, klien akan menerima layanan di bawah standar dan tidak memadai, maka dari itu pengalaman mereka tidak sesuai dengan harapan mereka (Heni Purawningsih, 2020).

Rusydi (2017) dalam (Aco & Natasya, 2022) mengartikan pelayanan sebagai upaya untuk membantu mempersiapkan (menjaga) apa yang dibutuhkan oleh seseorang atau orang lain dari kita, sehingga menimbulkan ikatan dengan hak dan kewajiban masing-masing pihak. Sebaliknya, layanan didefinisikan oleh Barata (2011) dalam (Aco & Natasya, 2022) sebagai suatu tindakan atau serangkaian tindakan yang menghasilkan komunikasi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin

fisik dan memenuhi kebutuhan klien.

1) Dimensi Kualitas Layanan

Terdapat lima dimensi kualitas jasa menurut Zeithaml, Parasuraman, dan Berry dalam (Sunyoto, 2012) dengan memanfaatkan konsep kesenjangan kualitas pelayanan, seperti:

- a. jaminan/jaminan, yang mengacu pada kapasitas bisnis untuk membangkitkan kepercayaan klien mengenai penawarannya.
- b. Objek material, seperti penampakan dan bukti nyata.
- c. Keandalan/keandalan mengacu pada kapasitas bisnis untuk menawarkan layanan terbaik kepada pelanggannya.
- d. Daya tanggap/responsif mengacu pada tujuan perusahaan untuk menawarkan layanan yang cepat dan akomodatif.
- e. Empati dan empati, yaitu meliputi perasaan kepedulian individu dan fokus terhadap klien.

Kualitas pelayanan menurut Spillane (2006) terdapat beberapa dimensi (Rahmanto, 2016), yaitu :

- a. Keandalan: terdiri dari pencapaian yang dapat diandalkan dan mantap. Perusahaan adalah kapasitas suatu organisasi untuk memenuhi kewajibannya dan memberikan layanan yang akurat atau benar pada saat pertama.
- b. Respons: layanan yang cepat dan inovatif atau penanganan masalah atau permintaan pelanggan.
- c. Akses: Tidak perlu menunggu lama untuk menerima layanan ini pada waktu dan

tempat yang tepat.

- d. Komunikasi: Layanan dijelaskan secara memadai dalam bahasa ibu pelanggan. Bisnis perlu mengubah bahasa mereka agar sesuai dengan berbagai klien.
- e. Kompetensi: Pekerja memiliki kemampuan dan pengetahuan yang dibutuhkan.
- f. Kesopanan: Pelanggan mempercayai karyawan dan merasakan hubungan dengan mereka.
- g. Kredibilitas: Pelanggan menjunjung tinggi personel perusahaan dan dapat dipercaya.
- h. Keamanan: Layanan disediakan tanpa risiko, bahaya, atau ketidakpastian.
- i. Unsur jasa yang nyata dan sesuai dengan kualitasnya disebut bukti nyata.
- j. Mengetahui klien: Karyawan melakukan upaya tulus untuk memahami kebutuhan setiap klien dan memberikan perawatan yang disesuaikan.

2) Kualitas Layanan dalam Perspektif Islam

Dari sudut pandang Islam, kualitas pelayanan ditentukan oleh seberapa baik seorang pelayan memperlakukan pemangku kepentingan. Rasulullah SAW membekali kita dengan gambaran bagaimana bersikap yang baik saat bergaul dengan orang lain. Sebagaimana sudah dijelaskan dalam surah Ali-Imran:159

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۚ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۗ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ
وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ۚ فَإِذَا عَزَمْتَ 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” (Ali-Imran: 159).

Fa bima rahmatin minallahi linta lahum (“Maka karena rahmat Allah kamu bersikap lemah lembut terhadap mereka”), Ayat yang mengingatkan Rasulullah akan nikmat yang dilimpahkan kepadanya dan orang-orang beriman ketika Allah melunakkan hatinya terhadap umatnya yang menaati perintah dan membolehkannya berbicara baik tentangnya, menurut Imam Ismail bin Umar Al-Quraisy bin Katsir Al-Bashri Ad-Dimasyqi. Dengan kata lain, jika kasih karunia Tuhan tidak dicurahkan kepada kalian berdua, maka tidak ada yang akan menyebabkan kalian berbuat baik kepada mereka. *“Itulah akhlak Nabi Muhammad SAW. Dengan itulah Allah mengutusny,”* tegas Al-Hasan al-Bashri. Selanjutnya firman-Nya tercermin dalam ayat ini yang berbunyi, *“Sesungguhnya telah datang kepadamu seorang Rasul dari kalanganmu sendiri; dia memahami penderitaanmu, dia rindu agar kamu beriman dan selamat, dan dia sangat penyayang dan penyayang. terhadap orang-orang yang beriman” (Al:Imran: 159).*

Menjadi pelayan sebenarnya lebih sulit dari sekedar membalikkan tangan. Konflik sering muncul antara tekanan internal seperti gaji rendah dan beban kerja yang berat dan tekanan eksternal seperti keluhan dari pengguna jasa. Di sinilah perlunya keimanan, untuk meningkatkan motivasi kita dalam mengabdikan kepada semua orang menurut Allah SWT dalam surat At-Taubah: 105

وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ اِلَىٰ عَلِيمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

Artinya: “Dan katakanlah, bekerjalah kamu, maka Allah akan melihat pekerjaanmu, begitu juga Rasul-Nya dan orang-orang mukmin, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui yang gaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan” (At-Taubah:105).

Hasbi asy-Shiddieqy mengelompokkan tujuan kerja seorang muslim ke dalam empat kategori berdasarkan pemahamannya terhadap ayat ini: tujuan dunia, akhirat, diri, dan manusia. Setiap upaya akan menuai hasil dalam kehidupan ini dan juga kehidupan selanjutnya. Ketika pelayanan pendidikan berorientasi pada ukhrawi dan terfokus pada pemberdayaan umat, maka disitulah paling mulianya. Selain itu, ayat ini menggambarkan tingkat pengawasan yang diterapkan pada semua pekerjaan. Ia akan senantiasa berada dalam pengawasan Allah SWT dan orang-orang beriman di dekatnya dalam menjalankan tugasnya sebagai pemberi layanan pendidikan, agar Allah dan orang-orang beriman dapat mempertanggungjawabkan pekerjaan ini akibat kelalaian ini. Selain itu, segala sesuatu yang kita hasilkan akan dipersembahkan kepada Allah SWT, Rasul-Nya, dan orang-orang yang beriman (Syahrial, 2018)

4. Minat

Minat merupakan kecenderungan dalam diri seseorang untuk tertarik kepada suatu hal atau objek. Sedangkan minat menurut Crow dan Crow (1984) dalam (Suprihati et al., 2021) memiliki arti sebagai pendorong yang menyebabkan seseorang untuk memberi perhatian terhadap seseorang lainnya, sesuatu, dan juga bisa terhadap suatu aktivitas-aktivitas tertentu. Minat menurut Winkel (1993) dalam (Purawningsih,

2020) adalah kecenderungan dan kondisi abadi untuk menemukan kebahagiaan dalam berpartisipasi dalam kegiatan tertentu dan merasa tertarik pada bidang atau hal tertentu. Sulit untuk mengatakan dengan pasti hal mana yang muncul lebih dulu, namun perasaan senang juga akan menimbulkan rasa ingin tahu, yang selanjutnya didukung oleh sikap optimis yang sama.

1) Dimensi Minat

Ferdinand (2002) dalam (Oktaviani, 2018) menjelaskan bahwa minat beli dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut:

a. Minat transaksional

Individu dengan minat transaksional cenderung untuk membeli suatu produk.

b. Minat refrensional

Seseorang yang sering membuat referensi terhadap barang yang telah dibelinya dalam upaya membujuk orang lain untuk membelinya juga berdasarkan pengalamannya sendiri dikatakan menunjukkan minat referensi.

c. Minat prefrensi

Minat yang mencirikan preferensi utama seseorang terhadap suatu produk disebut minat preferensi. Hanya jika produk pilihan mengalami perubahan maka preferensi ini dapat diubah.

d. Minat eksploratif

Minat ini menggambarkan tindakan individu yang secara konsisten mencari informasi mengenai produk yang sedang dipertimbangkannya dan informasi untuk menunjang aspek keunggulan produk tersebut.

2) Minat dalam Perspektif Islam

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

قُلْ لَوْ أَنْتُمْ تَمْلِكُونَ خَزَائِنَ رَحْمَةِ رَبِّي إِذًا لَأَمْسَكْتُمْ خَشْيَةَ الْإِنْفَاقِ وَكَانَ الْإِنْسَانُ قَتُورًا

Artinya: Katakanlah (Muhammad), "Sekiranya kamu menguasai perbendaharaan-perbendaharaan rahmat Tuhanku, niscaya (perbendaharaan) itu kamu tahan, karena takut membelanjakannya". Dan manusia itu memang sangat kikir (Al-Isra':100).

Surah Al-Imran ayat 14:

زَيْنَ لِلنَّاسِ حُبُّ الشَّهَوَاتِ مِنَ النِّسَاءِ وَالْبَنِينَ وَالْقَنَاطِيرِ الْمُقَنْطَرَةِ مِنَ الذَّهَبِ وَالْفِضَّةِ وَالْخَيْلِ الْمُسَوَّمَةِ
وَالْأَنْعَامِ وَالْحَرْثِ ۗ ذَلِكَ مَتَاعُ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا ۗ وَاللَّهُ عِنْدَهُ ۙ حُسْنُ الْمَاٰبِ

Artinya: "Dijadikan terasa indah dalam pandangan manusia cinta terhadap apa yang diinginkan, berupa perempuan-perempuan, anak-anak, harta benda yang bertumpuk dalam bentuk emas dan perak, kuda pilihan, hewan ternak, dan sawah ladang. Itulah kesenangan hidup di dunia, dan di sisi Allah-lah tempat kembali yang baik" (Al-Imran:14).

Dan Surah Al-Maarij, ayat 19-21

﴿ إِنَّ الْإِنْسَانَ خُلِقَ هَلُوعًا (19) إِذَا مَسَّهُ الشَّرُّ جَزُوعًا (20) وَإِذَا مَسَّهُ الْخَيْرُ مَنُوعًا (21) ﴾

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

Oleh karena itu dapat diambil kesimpulan bahwa minat menabung di KSPPS BMT PETA Cabang Malang merupakan keinginan dan dorongan yang muncul secara sadar dari diri sendiri tanpa adanya tekanan untuk menabung di lembaga KSPPS BMT PETA Cabang Malang.

C. Hipotesis Penelitian

1. Pengaruh religiusitas terhadap keputusan menabung

Menurut Jalaluddin dan Ramayulis (2015) dalam (Alwahidin & Afni, 2022), religiusitas atau keberagaman adalah keadaan internal seseorang yang mengilhaminya untuk bertindak sesuai dengan keyakinan agamanya. Eksistensi didefinisikan oleh konsistensi keyakinan agama sebagai aspek kognitif dan agama sebagai aspek konatif.. Pendekatan seseorang terhadap kehidupan, yang dibentuk oleh prinsip-prinsip yang dijunjungnya, adalah tingkat religiusitasnya. Dalam konteks Islam, agama juga secara implisit diajarkan secara menyeluruh atau menyeluruh dalam ajaran agama. Oleh karena itu, sejauh mana seseorang menghargai dan meyakini keberadaan Tuhan, yang ditunjukkan dengan ketaatannya yang tulus terhadap perintah dan pantangan larangan dengan segenap jiwa dan raganya, dapat diartikan sebagai religiusitasnya.

Berdasarkan hasil penelitian Tarisa (2022) tentang pengaruh religiusitas dan pengetahuan religiusitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen menabung di BMT Prima Mandiri Desa Bukit Gajah Kecamatan Ukui Kabupaten Pelalawan. Berdasarkan penelitian Mega Usvita (2021) keputusan menabung di Bank Nagari Syariah KCP Simpang Empat dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh religiusitas. Hubungan antara kepercayaan konsumen, religiusitas, dan keputusan menabung juga diteliti dalam penelitian ini.

H₁ : Religiusitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung

2. Pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan menabung

Menurut Lovelock (2010), kualitas layanan mengacu pada standar kinerja dan kemampuan mempertahankannya guna memuaskan klien. Namun, jika pengalaman klien tidak sesuai dengan harapan mereka, maka tingkat layanan yang mereka terima akan di bawah standar dan tidak memadai (Purawningsih, 2020).

Hasil penelitian Irham Pakkawaru (2018) tentang pengaruh religiusitas, kualitas layanan, dan informasi sebagai variabel moderasi terhadap keputusan menabung menunjukkan bahwa keputusan menabung agak dipengaruhi oleh kualitas layanan. Menurut penelitian Erlinda & Mimasri tahun 2021, keputusan menabung nasabah di PT. Bank Perkreditan Rakyat Mustaqim Sukamakmur Banda Aceh dipengaruhi oleh kualitas layanan dan promosi. Di Banda Aceh, keputusan menabung nasabah Bank Perkreditan Rakyat Mustaqim Sukamakmur dipengaruhi secara signifikan oleh kualitas layanan.

H₂ : Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung

3. Pengaruh religiusitas terhadap minat

Agama berdasarkan analisis Harun Nasution dalam Jalaludin (2010) dalam (Zakaria et al., 2020), berasal dari tiga kata: al-Din, religi (relegere, religare), dan religi. Al-Din adalah kata Ibrani untuk undang-undang atau hukum. Oleh karena itu, arti kata ini dalam bahasa Arab adalah penguasaan, penaklukan, ketaatan, hutang, pembalasan, dan kebiasaan. Di sisi lain, istilah Latin untuk agama, relegare, mengacu pada membaca dan mengumpulkan. Religare kemudian bermakna mengikat.

Pengaruh religiusitas terhadap minat didukung oleh penelitian Purba (2017)

tentang pengaruh perubahan bank umum syariah terhadap keinginan warga Kabupaten Aceh Tenggara untuk menabung di Bank Aceh Syariah. Simpulan penelitian tersebut menunjukkan bagaimana keinginan masyarakat untuk menabung di Bank Aceh Syariah dipengaruhi oleh keyakinan agamanya. Hal ini menunjukkan bagaimana faktor agama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung. Kemudian, menurut penelitian Parastika (2021) tentang pengaruh religiusitas dan pengetahuan terhadap keputusan menabung di Bank Syariah dengan bunga sebagai variabel intervening, religiusitas nasabah memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat nasabah untuk menabung.

H₃ : Religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat

4. Pengaruh kualitas layanan terhadap minat

Rusydi (2017) dalam (Aco & Natasya, 2022) mengartikan pelayanan sebagai ikhtiar membantu menyiapkan (menjaga) apa yang dibutuhkan oleh seseorang atau orang lain dari kita, sehingga menimbulkan ikatan dengan hak dan tanggung jawab masing-masing pihak.

Penelitian Andika & Syahputra (2021) mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri KCP Dumai Sukajadi memberikan bukti yang mendukung adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat, dengan hasil menunjukkan pengaruh sebesar $0,000 < 0,05$. Demikian pula penelitian pengaruh religiusitas dan kualitas layanan terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) oleh Alwahidin & Afni (2022) mengungkapkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di BSI.

H₄ : Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap minat**5. Pengaruh minat terhadap keputusan menabung**

Minat menurut Winkel (1993) dalam (Purawningsih, 2020) merupakan suatu kecenderungan yang konsisten dan suatu keadaan senang untuk terlibat dalam suatu hal atau bidang studi tertentu. Sulit untuk mengatakan dengan pasti hal mana yang muncul lebih dulu, namun perasaan senang juga akan menimbulkan rasa ingin tahu, yang selanjutnya didukung oleh sikap optimis yang sama.

Penelitian Romdhoni (2023) yang meneliti dampak minat dan persepsi terhadap keputusan menabung di Bank Syariah Indonesia melalui studi kasus yang melibatkan mahasiswa Fakultas Ekonomi Bismis IAIN Kudus angkatan 2018 menunjukkan adanya pengaruh yang cukup besar antara bunga terhadap keputusan menabung. Sejalan dengan itu, penelitian Nadia Cahya (2020) menunjukkan bahwa bunga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung. Hal ini dilakukan dengan menggunakan bunga sebagai variabel intervening (studi kasus di Bank BRISyariah KC Semarang) untuk menguji pengaruh bagi hasil, kualitas layanan, dan religiusitas terhadap keputusan menabung.

H₅ : Minat berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung**6. Pengaruh religiusitas terhadap keputusan menabung dimediasi oleh minat**

Menurut Jalaluddin dan Ramayulis (2015) dalam (Alwahidin & Afni, 2022), religiusitas atau keberagaman merupakan keadaan internal yang memotivasi seseorang untuk bertindak sesuai dengan keyakinan agamanya. Konsistensi keyakinan agama sebagai komponen kognitif dan agama sebagai komponen konatif membentuk

eksistensi. Pendekatan seseorang terhadap kehidupan, yang dibentuk oleh prinsip-prinsip yang dijunjungnya adalah tingkat religiusitasnya. Dalam konteks Islam, agama juga secara implisit diajarkan secara menyeluruh atau menyeluruh dalam ajaran agama. Oleh karena itu, sejauh mana seseorang menghargai dan meyakini keberadaan Tuhan, yang ditunjukkan dengan ketaatannya yang tulus terhadap perintah dan pantangan larangan dengan segenap jiwa dan raganya, dapat diartikan sebagai religiusitasnya.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Titin Hartini & Ulil Amri (2021) dari Parastika mengenai pengaruh religiusitas dan pengetahuan terhadap keputusan menabung di bank syariah dengan bunga sebagai variabel intervening, variabel bunga memiliki pengaruh positif dan signifikan dalam memediasi antara religiusitas dengan pengetahuan.

Penelitian Gunawan & Famor (2021) yang meneliti tentang peran pengetahuan, fasilitas, religiusitas, dan motif rasional dalam keputusan mahasiswa menabung di bank syariah menemukan bahwa minat menabung merupakan variabel intervening (Studi kasus di Pondok Pesantren Edi Mancoro, Kabupaten Semarang). Hal ini sesuai dengan informasi yang disajikan di sini. Penelitian ini menunjukkan bagaimana religiusitas dapat dimediasi oleh minat dalam kaitannya dengan keputusan mahasiswa menabung di bank syariah.

H₆ : Minat mampu memediasi religiusitas terhadap keputusan menabung

7. Pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan menabung dimediasi oleh minat

Menurut Lovelock (2010), kualitas layanan mengacu pada standar kinerja dan kemampuan mempertahankannya guna memuaskan klien. Pelanggan memandang

kualitas suatu jasa baik dan memuaskan jika mereka merasa bahwa jasa yang diterimanya sesuai dengan harapannya. Namun, jika pengalaman klien tidak sesuai dengan harapan mereka, maka tingkat layanan yang mereka terima akan di bawah standar dan tidak memadai (Purawningsih, 2020).

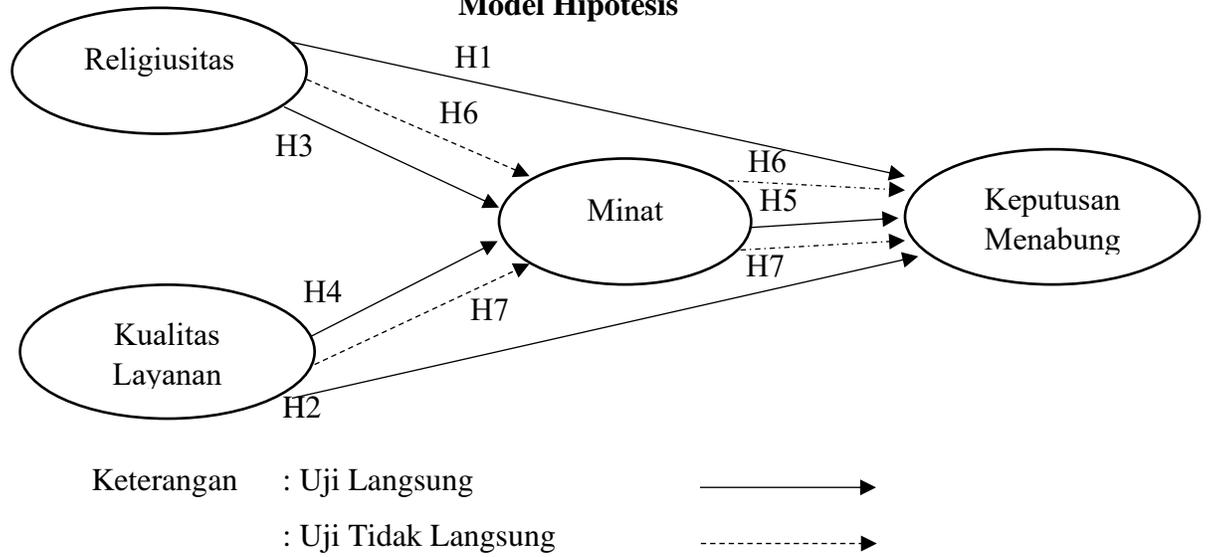
Hasil uji analisis jalur dalam penelitian Arianta & Cahya (2020) tentang pengaruh bagi hasil, kualitas layanan, dan religiusitas terhadap keputusan menabung dengan bunga sebagai variabel intervening (studi kasus di Bank BRISyariah KC Semarang) menunjukkan bahwa minat mampu memediasi kualitas layanan dan religiusitas terhadap keputusan menabung di Bank BRISyariah. Sesuai dengan penelitian Naya (2021) tentang pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan memilih produk perbankan syariah di Bank Syariah KCP Tulunggaung dengan bunga sebagai variabel intervening bahwa variabel minat mampu memediasi kualitas layanan terhadap keputusan memilih produk perbankan syariah yang dibuktikan dengan hasil signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05,.

H7 : Minat mampu memediasi kualitas layanan terhadap keputusan menabung

D. Model Hipotesis

Gambaran konseptual yang menjelaskan korelasi antar variabel dikenal dengan kerangka berpikir. Penjelasan yang diberikan memungkinkan penulis untuk menyusun kerangka atau model penelitian sebagai berikut :

Gambar 2.1
Model Hipotesis



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian

Lokasi penelitian adalah Jl. Tegalondo, Pendem, Kecamatan. Junrejo, Kabupaten Malang, dengan objek penelitian yaitu Anggota simpanan tabaruk pada KSPPS BMT PETA Cabang Malang.

B. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis metodologi penelitian yang digunakan dikenal sebagai penelitian eksplanatif yang menggunakan pendekatan kuantitatif, karena mampu menjelaskan hubungan hipotesis dan pengaruh variabel-variabel independen secara individu dan kolektif terhadap variabel dependen.

Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif. Adanya variabel bebas dan terikat dalam penelitian karena peneliti mengamati bahwa hubungan antara variabel dengan objek yang diteliti lebih bersifat kausal atau sebab akibat. Selanjutnya, peneliti menggunakan variabel-variabel ini untuk menentukan sejauh mana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Sugiyono, 2013). Dalam hal ini peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana religiusitas dan kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan nasabah tabungan KSPPS BMT PETA Tabaruk Cabang Malang dalam menyimpan dananya.

C. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Penelitian ini mencakup sejumlah variabel. Variabel adalah karakteristik, fitur, atau nilai individu, benda, atau aktivitas yang bervariasi dalam cara tertentu dan yang

dipilih peneliti untuk diperiksa guna membuat kesimpulan (Sudiyono, 2011). Penelitian ini menggunakan tiga variabel. *Variabel yang pertama* merupakan variabel independen yaitu pengaruh religiusitas dan kualitas layanan. *Variabel yang kedua* merupakan variabel dependen yaitu keputusan menabung. *Variabel yang ketiga* adalah variabel mediasi yaitu minat.

1. Variabel bebas

Variabel yang menentukan arah atau perubahan variabel terikat disebut variabel bebas. Adapun variabel independen dalam penelitian ini religiusitas (X1), Kualitas Layanan (X2).

2. Variabel terikat

Variabel yang dipengaruhi atau diakibatkan oleh adanya variabel bebas disebut variabel terikat. Adapun variabel dependen dalam penelitian ini yaitu keputusan menabung anggota simpan tabaruk KSPPS BMT PETA Cabang Malang (Y).

3. Variabel Mediasi

Variabel yang mengubah hubungan antara variabel independen dan dependen disebut variabel mediasi Apabila variabel X mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Y, Z, dan Y dengan mengendalikan variabel X, maka variabel tersebut dianggap mediasi (Ghozali, 2013). Adapun variabel mediasi dalam penelitian ini yaitu minat (Z).

Dalam upaya mengembangkan metode yang efisien untuk mengukur konstruk, peneliti memanfaatkan variabel operasional yang merupakan pembedaan atau teknik khusus untuk mengukur (mengoperasionalkan) konstruk menjadi variabel penelitian

lainnya atau mereplikasi pengukuran dengan cara serupa (Husein Umar, 2011).

Definisi operasional memberikan batasan suatu variabel dan memudahkan pengukuran variabel untuk menghasilkan indikator empiris. Kajian ini meliputi definisi operasional dan indikator, sebagai berikut:

Tabel 3.1
Variabel dan Indikator Penelitian

No.	Nama Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator
1	Variabel Independen Religiusitas (X1)	Tingkat penghayatan dan keyakinan keagamaan seseorang terhadap keberadaan Tuhan diukur dari tingkat religiusitasnya, yang dicapai dengan mengikuti petunjuk dan menjauhi hal-hal terlarang dengan segenap jiwa dan raga. (Alwahidin & Afni, 2022).	Keyakinan, Praktik Agama, Pengalaman, Pengetahuan Agama, Konsekuensi (Fielnanda & Wahyuningsih, 2021); (Sayyidah et al., 2022)
2	Variabel Independen Kualitas Layanan (X2)	Barata (2011) mendefinisikan layanan sebagai suatu tindakan atau serangkaian tindakan yang menghasilkan interaksi langsung antara seseorang dengan mesin fisik atau orang lain dan memenuhi kebutuhan pelanggan. (Aco & Natasya, 2022).	Jaminan, Penampilan fisik, Tanggapan, Kehandalan, Empati. (Sunyoto, 2012); (Syahrial, 2018)
3	Variabel Dependen Keputusan Menabung (Y)	Pengambilan keputusan memerlukan pemilihan satu pilihan dari serangkaian pilihan yang tersedia. Seseorang dapat mengambil keputusan apabila diberikan dua pilihan, misalnya membeli	Kemantapan dalam menggunakan produk jasa (menabung) Memutuskan karena merek Sesuai keinginan dan kebutuhan Mendapat rekomendasi orang lain

Lanjutan Tabel 3.1
Variabel & Indikator Penelitian

No	Nama Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator
		atau tidak membeli, dan memutuskan untuk membeli. (Prasetijo dan Ihalauw, 2005)	(Pradana et al, 2017); (Muflif, 2006)
4	Minat (Z)	minat menurut Crow dan Crow (1984) memiliki arti sebagai faktor pendorong yang memaksa seseorang untuk fokus pada sesuatu, orang lain, dan aktivitas tertentu. (Suprihati et al., 2021)	Minat transaksional, Minat refrensional, Minat Prefrensi, Minat eksploratif. (Novi Oktaviani, 2018); (Burhan, 2012)

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi dalam suatu penelitian merupakan kumpulan (seluruh) unsur atau individu yang mempunyai ciri-ciri tertentu. Ciri-cirinya adalah sesuatu yang ingin diketahui atau dilihat dalam suatu penelitian. (Andhita Dessy Wulansaari, 2017). Sedangkan populasi menurut (Suryani, 2015) sebagai keseluruhan individu yang aktivitas atau subjeknya ingin diteliti oleh peneliti. Menurut definisi yang berbeda, Populasi adalah kategori luas yang terdiri dari objek atau orang dengan kualitas dan ciri tertentu yang dipilih peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulan (Sugiyono, 2015).

Populasi pada penelitian ini yaitu anggota simpanan tabaru' KSPPS BMT PETA Cabang Malang, kurang lebihnya yang berjumlah sekitar 600 anggota (Saiful, 2023).

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari ukuran dan susunan populasi. Sampel yang diambil harus mewakili populasi secara akurat (Sugiyono, 2013).

Peneliti menggunakan metode purposive sampling, Meskipun besar populasinya di ketahui, akan tetapi masih belum pasti. Peneliti menggunakan kriteria untuk memilih sampel penelitian ini. Kriteria yang dipakai untuk responden dalam penelitian ini yaitu:

- a. Beragama Islam
- b. Responden yaitu anggota simpanan tabaruk
- c. Berdomisili di kota Batu atau Malang
- d. Responden adalah konsumen yang masih menjadi anggota simpanan tabaruk di KSPPS BMT PETA Cabang Malang.

Penentuan jumlah sampel minimum dihitung berdasarkan rumus Hair et al (Hair, et al, 2010), dimana jumlah sampel representatif yaitu tergantung pada jumlah indikator dikali 5 sampai 10. Jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu:

$$\begin{aligned}
 \text{Sampel} &= \text{Jumlah indikator} \times 10 \\
 &= 18 \times 10 \\
 &= 180
 \end{aligned}$$

E. Sumber data dan Skala Pengukuran

Metode kuesioner adalah pendekatan penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan data. Kuesioner adalah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data dimana partisipan mengisi sejumlah pernyataan tertulis (Sugiyono, 2013). Terdapat

beberapa cara untuk mengumpulkan data, sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer adalah informasi yang dikumpulkan dan dianalisis langsung dari objeknya oleh suatu perusahaan atau individu (Muhamad, 2008). Hasil kuesioner yang diberikan kepada responden terpilih menjadi data primer untuk penelitian ini.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan informasi mengenai peristiwa sejarah yang dikumpulkan secara tidak sengaja atau oleh peneliti arsip. Data sekunder dapat diperoleh dari buku, jurnal, majalah, website, dan sumber data statistik (Bawono, 2006). Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini yaitu jurnal, buku ataupun dari web yang berkaitan dengan penelitian ini.

3. Skala Pengukuran

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur variabel adalah kuesioner dengan skala Likert 5 poin. Skala Likert digunakan dalam penelitian untuk mengukur sikap partisipan dalam menanggapi pertanyaan dan menyelesaikan masalah.

Skala Likert lima poin adalah instrumen untuk mengukur variabel penelitian. Skala Likert juga dapat digunakan untuk mengukur sikap, keyakinan, dan persepsi individu atau kelompok mengenai fenomena sosial. Skala Likert digunakan untuk mengubah variabel yang diukur menjadi indikator variabel (Sugiyono, 2013).

Skala Likert dapat digunakan untuk mengukur sesuatu dan menghasilkan data rasio atau interval. Menurut Imam Ghazali, skala ordinal yang disebut juga skala Likert karena memiliki lima tingkat preferensi jawaban, merupakan skala yang sering

digunakan dalam pembuatan kuesioner (Ghozali, 2013).

Untuk pengukuran variabel dengan menggunakan skala likert, maka tingkat penilaian jawaban adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2
Skala Pengukuran Kuesioner

Jawaban	Skor/Nilai
SS = Sangat Setuju	5
S = Setuju	4
N = Netral	3
TS = Tidak Setuju	2
STS = Sangat Tidak Setuju	1

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner

Kuesioner adalah sekumpulan daftar pertanyaan yang disusun dengan cara tertentu dan dikirimkan kepada responden untuk diisi. Kuesioner dikirim kembali ke peneliti setelah selesai diisi (Bungin, 2006). Penelitian ini menggunakan kuesioner tertutup, artinya responden hanya perlu memilih satu pilihan setelah jawaban diberikan (Arikunto, 2010). Guna mengumpulkan data untuk penelitian ini, kuesioner diberikan kepada anggota tabungan tabarak di KSPPS BMT PETA Cabang Malang.

2. Dokumentasi

Catatan peristiwa masa lalu disebut dokumen. Tulisan, gambar, dan kreasi berskala besar yang dilakukan seseorang semuanya dapat dikategorikan sebagai dokumentasi. catatan tertulis, termasuk jurnal, aturan dan kebijakan, biografi, dan sejarah hidup. dokumen dengan format gambar, termasuk sketsa hidup, gambar,

gambar, dan lainnya. dokumen yang disajikan sebagai karya seni, yang dapat berupa gambar, patung, film, dan jenis media lainnya (Sugiyono, 2013). Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian ini.

3. Observasi

Metode observasi merupakan Proses mengamati dan mendokumentasikan fenomena yang diselidik. Penelitian ini digunakan untuk mengumpulkan data visual dengan mengamati tingkat pelayanan dan religiusitas dalam kaitannya dengan keputusan yang diambil anggota KSPPS BMT PETA Cabang Malang.

4. Uji Instrumen Penelitian

Menurut Ghozali (2013), variabel-variabel penelitian dalam ilmu-ilmu sosial seperti manajemen, psikologi, dan sosiologi biasanya dikembangkan menjadi variabel laten yang tercipta melalui dimensi atau indikator yang diamati dan dapat diukur secara langsung. Biasanya, kuesioner dengan skala Likert yang dirancang untuk memperoleh pendapat responden digunakan untuk mengamati indikator-indikator tersebut.

Pastikan minimal terdapat 30 responden untuk pengujian informasi lapangan agar mendapatkan sebaran nilai uji pengukuran yang mendekati normal (Juliansyah, 2011). Oleh karena itu, buat menjaga validitas dan reliabilitas buah-buah pertanyaan yang terdapat dalam informasi lapangan, kemudian dengan menggunakan sampel uji coba sebanyak 50 responden, dilakukan uji validitas dan reliabilitas terlebih dahulu.

a) Uji Validitas

Pengukuran suatu alat ukur atau validitas instrumen menunjukkan derajat kebenaran dan keabsahan validitasnya. Apabila suatu instrumen dapat menyampaikan data secara akurat dari variabel-variabel yang dianalisis dan mengukur apa yang seharusnya diukur, maka instrumen tersebut dianggap sah. Seberapa cocok data yang dikumpulkan dengan gambaran validitas yang diharapkan dapat ditunjukkan dengan tinggi rendahnya tingkat validitas instrumen. (Anshori, 2017). Nilai r yang dihitung dibandingkan dengan menggunakan tabel r untuk derajat kebebasan $(df) = n-2$, dimana n adalah ukuran sampel, untuk menunjukkan validitas penelitian. Tabel r yaitu Pernyataan atau indikator dianggap valid jika r yang dihitung lebih besar dan memiliki nilai positif (Ghozali, 2013).

b) Uji Reliabilitas

Reliabilitas dapat diartikan sebagai instrumen yang cukup andal untuk bertindak sebagai alat pengumpul data atau pengukuran variabel yang dapat diandalkan karena memberikan hasil yang baik secara konsisten ketika digunakan berulang kali untuk pengukuran pada objek yang sama (Anshori, 2017). Untuk pengujian reliabilitas ini, dapat dipastikan menggunakan nilai reliabilitas composite dan alpha Cronbach. Jika nilai reliabilitas composite, juga dikenal sebagai alpha Cronbach, lebih besar dari 0,7, maka dianggap reliabel (Hardisman, 2021).

G. Teknik Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Analisis statistik deskriptif merupakan strategi statistik untuk mengevaluasi data yang menggambarkan atau menampilkan informasi yang dikumpulkan apa adanya, tanpa maksud untuk menarik kesimpulan yang dapat digeneralisasikan atau digeneralikasan yang berlaku bagi semua orang (Sugiyono, 2015). Dalam hal ini, analisis deskriptif ini bersifat keterangan yang menjelaskan mengenai identitas dari seorang responden, yang mana dikategorikan secara sttatistik dengan berdasarkan karakteristik, seperti gender responden, usia responden pekerjaan responden, pendapatan responden, banyaknya pembelian atau frekuensi pembelian yang dilakukan responden dalam satu bulan.

2. Partial Least Square (PLS)

Teknik analisis data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) dengan metode Partial Least Square (PLS) menggunakan software Smart-PLS (Hardisman, 2021). Dalam konteks ini, Structural Equation Modelling (SEM) merupakan metode statistik multivariate yang dapat digunakan untuk mengurai poa hubungan yang kompleks antara konsep-konsep yang tidak dapat diamati dan indikator-indikator yang dapat diukur daari konsep-konsep tersebut, termasuk kesalahan pengukuran secara langsung (Syahrir et al., 2020). Analisis Partial Least Square (PLS) ini merupakan metode yang cukup ampuh untuk mengandalkan sedikit asumsi dan kriteria, seperti uji normalitas dan multikolinearitas. Selain itu, dengan menggunakan PLS, data yang digunakan tidak perlu berdistribusi normal multivariate,

dan item pengukuran pada skala mulai dari kategori dan peringkat hingga data interval dan rasio dapat disertakan dalam model yang sama dan tidak ada persyaratan untuk ukuran sampel yang besar (Syahrir et al., 2020).

a) Model Struktural (Inner Model)

Model struktural atau juga dikenal sebagai inner model merupakan metodologi analisis guna menentukan adanya kolinearitas antar analisis guna menentukan adanya kolinearitas antar konstruksi dan untuk menilai kekuatan prediktifnya (Syahrir et al., 2020). R-Square merupakan penilaian yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar konstruk eksogen dapat menjelaskan konstruk endogen (Syahrir et al., 2020). Nilai R-Square pada Smart-PLS dapat diperoleh bersamaan dengan analisis validitas dan reliabilitas (outer model) pada tahap analisis PLS-Algorithm (Hardisman, 2021). Semakin tinggi nilai R^2 berarti semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan.

Saat menguji hipotesis, nilai koefisien jalur atau model dalam menunjukkan tingkat signifikansi. Untuk hipotesis dua sisi, skor koefisien jalur, atau model dalam, yang ditunjukkan oleh nilai T-statistik, harus lebih besar dari 1,97, dan untuk hipotesis satu sisi, harus lebih besar dari 1,64.

b) Model Pengukuran (Outer Model)

Model pengukuran juga dikenal sebagai model eksternal, dimana untuk memeriksa hubungan antara variabel konstruk (indikator) dan variabel laten (Syahrir et al., 2020). Dalam hal ini, validitas dan reliabilitas item prediktor atau instrumen penelitian dalam mengukur variabel akhir diperiksa dengan menggunakan model luar

(outer model) (Hardisman, 2021). Parameter model pengukuran yang meliputi nilai R^2 sebagai parameter keakuratan model prediksi diperoleh melalui proses iterasi algoritma. Model pengukuran digunakan untuk mengevaluasi validitas dan reliabilitas konstruk instrumen.

Dalam SmartPLS, validitas konvergen dinilai menggunakan faktor pemuatan yang merupakan korelasi antara skor item/komponen dan skor konstruk dari indikator yang mengukur konstruk. Skor komunalitas dan AVE menunjukkan parameter uji validitas konvergen, yang masing-masing harus lebih besar dari 0,5. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat peluang yang lebih besar bagi suatu indikator untuk menyatu dan masuk ke dalam konstruk yang bersangkutan yaitu di atas 50% dibandingkan indikator dalam suatu konstruk untuk masuk ke dalam variabel lain, yang kecil kemungkinannya untuk terjadi (kurang dari 0,5) (Abdillah, W., 2015). Namun menurut Ghozali (2021) menyatakan bahwa indikator individu dianggap reliabel jika nilai korelasinya lebih besar dari 0,7. Validitas konvergen dapat terpenuhi apabila variabel memiliki nilai AVE di atas 0,5, namun pada penelitian dengan skala peningkatan, nilai loading factor 0,5 sampai dengan 0,6 masih dapat diterima (Ghozali, 2021).

Pengukuran parameter validitas diskriminan melibatkan perbandingan akar konstruk. AVE harus lebih besar dari skor pembebanan Cross atau korelasi antar variabel laten. Tabel cross-loading menunjukkan bahwa setiap indikator dalam suatu konstruk akan berbeda dengan indikator-indikator dalam konstruk lain dan agregat dalam konstruk tersebut (Abdillah & Hartono, 2015). Dibandingkan dengan reliabilitas

composite, Kehati-hatian lebih ditunjukkan dalam hasil pengukuran yang mengevaluasi keandalan skor komponen variabel laten. Disarankan agar nilai AVE melebihi 0,5% (Ghozali, 2016).

H. Uji Hipotesis

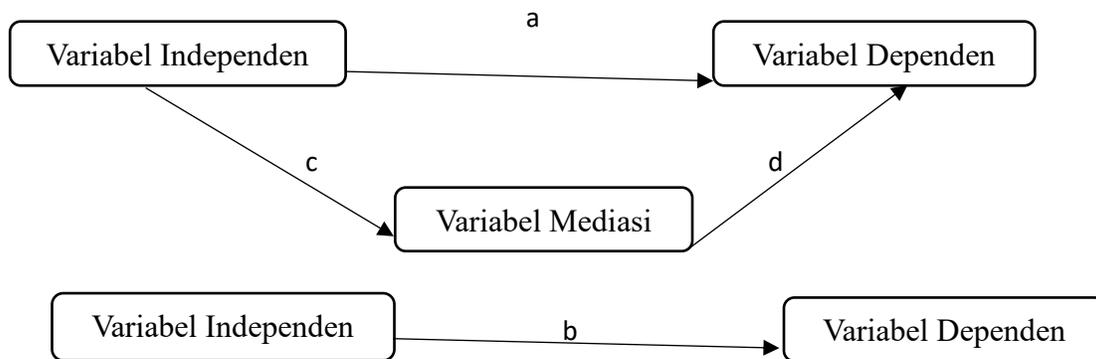
Pengujian hipotesis yang disebut teknik bootstrapping menghasilkan nilai statistik-t untuk setiap jalur hubungan yang mungkin. Dalam hal ini, nilai t-statistik akan dibandingkan dengan nilai t-tabel. Tingkat kepercayaan, seperti 90%, 95% atau 99% dapat digunakan untuk menentukan nilai t-tabel. Apabila ambang batas akurasi atau ketidaktepatan (α) diatur 5% atau 0,05, maka menggunakan tingkat kepercayaan 95% (Syahrir et al., 2020).

Uji pengaruh langsung dan uji pengaruh tidak langsung adalah dua uji yang digunakan untuk menilai hipotesis ini. Uji pengaruh tidak langsung menilai dan mengukur derajat korelasi yang terjalin antara variabel mediasi (intervening) dengan variabel lainnya. Ketika suatu variabel mempengaruhi hubungan antara variabel independen dan dependen, maka analisis ini masuk akal untuk digunakan. Variabel dependen kemudian dipengaruhi oleh modifikasi variabel mediator (Syahrir et al., 2020).

Selanjutnya, untuk mengetahui sifat hubungan antar variabel, apakah variabel tersebut berfungsi sebagai variabel mediasi sempurna, variabel mediasi parsial, atau tidak berfungsi sebagai variabel mediasi, maka digunakan metode pengujian sebagai berikut: selisih nilai koefisien dan signifikansi. (1) memeriksa bagaimana variabel

independen secara langsung mempengaruhi variabel dependen dalam model variabel mediasi; (2) memeriksa bagaimana variabel independen secara langsung mempengaruhi variabel dependen tanpa adanya variabel mediasi; (3) memeriksa bagaimana variabel independen mempengaruhi variabel mediasi; (4) memeriksa bagaimana variabel mediasi mempengaruhi variabel dependen (Ekowati, 2017).

Dalam bentuk gambar, hubungan tersebut yaitu:



Dapat dikatakan sebagai variabel mediasi sempurna, jika (c) dan (d) signifikan dan (a) tidak signifikan. Di sisi lain, dapat dikatakan sebagai variabel mediasi sebagian, jika (c) dan (d) signifikan, dan (a) signifikan, dimana koefisien dari (a) lebih kecil dari (b) maka. Namun, variabel ini tidak dapat dikatakan sebagai variabel mediasi, jika (c) dan (d) signifikan, serta (a) juga signifikan, dimana koefisien dari (a) hampir sama dengan (b). Meskipun demikian, variabel ini dianggap bukan variabel mediasi jika (c) dan (d) atau keduanya tidak signifikan (Ekowati, 2017).

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Obyek Penelitian

1. Profil Singkat Lembaga

Nama Lembaga : KSPPS BMT PETA (Perekonomian Tasyrikah Agung)

Alamat Lembaga kantor Pusat terletak di Tulungagung, Jawa Timur. Begitupula terdapat beberapa kantor cabang yaitu antara lain; 1) Trenggalek, Jawa Timur 2) Jombang, Jawa Timur 3) Blora, Jawa Tengah 4) Grobogan, Jawa Tengah 5) Kudus, Jawa Tengah 6) Blitar, Jawa Timur 7) Jember, Jawa Timur 8) Kediri, Jawa Timur 9) Pati, Jawa Tengah 10) Semarang, Jawa Tengah 11) Kota Batu-Malang, Jawa Timur 12) Sidoarjo, Jawa Timur 13) Demak, Jawa Tengah 14) Lamongan, Jawa Timur.

Email : layananpengaduan.bmtpeta@gmail.com

2. Visi, Misi, Tujuan dan Motto KSPPS BMT PETA Cabang Malang

a. Visi

Support dalam pelayanan, tegas dalam aturan

b. Misi

- 1) Menjadikan KSPPS BMT PETA Cabang Malang sebagai rumah ekonomi jama'ah PETA.
- 2) Meningkatkan kesejahteraan umat dan anggota
- 3) Menyediakan permodalan dan melakukan pendampingan usaha bagi anggota, mitra dan masyarakat.

- 4) Melakukan aktifitas ekonomi dengan budaya STAF (shiddiq/jujur, tabligh/komunikatif, amanah/dipercaya, fathonah/profesional).
- 5) Menjadi mitra lembaga donor, perbankan dan pemerintah untuk pengembangan usaha mikro.
- 6) KSPPS BMT PETA Cabang Malang dapat memberikan layanan yang prima kepada seluruh anggota, mitra dan masyarakat luas.
- 7) Menjadi lembaga intermediasi yang menghimpun dana dari anggota, calon anggota, dan menyalurkan kembali kepada anggota.

c. Tujuan

KSPPS BMT PETA bermaksud untuk memajukan usaha ekonomi yang menjunjung tinggi nilai-nilai dan prinsip-prinsip muamalah yang menjunjung tinggi keadilan, keterbukaan, dan kehati-hatian, guna meningkatkan kesejahteraan bersama.

d. Motto

Terjalannya ukhuwah dalam rangka kebangkitan ekonomi umat.

3. Sejarah KSPPS BMT PETA Cabang Malang

Pemrakarsa dan pengesah KSPPS BMT PETA adalah KH. M. Sholachuddin Abdul Djalil Mustaqim. Sebagai lembaga keuangan berjamaah berbasis syariah, BMT didirikan di bawah naungan program PETA (Pesulukan Ekonomi Raya). BMT merupakan badan hukum koperasi.

Berawal dari kekhawatiran terhadap lembaga keuangan tradisional yang mengandung unsur riba, jemaat PETA mendirikan BMT sebagai rumah ekonomi mereka. Di BMT PETA, seluruh jemaat Pondok PETA berkesempatan untuk

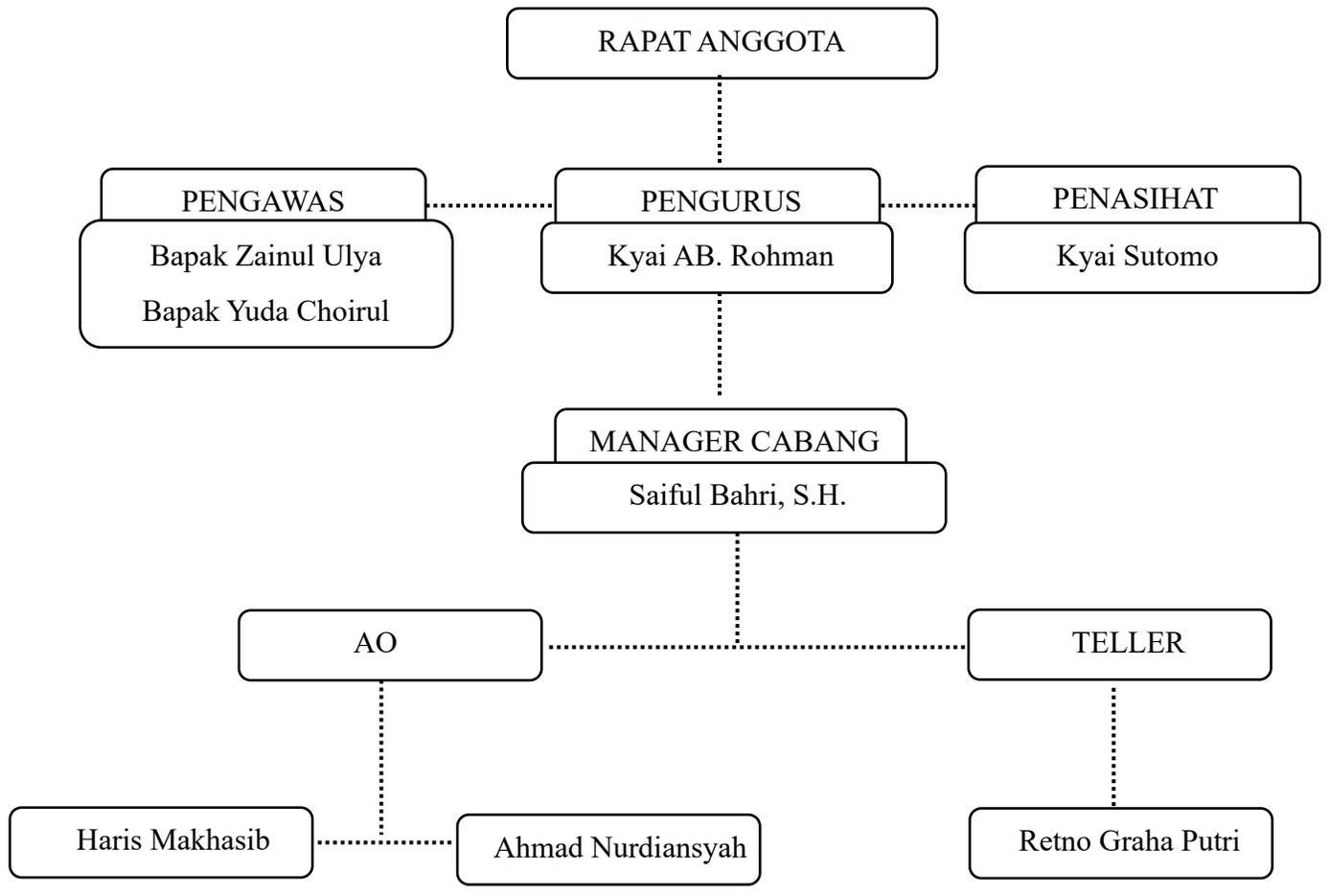
menabung, bergabung, dan naik jabatan menjadi pengelola. Dengan motto "dari jemaat oleh jemaat dan untuk jemaat", tujuan rumah ekonomi jemaat adalah untuk memenuhi kebutuhan keuangan para anggotanya dengan cara yang sesuai dengan syariat dan terhindar dari riba.

Meskipun KSPPS BMT PETA Cabang Malang berdiri pada awal tahun 2020, namun belum dapat beroperasi karena adanya pandemi COVID-19. Namun pada awal tahun 2021, KSPPS BMT PETA Cabang Malang sudah dapat beroperasi kembali. Produk yang paling diminati oleh anggota adalah produk tabungan tabrak (Tabungan Barokah Umum) yang ditawarkan oleh KSPPS BMT PETA Cabang Malang.

4. Struktur Organisasi KSPPS BMT PETA Cabang Malang

Struktur organisasi KSPPS BMT PETA Cabang Malang bersifat sentralisasi, maka Rapat Anggota Tahunan (RAT) pusatlah yang memegang kendali atas semua keputusan, kebijakan, dan kewenangan. Berikut struktural Organisasi KSPPS BMT PETA Cabang Malang:

**Gambar 4.1 Struktural Organisasi
KSPPS BMT PETA Cabang Batu-Malang**



5. Produk-produk KSPPS BMT PETA Cabang Malang

Produk yang ditawarkan oleh KSPPS BMT PETA Cabang Malang terbagi menjadi dua kategori, yaitu Produk Barokah yang berfokus pada tabungan dan Produk Manfaat yang berfokus pada pembiayaan:

1. Produk Barokah (Simpanan)

Akad *wadi'ah yad dhamanah* digunakan untuk produk simpanan umum di KSPPS BMT PETA Cabang Malang. Sebagai penerima titipan, KSPPS BMT PETA Cabang Malang wajib memastikan bahwa titipan dikembalikan, namun juga bebas menggunakan uang milik penabung. Adapun jenis produk simpanan yang ada pada KSPPS BMT PETA Cabang Malang adalah sebagai berikut:

a. Simpanan Tabungan Barokah Umum (Tabaruk)

Tabungan barokah umum, yang juga dikenal sebagai tabungan tabaruk, adalah rekening tabungan yang memungkinkan penyetoran dan penarikan dana kapan saja tanpa potongan atau biaya administrasi bulanan. Selain itu, nasabah dapat memperoleh bonus yang jumlahnya tidak ditentukan di awal akad, dengan setoran awal minimal Rp20.000 dan setoran selanjutnya minimal Rp5.000.

b. Simpanan Tabungan Barokah Idul Fitri (Taburi)

Tabungan taburi, yang terkadang dikenal sebagai tabungan barokah Idul Fitri, adalah jenis tabungan murni yang tidak dikenakan biaya administrasi bulanan; penyetoran dapat dilakukan kapan saja, dan penarikan dibatasi hingga menjelang Idul Fitri. Tabungan taburi tidak memiliki jumlah setoran minimum atau tujuan tabungan yang ditetapkan.

c. Simpanan Tabungan Barokah Qurban (Tafakur)

Tabungan Barokah Qurban atau yang dikenal juga dengan nama Tabungan Tafakur merupakan jenis tabungan murni yang tidak dipotong biaya administrasi bulanan. Anggota dapat melakukan penyetoran kapan saja, namun penarikan baru dapat dilakukan saat mendekati Hari Raya Idul Adha. Besaran setoran harian sebesar Rp20.000,- memungkinkan anggota tabungan untuk mengambil tabungan dan melaksanakan ibadah Qurban di Hari Raya Idul Adha.

d. Simpanan Tabungan Haji & Umroh Terwujud (TAHAJUD))

Tabungan Tahajud merupakan tabungan murni, artinya tidak ada biaya administrasi. Setoran awal yang dibutuhkan cukup Rp 200.000 untuk memenuhi syarat menunaikan ibadah haji atau umrah. Setoran dapat dilakukan kapan saja, tetapi penarikan hanya dapat dilakukan setelah tabungan mencapai jumlah yang diinginkan. Selain itu, Tabungan Tahajud juga mendapatkan bonus tabungan setiap bulannya.

e. Simpanan Tabungan Barokah Haul (TAHALUL)

Simpanan Tahalul merupakan untuk mempersiapkan sedini mungkin jariah dan akomodasi dalam acara HAUL pondok PETA dengan Simpanan Tahalul. Syarat dan ketentuan untuk acara HAUL Pondok PETA dengan Tabungan Tahalul harus segera disiapkan. Dengan setoran awal hanya Rp 5.000 dan tanpa potongan biaya administrasi, dapat melakukan tahalul tabungan di sini dan menerima bonus tabungan setiap bulan. Tiga bulan sebelum acara Haul, penarikan tabungan Tahalul dapat dilakukan di sini.

f. Simpanan Berjangka (SIJAKA)

Tabungan Sijaka adalah rekening tabungan yang memiliki ketentuan setoran dan penarikan berdasarkan waktu. Di Tabungan Sijaka, setoran awal minimum adalah Rp1.000.000, dan bagi hasil tabungan setiap bulannya bersifat kompetitif. Tidak ada potongan administrasi. Periode penarikan adalah enam dan dua belas bulan.

g. Simpanan Berjangka Plus (SIJAKA PLUS)

Tabungan Sijaka Plus merupakan rekening tabungan yang memungkinkan anggotanya untuk mengajukan permohonan penyetoran dan penarikan barang atau uang tunai berdasarkan jangka waktu yang telah ditentukan. Di Tabungan Sijaka Plus, setoran awal minimum adalah Rp1.000.000 dan jangka waktu penarikan selama enam hingga enam puluh bulan.

2. Produk Manfaat (Pembiayaan)

Terdapat Jenis pembiayaan yang diberikan KSPPS BMT PETA Cabang Malang pada masyarakat, meliputi:

a. Pembiayaan Anggota Modal Usaha Berkah (PETA MUSAHADAH)

layanan pembiayaan yang diperuntukkan bagi anggota yang membutuhkan dana tambahan untuk usaha kecil dan menengah..

b. Pembiayaan Anggota Modal Usaha Tani Berkah (PETA MUSTANIAH)

layanan untuk membiayai anggota yang membutuhkan dana tambahan untuk usaha pertanian yang menjual pupuk, benih, dan obat-obatan selain menyewa peralatan, pekerja, atau tanah.

c. Pembiayaan Anggota Multi Jasa (PETA MASLAHAH)

Layanan pembiayaan ditujukan bagi anggota yang membutuhkan dana untuk hal-hal seperti biaya pernikahan, tagihan medis, sewa tempat usaha, dan lain-lain.

d. Pembiayaan Anggota Pembelian Kendaraan (PETA PEMBEDA)

layanan pembiayaan yang diperuntukkan bagi anggota yang ingin membeli mobil, motor, atau kendaraan lainnya baru atau bekas, DP sebesar 30% dari harga kendaraan.

e. Pembiayaan Anggota Pembelian Furniture dan Elektronik (PETA PETANIK)

layanan pembiayaan yang diperuntukkan bagi anggota yang ingin memiliki barang furniture dan elektronik baik baru ataupun bekas (TV, HP, Mesin cuci, dll) DP 30% dari harga barang.

f. Pembiayaan Anggota Haji Terwujud (PETA PETAJI)

layanan pembiayaan yang diperuntukkan bagi anggota yang ingin daftar Haji, yaitu untuk mendapatkan nomor seat porsi Haji.

g. Pembiayaan Anggota Pasar (PETA PETASAR)

Merupakan layanan pembiayaan yang ditujukan untuk kebutuhan anggota yang mempunyai usaha/lapak di pasar.

Pembiayaan disini berbasis syari'ah yang menggunakan akad, antara lain: a). Murabahah (Jual beli) b). Rahn (Gadai) c). Ijarah (Sewa) d). Kafalah e). Musyarakah (Bagi Hasil) f). Mudharabah (Bagi Hasil)

B. Deskripsi Karakteristik Responden

1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Data menurut jenis kelamin responden yang terdapat dalam penelitian ini telah diidentifikasi berdasarkan hasil pengumpulan informasi dari 180 responden melalui kuesioner. Tabel di bawah ini menampilkan cara pengklasifikasian responden berdasarkan jenis kelamin:

Tabel 4.1
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-laki	101	56,1%
Perempuan	79	43,9%
Jumlah	180	100%

Sumber: Data diolah peneliti 2024

Pada Tabel 4.1 menunjukkan data dari 180 responden, dikategorikan ke dalam kelompok pria dan wanita menurut jenis kelamin. Hasil dari pembagian ini menunjukkan bahwa jumlah responden laki-laki adalah 101, atau sekitar 56,1%, yang lebih tinggi dibandingkan dengan jumlah responden perempuan sekitar 79, atau sekitar 43,9%.

2. Profil Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan data yang dikumpulkan dari 180 responden melalui penggunaan kuesioner, usia responden penelitian telah ditentukan. Kategori responden menurut rentang usia ditunjukkan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.2
Responden berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Presentase
20-35 Tahun	47	26,1%
36-50 Tahun	91	50,6%
51-65 Tahun	34	18,9%
66-80 Tahun	8	4,4%
Jumlah	180	100%

Sumber: Data diolah peneliti 2024

Berdasarkan usia, 180 responden dapat dibagi menjadi empat kelompok, seperti yang ditunjukkan pada Tabel 4.2. Pada rentang usia 20–35 tahun, responden berjumlah 47 orang (26,1%), 91 orang (50,6%), 34 orang (18,9%), dan 8 orang (4,4%). Hal ini menunjukkan bahwa responden sebagian besar berusia antara 36 dan 50 tahun..

3. Profil Responden Berdasarkan Pendidikan

Tingkat pendidikan responden dalam penelitian ini telah diidentifikasi berdasarkan informasi yang dikumpulkan dari 180 responden melalui penggunaan kuesioner. Tabel di bawah ini menggambarkan responden berdasarkan tingkat pendidikan mereka:

Tabel 4.3
Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Persentase
SD	4	2,2%
SMP	67	37,2%
SMA	77	42,8%
S1	32	17,8%
Jumlah	180	100%

Sumber: Data diolah peneliti 2024

Berdasarkan tabel 4.3 diperoleh bahwa responden dengan tingkat pendidikan SD sebanyak 4 orang (2,2%), tingkat pendidikan SMP sebanyak 67 orang (37,2%), tingkat

pendidikan SMA sebanyak 77 orang (42,8%), dan tingkat pendidikan S1 sebanyak 32 orang (17,8%). Artinya responden terbanyak dengan tingkat pendidikan SMA.

4. Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan dalam penelitian ini telah diidentifikasi berdasarkan informasi yang telah dikumpulkan dari 180 responden melalui penggunaan kuesioner. Tabel di bawah ini menggambarkan klasifikasi responden berdasarkan pekerjaan mereka:

Tabel 4.4
Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Guru	13	7,2%
Pegawai Swasta	16	8,9%
Wiraswasta	105	58,3%
Lain-lain	46	25,6%
Jumlah	180	100%

Sumber: Data diolah peneliti 2024

Berdasarkan Tabel 4.4 diperoleh bahwa responden dengan pekerjaan Guru sebanyak 13 orang (7,2%), Pegawai Swasta sebanyak 16 orang (8,9%), Wiraswasta sebanyak 105 orang (58,3%), dan lainnya sebanyak 46 orang (25,6%). Artinya responden terbanyak dengan pekerjaan wiraswasta.

C. Analisis Statistik Deskriptif

Data yang diperoleh dengan menggunakan statistik deskriptif, informasi yang dikumpulkan dari jawaban responden terhadap setiap indikator pengukuran variabel yang diteliti, sebagai berikut:

1. Variabel Religiusitas

Variabel religiusitas memiliki lima indikator, yaitu (1) keyakinan (2) praktik agama (3) pengalaman (4) pengetahuan agama (5) konsekuensi

Tabel 4.5
Jawaban Responden Mengenai Variabel religiusitas

No	Pernyataan	SS		S		N		TS		STS		Total	
		F	%	F	%	F	%	F	%	f	%	f	%
1	X1.1.1	99	55,0	75	41,7	6	3,3	0	0	0	0	180	100
2	X1.1.2	70	38,9	99	55,0	11	6,1	0	0	0	0	180	100
3	X1.2.1	76	42,2	84	46,7	20	11,1	0	0	0	0	180	100
4	X1.2.2	68	37,8	87	48,3	25	13,9	0	0	0	0	180	100
5	X1.3.1	69	38,3	87	48,3	24	13,3	0	0	0	0	180	100
6	X1.3.2	84	46,7	85	47,2	11	6,1	0	0	0	0	180	100
7	X1.4.1	82	45,6	94	52,2	4	2,2	0	0	0	0	180	100
8	X1.4.2	67	37,2	102	56,7	11	6,1	0	0	0	0	180	100
9	X1.5.1	69	38,3	96	53,3	15	8,3	0	0	0	0	180	100
10	X1.5.2	59	32,8	98	54,4	23	12,8	0	0	0	0	180	100

Sumber: Data diolah peneliti 2024

Berdasarkan data dalam Tabel 4.5 dapat disimpulkan bahwa rata-rata tanggapan responden menunjukkan tingkat persetujuan yang tinggi. Pada X1.1.1 terkait dengan persentase bahwa tiada tuhan selain Allah SWT mencapai 55,0%. X1.1.2 terkait menyakini bahwa islam merupakan sumber dari segala hukum mencapai 55,0%. X1.2.1 bahwa membaca al-Qur'an jika sedang halangan mencapai 46,7%. X1.2.2 bahwa menghadiri pengajian atau mendengarkan ceramah melalui media sosial mencapai 48,3%. X1.3.1 menyakini bahwa Allah pasti akan mengabulkan doa-doa orang yang bersungguh-sungguh mencapai 48,3%. X1.3.2 mematuhi dan menjalankan aturan agama Islam dalam kehidupan sehari-hari mencapai 47,2%. X1.4.1 bahwa ikut andil dalam kegiatan di tempat ibadah mencapai 52,2%. X1.4.2 mengetahui hukum-

hukum Islam khususnya terkait dalam perbankan syariah mencapai 56,7%. X1.5.1 menysihkan uang untuk bersedakah mencapai 53,3%. X1.5.2 berusaha jujur dalam setiap keadaan apapun mencapai 54,4%.

2. Variabel Kualitas Layanan

Variabel kualitas layanan memiliki lima indikator, yaitu (1) jaminan (2) penampilan fisik (3) tanggapan (4) kehandalan (5) empati

Tabel 4.6
Jawaban Responden Mengenai Variabel Kualitas Layanan

No	Pernyataan	SS		S		N		TS		STS		Total	
		F	%	F	%	F	%	f	%	f	%	f	%
1	X2.1.1	90	50,0	79	43,9	11	6,1	0	0	0	0	180	100
2	X2.1.2	71	39,4	85	47,2	24	13,3	0	0	0	0	180	100
3	X2.2.1	89	49,4	81	45,0	10	5,6	0	0	0	0	80	100
4	X2.2.2	81	45,0	90	50,0	9	5,0	0	0	0	0	180	100
5	X2.2.3	60	33,3	99	55,0	21	11,7	0	0	0	0	180	100
6	X2.3.1	61	33,9	95	52,8	24	13,3	0	0	0	0	180	100
7	X2.3.2	93	51,7	84	46,7	3	1,7	0	0	0	0	180	100
8	X2.4.1	95	52,8	75	41,7	10	5,6	0	0	0	0	180	100
9	X2.4.2	68	37,8	88	48,9	24	13,3	0	0	0	0	180	100
10	X2.5.1	78	43,3	90	50,0	12	6,7	0	0	0	0	180	100
11	X2.5.2	82	45,6	87	48,3	10	5,6	1	,6	0	0	180	100

Sumber: Data diolah peneliti 2024

Berdasarkan data dalam Tabel 4.6 dapat disimpulkan bahwa rata-rata tanggapan tingkat persetujuan yang tinggi. Pada X2.1.1 terkait karyawan BMT PETA bertanggung jawab dan dapat dipercaya mencapai 50,0%. X2.1.2 terkait karyawan BMT PETA memberikan layanan yang sama kepada setiap anggota mencapai 47,2%. X2.2.1 terkait karyawan BMT PETA memberikan kenyamanan untuk setiap anggota mencapai 49,4%. X2.2.2 terkait karyawan BMT PETA memberikan kemudahan akses untuk setiap anggota mencapai 50,0%. X2.2.3 terkait karyawan BMT PETA memberikan

perhatian dalam menanggapi permintaan anggota dan kenyamanan bagi anggota mencapai 55,0%. X2.3.1 terkait karyawan BMT PETA memproses dengan cepat dan tepat setiap transaksi yang dilakukan mencapai 52,8%. X2.3.2 terkait karyawan BMT PETA cekatan dan cepat dalam melayani keluhan anggota mencapai 51,7%. X2.4.1 terkait karyawan BMT PETA mempunyai sifat jujur dan amanah mencapai 52,8%. X2.4.2 terkait karyawan BMT PETA memberikan layanan yang profesional seperti cepat, tepat, akurat serta adil mencapai 48,9%. X2.5.1 terkait karyawan BMT PETA berupaya berusaha memahami kebutuhan anggota dengan baik mencapai 50,0%. X2.5.2 terkait karyawan BMT PETA membantu setiap anggota yang mengalami kendala mencapai 48,3%.

3. Variabel Keputusan Menabung

Variabel keputusan menabung memiliki empat indikator, yaitu (1) kemantapan dalam menggunakan produk jasa (2) memutuskan karena merek (3) sesuai keinginan dan kebutuhan (4) mendapat rekomendasi orang lain masalah dalam perilaku konsumen islami.

Tabel 4.7
Jawaban Responden Mengenai Variabel Keputusan Menabung

No	Pernyataan	SS		S		N		TS		STS		Total	
		F	%	F	%	f	%	f	%	F	%	f	%
1	Y.1.1	67	37,2	104	57,8	9	5,0	0	0	0	0	180	100
2	Y.1.2	67	37,2	93	51,7	20	11,1	0	0	0	0	180	100
3	Y.2.1	69	38,3	87	48,3	24	13,3	0	0	0	0	180	100
4	Y.2.2	71	39,4	85	47,2	24	13,3	0	0	0	0	180	100
5	Y.3.1	76	42,2	93	51,7	11	6,1	0	0	0	0	180	100
6	Y.3.2	81	45,0	90	50,0	9	5,0	0	0	0	0	180	100
7	Y.4.1	60	33,3	99	55,0	21	11,7	0	0	0	0	180	100
8	Y.4.2	61	33,9	95	52,8	24	13,3	0	0	0	0	180	100

Sumber: Data diolah peneliti 2024

Berdasarkan dari data di Tabel 4.7 bahwa terdapat tingkat persetujuan yang tinggi dalam jawaban rata-rata responden.. Pada tabel Y.1.1 terkait bahwa saya menabung di BMT PETA setelah mengetahui informasi tentang detail produk jasa yang ditawarkan mencapai 57,8%. Y.1.2 bahwa saya menaruh perhatian terhadap produk tabungan di BMT PETA mencapai 51,7%. Y.2.1 bahwa saya menabung di BMT PETA karena produknya bagus dan terjamin keamanannya mencapai 48,3%. Y.2.2 saya merasa puas terhadap produk-produk yang ada di BMT PETA mencapai 47,2%. Y.3.1 terkait saya menabung di BMT PETA karena dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan keuangan mencapai 51,7%. Y.3.2 terkait saya berkeinginan menabung di BMT PETA karena menurut saya tabungan dapat bermanfaat bagi saya mencapai 50,0%. Y.4.1 terkait saya menabung di BMT PETA karena mendapatkan rekomendasi dari orang lain mencapai 55,0%. Y.4.2 terkait saya selalu mendiskusikan kebaikan-kebaikan tentang BMT PETA dan mengajak orang lain untuk menabung di BMT PETA mencapai 52,8%.

4. Variabel Minat

Variabel minat memiliki empat indikator, yaitu (1) minat transaksional (2) minat refrensional (3) minat prefrensi (4) minat eksploratif.

Tabel 4.8
Jawaban Responden Mengenai Variabel Minat

No	Pernyataan	SS		S		N		TS		STS		Total	
		F	%	F	%	F	%	f	%	F	%	f	%
1	Z.1.1	65	36,1	106	58,9	9	5,0	0	0	0	0	180	100
2	Z.1.2	57	31,7	99	55,0	24	13,3	0	0	0	0	180	100
3	Z.2.1	69	37,8	88	48,9	24	13,3	0	0	0	0	180	100
4	Z.2.2	70	38,9	86	47,8	24	13,3	0	0	0	0	180	100
5	Z.3.1	76	42,2	93	51,7	11	6,1	0	0	0	0	180	100
6	Z.3.2	79	43,9	92	51,1	9	5,0	0	0	0	0	180	100
7	Z.4.1	57	31,7	90	50,0	20	11,1	13	7,2	0	0	180	100
8	Z.4.2	60	33,3	96	53,3	24	13,3	0	0	0	0	180	100

Sumber: Data diolah peneliti 2024

Berdasarkan dari data Tabel 4.8 bahwa sebagian besar tanggapan responden menunjukkan tingkat persetujuan yang tinggi. Z.1.1 adalah tentang keinginan saya untuk menabung di BMT PETA, sebagaimana dibuktikan oleh keinginan saya sebesar 58,9% untuk menggunakan produk tabungan. Z.1.2 berkaitan dengan bagaimana saya menabung di BMT karena dari layanan dan barang yang ditawarkan memenuhi kebutuhan saya mencapai 55,0%. Z.2.1 terkait saya akan merekomendasikan produk BMT PETA kepada orang-orang di sekitar saya mencapai 48,9%. Z.2.2 terkait saya akan memberikan komentar yang positif mengenai tabungan di BMT PETA kepada orang-orang di sekitar saya mencapai 47,8%. Z.3.1 terkait saya memilih produk tabungan di BMT PETA karena dengan menabung akan bermanfaat bagi saya mencapai 51,7%. Z.3.2 terkait produk tabungan barokah umum lebih menarik perhatian saya

mencapai 51,1%. Z.4.1 terkait saya menanyakan informasi produk tabungan yang ada di BMT PETA kepada orang yang sudah menggunakannya mencapai 50,0%. Z.4.2 terkait saya tertarik menggunakan produk tabungan barokah umum setelah mendapat informasi dari teman/kerabat mencapai 53,3.

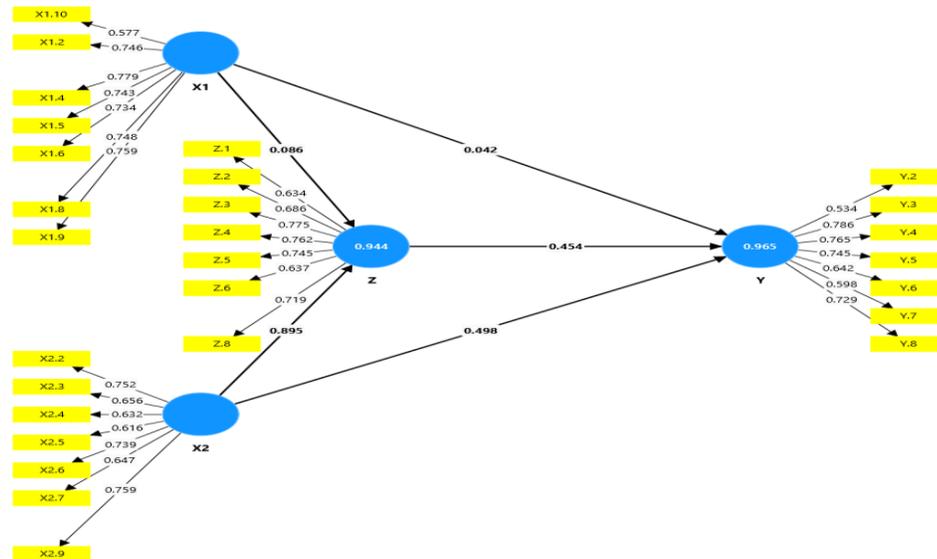
D. Hasil Analisis Data

1. Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

a. Validitas

Apabila data layak untuk dijadikan pengukuran dalam model, analisis ini dilakukan untuk menilai validitas dan reliabilitas setiap konstruk indikator. Dalam model pengukuran, terdapat empat variabel laten, yaitu minat (Z), keputusan menabung (Y), religiusitas (X1), dan kualitas layanan (X2). Model pengukuran penelitian ini memiliki variabel laten dengan nilai kurang dari 0,5 yang tidak memenuhi persyaratan faktor pemuatan. Akibatnya, variabel laten yang tidak sesuai kriteria dihilangkan dari data saat ini (lampiran berisi hasil pengolahan data awal). Dengan demikian, peneliti memproses data untuk kedua kalinya dengan cara yang dijelaskan berikut ini:

Gambar 4.2 Outer Model



Sumber: Data diolah dengan smartPLS, 2024

Analisis tambahan kemudian dilakukan berdasarkan temuan dari analisis model eksternal. Validitas konvergen dan uji AVE (Average Variance Extracted) adalah dua metode pengujian analisis tambahan yang disertakan di bawah ini:

1) Convergent Validity

Hubungan antara item pernyataan terhadap variabel laten dalam kuesioner yang telah diberikan kepada responden ditunjukkan dengan uji validitas konvergen. Suatu indikator dianggap lulus uji validitas jika nilai faktor muatannya lebih besar dari 0,5. Bobot setiap item pernyataan ditampilkan sebagai ukuran setiap variabel dengan nilai faktor pemuatan. Validitas konvergen bernilai ketika data yang tidak sesuai dengan kriteria dihilangkan dan dilakukan pemrosesan data tambahan:

Tabel 4.9 Loading Factor

Variabel	Item	<i>Loading Factor</i>	Keterangan
Religiusitas	X1.2	0.746	Valid
	X1.4	0.779	Valid
	X1.5	0.743	Valid
	X1.6	0.734	Valid
	X1.8	0.748	Valid
	X1.9	0.759	Valid
	X1.10	0.577	Valid
Kualitas Layanan	X2.2	0.752	Valid
	X2.3	0.656	Valid
	X2.4	0.632	Valid
	X2.5	0.616	Valid
	X2.6	0.739	Valid
	X2.7	0.647	Valid
	X2.9	0.759	Valid
Keputusan Menabung	Y.2	0.534	Valid
	Y.3	0.786	Valid
	Y.4	0.765	Valid
	Y.5	0.745	Valid
	Y.6	0.642	Valid
	Y.7	0.598	Valid
	Y.8	0.729	Valid
Minat	Z.1	0.634	Valid
	Z.2	0.686	Valid
	Z.3	0.775	Valid
	Z.4	0.762	Valid
	Z.5	0.745	Valid
	Z.6	0.637	Valid
	Z.8	0.719	Valid

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Dianggap valid berdasarkan analisis nilai muatan luar setiap variabel laten yang bervariasi tetapi selalu mempunyai nilai lebih besar dari 0.5.

2) Uji Average Variance Extracted (AVE)

Selain outer loading, nilai average variance extracted merupakan faktor lain yang menjadi bahan uji validitas. Indikator dapat mencerminkan setiap variabel dan dapat dijelaskan jika nilai AVE lebih dari 0,5. Berikut ini adalah hasil nilai AVE masing-masing variabel:

Tabel 4.10 Nilai Average Variance Extracted

	AVE	Keterangan
Religiusitas	0.649	Valid
Kualitas Layanan	0.679	Valid
Keputusan Menabung	0.626	Valid
Minat	0.622	Valid

Sumber: data primer diolah, 2024

b. Reabilitas

Dengan memeriksa nilai composite reliabilitas dan cronbach alpha setiap variabel, maka dapat menentukan reliabilitas data. Suatu variabel dianggap reliabel jika nilai alpha Cronbach dan reliabilitas kompositnya lebih tinggi dari 0,7. Berikut ini adalah nilai reliabilitas komposit dan alpha Cronbach:

Tabel 4.11 Nilai Cronbach alpha dan composite reliability

	Cronbach Alpha	Composite Reliability	Keterangan
Religiusitas	0.820	0.837	Reliabel
Kualitas Layanan	0.762	0.768	Reliabel
Keputusan Menabung	0.800	0.805	Reliabel
Minat	0.796	0.804	Reliabel

Sumber: data primer diolah, 2024

Seluruh variabel dalam penelitian ini memiliki reliabilitas composite yang baik, sebagaimana ditunjukkan oleh hasil pengujian pada Tabel 4.11 yang juga menunjukkan bahwa seluruh variabel pada cronbach alpha dan reliabilitas composite memiliki nilai

lebih dari 0,7. Sehingga dapat melakukan analisis tambahan dengan melihat inner model.

2. Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Pengujian inner model dilakukan setelah pengujian outer model. Untuk menentukan hubungan antar variabel, pengujian model internal dilakukan. R-square dan pengujian hipotesis digunakan dalam PLS untuk mengevaluasi model struktural. Nilai r-square digunakan untuk menilai seberapa baik variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen. Di sisi lain, pengujian hipotesis adalah proses yang digunakan untuk menentukan apakah hipotesis dapat diterima atau ditolak.

a. R-Square

Tabel 4.12 Hasil Pengujian R-Square

	R-Square
Keputusan Menabung	0.989
Minat	0.949

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Hasil yang terdapat dalam Tabel 4.11, di mana nilai r-square variabel keputusan menabung adalah 0,989. Hal ini menunjukkan bahwa variabel keputusan menabung dapat menjelaskan 98% variasi dalam religiusitas dan kualitas layanan dan variabel yang tidak termasuk dalam model penelitian ini menjelaskan 2% variasi sisanya.

Nilai r-square variabel minat adalah 0,949, yang menunjukkan bahwa variabel tersebut dapat menjelaskan 94% variabel independen dan variabel di luar model penelitian ini dapat menjelaskan sisanya sebesar 6%.

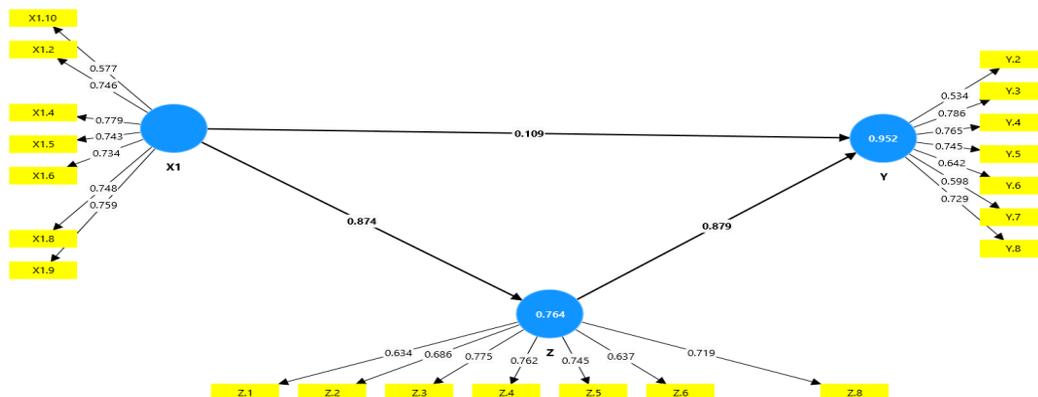
b. Hasil Pengujian Hipotesis

Tabel 4.13 Hasil Pengujian Hipotesis

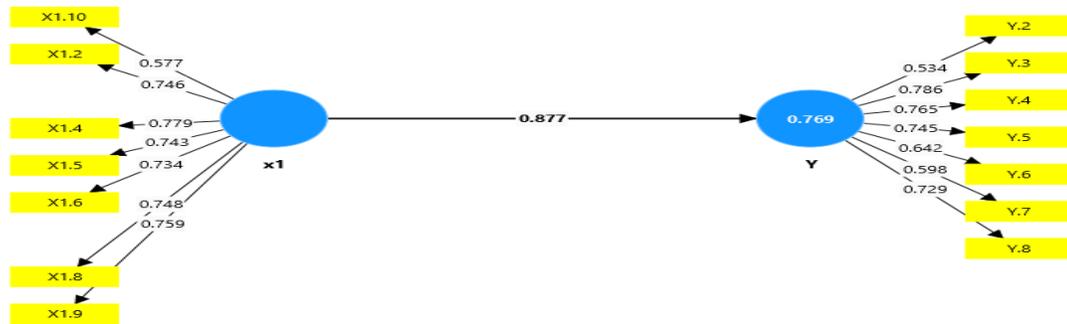
	Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistik (O/STDEV)	P Value	Hipotesis
Pengaruh Langsung	$X1 \rightarrow Y$	0.227	0.249	0.080	2.820	0.003	H ₁ Diterima
	$X2 \rightarrow Y$	0.773	0.751	0.077	10.024	0.000	H ₂ Diterima
	$X1 \rightarrow Z$	0.254	0.275	0.088	2.891	0.002	H ₃ Diterima
	$X2 \rightarrow Z$	0.744	0.724	0.085	8.793	0.000	H ₄ Diterima
	$Z \rightarrow Y$	0.802	0.823	0.113	7.116	0.000	H ₅ Diterima
Mediasi	$X1 \rightarrow Z \rightarrow Y$	0.204	0.226	0.078	2.627	0.005	H ₆ Diterima
	$X2 \rightarrow Z \rightarrow Y$	0.597	0.597	0.113	5.293	0.000	H ₇ Diterima

Sumber: diolah peneliti, 2024

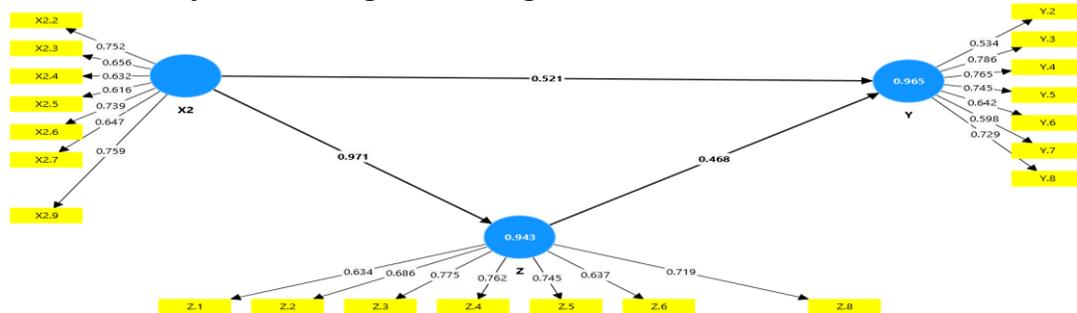
Gambar 4.3 Uji Perbandingan X1 Dengan Melibatkan Variabel Mediasi



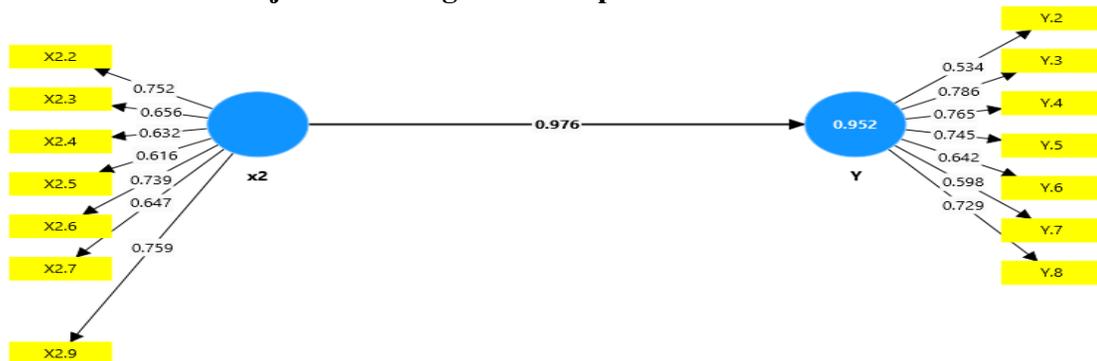
Gambar 4.4 Uji Perbandingan X1 Tanpa Melibatkan Variabel Mediasi



Gambar 4.5 Uji Perbandingan X2 Dengan Melibatkan Variabel Mediasi



Gambar 4.6 Uji Perbandingan X2 Tanpa Melibatkan Variabel Mediasi



Pengujian secara statistik, setiap hubungan yang diusulkan dalam PLS diuji secara statistik melalui simulasi. Analisis bootstrapping dan metode uji perbandingan diterapkan pada sampel dalam smartPLS sebagai alat uji statistik. Dari Gambar 4.2 dan

Tabel 4.13, dapat diambil beberapa kesimpulan mengenai hasil hipotesis penelitian yang akan diuraikan sebagai berikut:

1. H1: Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Menabung

Pada hipotesis pertama, nilai original sample sebesar 0.227 yang berarti memiliki hubungan yang positif. Nilai t-statistik sebesar 2.820, yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan karena nilai t-statistik lebih besar dari t-tabel (1.97), serta nilai *p-value* sebesar $0.003 < 0.050$. Sehingga hipotesis H1 yang menyatakan bahwa religiusitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menabung **diterima**.

2. H2: Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Menabung

Pada hipotesis kedua, nilai original sample sebesar 0.773 yang berarti memiliki hubungan yang positif. Nilai t-statistik sebesar 10.024, yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan karena nilai t-statistik lebih besar dari t-tabel (1.97), serta nilai *p-value* sebesar $0.000 < 0.050$. sehingga hipotesis H2 yang menyatakan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menabung **diterima**.

3. H3: Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat

Pada hipotesis ketiga, nilai original sample sebesar 0.254 yang berarti memiliki hubungan yang positif. Nilai t-statistik sebesar 2.891, yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan karena nilai t-statistik lebih besar dari t-tabel (1.97), serta nilai *p-value* sebesar $0.002 < 0.050$. Sehingga hipotesis H3 yang menyatakan bahwa religiusitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat **diterima**.

4. H4: Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat

Pada hipotesis keempat, nilai original sample sebesar 0.254 yang berarti memiliki hubungan yang positif. Nilai t-statistik sebesar 2.891, yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan karena nilai t-statistik lebih besar dari t-tabel (1.97) serta nilai *p-value* sebesar $0.000 < 0.050$. Sehingga hipotesis H4 yang menyatakan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat **diterima**.

5. H5 : Pengaruh Minat Terhadap Keputusan Menabung

Pada hipotesis kelima, nilai original sample sebesar 0.802 yang berarti memiliki hubungan yang positif. Nilai t-statistik sebesar 7.116, yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan karena nilai t-statistik lebih besar dari t-tabel (1.97), serta nilai *p-value* sebesar $0.000 < 0.050$. Sehingga hipotesis H5 yang menyatakan bahwa minat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menabung **diterima**.

6. H6 : Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Menabung di Mediasi Oleh Minat

Pada hipotesis keenam, berdasarkan pada Tabel 4.13 dan Gambar 4.3 serta Gambar 4.4, dapat dijelaskan bahwa minat sebagai mediasi mampu memediasi religiusitas terhadap keputusan menabung. Hal ini ditunjukkan oleh nilai *original sample* sebesar 0.204 yang berarti memiliki hubungan yang positif. Dengan nilai t-statistik sebesar 2.627, yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan karena nilai t-statistik lebih besar dari t-tabel (1.97) dan *p-value* sebesar 0.005 lebih kecil dari 0.050 atau $0.005 < 0.05$. Serta dalam uji perbandingan pada Gambar 4.3 dan 4.4 menunjukkan bahwa nilai c (0.874) dan d (0.879) signifikan, dan nilai a (0.109) signifikan, dimana

koefisien dari a lebih kecil dari b (0.877) maka dapat dikatakan mampu memediasi. Sehingga hipotesis H6 yang menyatakan bahwa religiusitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menabung yang di mediasi oleh minat **diterima**.

7. H7 : Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Menabung di Mediasi Oleh Minat

Pada hipotesis ketujuh, berdasarkan pada Tabel 4.13 dan Gambar 4.5 serta Gambar 4.6, dapat dijelaskan bahwa minat sebagai variabel mediasi mampu memediasi kualitas layanan terhadap keputusan menabung. Hal ini ditunjukkan oleh nilai *original sample* sebesar 0.597 yang berarti memiliki hubungan yang positif. Dengan nilai t-statistik sebesar 5.293, yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan karena nilai t-statistik lebih besar dari t-tabel (1.97), dan *p-value* sebesar 0.000 lebih kecil dari 0.050 atau $0.000 < 0.05$. Serta dalam uji perbandingan pada Gambar 4.5 dan Gambar 4.6 menunjukkan bahwa nilai c (0.971) dan d (0.468) signifikan serta nilai a (0.521) signifikan, dimana koefisien dari a lebih kecil dari b (0.976) maka dapat dikatakan mampu memediasi. Sehingga H7 yang menyatakan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menabung di mediasi oleh minat **diterima**.

BAB V

PEMBAHASAN

Penelitian ini mengkaji hubungan langsung antara religiusitas dan kualitas layanan dengan keputusan menabung di KSPPS BMT PETA Cabang Malang. Penelitian ini juga mengkaji hubungan variabel minat sebagai variabel mediasi. Berikut ini merupakan pembahasan penelitian tersebut:

1. Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Menabung

Hasil hipotesis pertama, yang didukung oleh penelitian, menyatakan bahwa religiusitas secara langsung memengaruhi keputusan seseorang untuk menabung, sehingga hipotesis 1 pada penelitian ini diterima dan didukung oleh data dalam penelitian. Penggunaan teori Jalaluddin & Ramayulis (2015) tentang untuk memberikan insentif kepada konsumen agar menabung di KSPPS BMT PETA, Religiusitas ini menjelaskan motivasi batin yang mendorong seseorang berperilaku sesuai dengan keyakinan agamanya. Penelitian sebelumnya telah secara efektif menunjukkan bahwa religiusitas, dalam segala bentuknya, dapat berfungsi sebagai landasan bagi pengambilan keputusan finansial. Dalam hal ini, penelitian ini meneliti bagaimana dimensi religius responden memengaruhi keputusan mereka untuk menabung di KSPPS BMT PETA. Kemampuan indikator religiusitas untuk mengukur keputusan responden tentang menabung di KSPPS BMT PETA telah berhasil ditunjukkan oleh penelitian ini.

Secara statistik, nilai tertinggi dapat kita lihat pada variabel religiusitas dengan item X1.4.2 yang berbunyi “saya mengetahui hukum-hukum islam khususnya terkait dalam perbankan syariah”. Peneliti dapat menyimpulkan bahwa pada item ini anggota mengetahui kalau tabungan tabaruk merupakan produk BMT PETA yang berbasis syariah dan menyetujui hal tersebut. Dengan demikian hal tersebut menjadi salah satu pendorong yang mengakibatkan anggota untuk menabung pada KSPPS BMT PETA. Hal ini juga sesuai dengan item pada Y.1.1 “Saya menabung di BMT PETA setelah mengetahui informasi secara detail tentang produk jasa yang ditawarkan”. Oleh karena itu, religiusitas dapat berpengaruh terhadap keputusan menabung.

Selain itu, hasil ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Hasanah, 2019; Aulia, 2022; Aco & Natasya, 2022) yang menunjukkan bahwa keputusan konsumen untuk menabung dipengaruhi secara signifikan oleh tingkat religiusitas mereka. Selain itu, penelitian juga dilakukan oleh (Rachmatullah & Puradi, 2020) menjelaskan bagaimana memiliki pengetahuan dan pemahaman agama yang kuat dapat membantu seseorang membuat keputusan menabung yang terbaik. Hal ini menjelaskan bagaimana variabel religiusitas dalam penelitian ini dapat dipahami sebagai tingkat pemahaman responden mengenai kemampuan religiusitas untuk memengaruhi keputusan menabung.

Tingkat religiusitas mereka adalah salah satu ukuran keakraban responden dengan hukum agama, seperti hukum keuangan Islam, dan gagasan hukum Islam. Hal ini tercantum dalam Q.S Al-Baqarah: 208

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

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

Manusia bergantung pada agama untuk memenuhi kebutuhan material dan spiritualnya serta menemukan ketenangan saat mengabdikan dan mendekatkan diri kepada Yang Maha Kuasa. Agama memegang peranan penting dalam kehidupan manusia (Sayyidah et al., 2022).

2. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Menabung

Berdasarkan hasil penelitian hipotesis 2 dalam penelitian ini diterima dan didukung oleh data dari penelitian sebelumnya. Temuan penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan memengaruhi keputusan untuk menabung. Penggunaan teori Lovelock (2010) terkait untuk memuaskan konsumen, dimana kualitas layanan ini akan memperjelas standar kinerja dan kapasitas untuk menegakkannya. Ketika konsumen merasa bahwa layanan yang mereka terima memenuhi harapan mereka, mereka akan menganggap kualitas barang dan layanan tersebut memuaskan. Telah dibuktikan oleh penelitian sebelumnya bahwa kualitas layanan, dalam semua dimensinya, dapat berfungsi sebagai dasar untuk pengambilan keputusan terkait penghematan biaya. Dalam hal ini, peneliti mengamati bagaimana responden dipengaruhi oleh dimensi kualitas layanan, yang memungkinkan nasabah memilih untuk menabung di KSPPS BMT PETA. Studi ini telah berhasil menunjukkan bahwa metrik kualitas layanan dapat mengukur keputusan responden untuk menabung di KSPPS BMT PETA.

Secara statistik, nilai tertinggi dapat kita lihat pada variabel kualitas layanan dengan item X2.2.3 “karyawan BMT PETA memberikan perhatian dalam menanggapi permintaan anggota dan kenyamanan bagi anggota”. Peneliti dapat menarik kesimpulan pada item ini bahwa responden lebih cenderung memilih menabung di KSPPS BMT PETA apabila kualitas pelayanannya baik.

Beberapa penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Alwahidin & Afni, 2022; Pramudani & Fithria, 2021; Yusuf & Rangkuti, 2023; Aprian et al., 2021) yang mengklaim bahwa keputusan tentang berapa banyak yang akan dihemat dipengaruhi secara signifikan oleh variabel kualitas layanan. Demikian pula penelitian yang dilakukan oleh (Haryanto & Wulandari, 2022) yang menyatakan bahwa keputusan menabung dipengaruhi oleh kualitas layanan. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan responden untuk menabung sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan yang diterima di KSPPS BMT PETA.

Sebagaimana Rasulullah SAW memberi contoh kepada kita bagaimana sikap yang benar ketika berinteraksi dengan orang, yang mana sudah tercantum dalam Q.S Ali-Imran:159

فِيمَا رَحِمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ؕ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۗ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ
وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ 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 bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian, apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya” (Q.S.Ali-Imran:159).

3. Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat

Hasil penelitian hipotesis 3 yaitu religiusitas berpengaruh terhadap keputusan minat menabung, sehingga hipotesis 3 pada penelitian ini diterima dan didukung oleh data dalam penelitian. Teori religiusitas ini digunakan untuk membantu nasabah dalam menentukan pilihan yang menyelamatkan jiwa, dengan tujuan menjelaskan sejauh mana seseorang menghayati dan meyakini keberadaan Tuhan, yang ditunjukkan dengan ketaatan sepenuh jiwa dan raganya terhadap perintah dan larangan. Dalam kajian terdahulu, mereka mampu memberikan dalil atas barang atau jasa yang mereka miliki dengan menjelaskan ayat atau hukum yang terdapat dalam Al-Quran. Nasabah yang menggunakan produk dan layanan perbankan Islam memiliki orientasi ibadah karena mereka menghindari riba, yang dilarang oleh agama. Dalam hal ini, memeriksa tingkat religiusitas responden membantu konsumen membuat keputusan yang tepat tentang apakah akan menabung di bank Islam. Penelitian ini berhasil membuktikan bahwa indikator religiusitas dapat mengukur bagaimana responden memutuskan untuk menabung di keuangan syariah.

Secara statistik, nilai tertinggi dapat kita lihat pada variabel religiusitas dengan item X1.1.2 “saya mempunyai keyakinan bahwa islam adalah sumber dari segala hukum”. Pernyataan tersebut mengarahkan peneliti pada kesimpulan bahwa Islam adalah sumber dari segala hukum. Ketika responden menggunakan barang dan jasa keuangan Islam untuk menjauhi riba, yang dilarang oleh hukum agama. Hal ini juga sejalan dengan item Z.1.1 “Saya memiliki keinginan menabung di BMT PETA karena

keinginan saya untuk memakai produk tabungan”. Oleh karena itu, religiusitas berpengaruh terhadap minat menabung.

Beberapa penelitian ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Hakim, 2020; Muzammil, 2021; Mardiana et al., 2021) menyatakan bahwa minat menabung dipengaruhi secara signifikan oleh religiusitas. Hal ini menjelaskan bagaimana variabel religiusitas dalam penelitian ini dapat dipahami bahwa responden lebih tertarik untuk bergabung dengan KSPPS BMT PETA jika tingkat religius mereka tinggi.

Sebagaimana yang sudah tercantum dalam Q.S Al-Jasiyah:18 yang berisi perintah yang berkaitan dengan perbuatan manusia.

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

Artinya: “Kemudian kami jadikan kamu berada di atas suatu syariah (peraturan) dari urusan (agama itu), maka ikutilah syariat itu dan janganlah kamu ikuti hawa nafsu orang-orang yang tidak mengetahui” (Q.S. Al-Jasiyah:18).

Ayat ini menyampaikan makna kesempurnaan dan kemuliaan iman Islam, sekaligus kewajiban menaati hukum atau syariah, serta menahan diri dari godaan menuruti kemauan orang-orang yang tidak tahu.

4. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat

Hasil penelitian hipotesis 4 yaitu kualitas layanan berpengaruh terhadap minat menabung, sehingga hipotesis 4 pada penelitian ini diterima dan didukung oleh data dalam penelitian. Penggunaan teori Rusydi (2017) tentang kualitas layanan ini untuk menjelaskan usaha untuk membantu menyiapkan apa yang orang lain butuhkan bagi

kita. Dalam hal ini melihat bagaimana dimensi kualitas layanan mempengaruhi responden terhadap minat menabung. Studi ini telah berhasil menunjukkan bahwa metrik kualitas layanan dapat digunakan untuk mengukur pilihan responden tentang berapa banyak yang akan ditabung dalam keuangan Islam..

Dilihat dari data statistik bahwasanya item X2.3.1 “Karyawan BMT PETA memproses dengan cepat dan tepat setiap transaksi yang saya lakukan”. Dengan persentase 52,8% dapat dijelaskan bahwa minat menabung secara langsung dipengaruhi oleh kualitas layanan yang diberikan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa minat nasabah untuk menabung dengan keuangan Islam dapat dipengaruhi oleh kualitas layanan yang diberikan (Aziz & Hendrastyo, 2020; Sofyan, A Syathir, 2021; Aisya & Riyadi, 2020).

Melalui hasil dari penyebaran kuesioner pada anggota BMT PETA dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan BMT PETA cukup baik menurut anggota BMT PETA. Nasabah akan semakin tertarik menabung di BMT karena kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan tersebut. Hal ini dapat menjadi indikasi bahwa nasabah benar-benar mempertimbangkan kualitas layanan BMT saat memutuskan berapa jumlah tabungan yang akan ditabung. Oleh karena itu, perlunya keimanan sebagai landasan bagi semangat kita untuk melayani semua orang, Allah berfirman dalam Q.S Al-taubah:105

وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ ۙ وَالْمُؤْمِنُونَ ۖ وَسَتُرَدُّوْنَ اِلَىٰ عِلْمِ الْعَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُوْنَ

Artinya: “Dan katakanlah, bekerjalah kamu, maka Allah akan melihat pekerjaanmu, begitupula dengan Rasul-Nya dan orang-orang mukmin, dan kamu akan di kembalikan kepada (Allah) yang mengetahui yang gaib dan yang nyata, lalu di beritakannya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan” (Q.S.At-Taubah:105).

Hasbi ash-Shiddieqy mengkategorikan empat jenis tujuan bekerja bagi seorang Muslim—tujuan duniawi, akhirat, diri sendiri, dan masyarakat—ketika menafsirkan ayat ini. Karena semua jerih payah itu akan mendapat balasan, baik di dunia maupun di akhirat. Ketika layanan pendidikan difokuskan pada pemberdayaan masyarakat dan akhirat, itulah tujuan terpentingnya.

5. Pengaruh Minat Terhadap Keputusan Menabung

Hasil penelitian hipotesis kelima (H5) merupakan subjek uji hipotesis yang menunjukkan bahwa keputusan konsumen di BMT PETA mengenai menabung dipengaruhi oleh minat menabung, sehingga hipotesis ini dapat diterima dan didukung oleh data dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan teori Winkel (1993) tentang minat untuk menjelaskan mengapa beberapa orang menetap dan menjadi subjek karena mereka senang terlibat dalam bidang atau hal tertentu, sehingga itu dapat memberikan pertimbangan terhadap konsumen yang mengambil keputusan untuk menabung di BMT PETA. Penelitian terdahulu telah membuktikan secara efektif bahwa kecenderungan konsumen untuk menabung di BMT PETA akan meningkat sebanding dengan tingkat minat menabungnya. Sehingga pilihan untuk menggunakan jasa BMT PETA dipengaruhi oleh keinginan menabung. Penelitian ini berhasil membuktikan bahwa indikator minat dapat mengukur bagaimana responden memutuskan untuk menabung di BMT PETA. Temuan penelitian ini menunjukkan beberapa kesamaan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Salsabila, 2021; Abdau, 2021;

Retnosari, 2022) yang mengklaim bahwa keputusan menabung memiliki dampak besar dari minat.

Secara statistik, nilai tertinggi dapat kita lihat pada variabel minat dengan item Z.1.2 “Saya menabung di BMT PETA karena layanan dan produk yang tersedia sesuai dengan kebutuhan saya”. Peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa karena produk yang ditawarkan dapat memenuhi kebutuhan mereka, maka nasabah tertarik untuk menabung di BMT PETA, sehingga mengambil keputusan untuk menabung di BMT PETA tersebut. Hal ini juga sesuai dengan item pada Y.4.1 “Saya menabung di BMT PETA karena mendapatkan rekomendasi dari orang lain”. Oleh karena itu, Keputusan untuk menabung di BMT PETA dapat dipengaruhi langsung oleh minat menabung seseorang.

Keinginan untuk menabung adalah suatu perilaku yang positif dan bersifat alamiah, sebagaimana yang terdapat dalam firman Allah SWT Q.S Al-Isra: 100

قُلْ لَوْ أَنْتُمْ تَمْلِكُونَ خَزَائِنَ رَحْمَةِ رَبِّي إِذًا لَأَمْسَكْتُمْ خَشْيَةَ الْإِنْفَاقِ وَكَانَ الْإِنْسَانُ قَتُورًا

Artinya: “ Katakanlah (Muhammad), “Sekiranya kamu menguasai perbendaharaan-perbendaharaan rahmat Tuhanku, niscaya (perbendaharaan) itu kamu tahan, karena takut membelanjakannya”. Dan manusia itu memang sangat kikir (Q.S. Al-Isra:100).

6. Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Menabung di Mediasi Oleh Minat

Berdasarkan hasil pengujian yang terdapat pada Tabel 4.13 dan Gambar 4.3 serta Gambar 4.4, dapat dijelaskan bahwa hasil pegujian hipotesis 6 yaitu minat sebagai variabel mediasi religiusitas berpengaruh terhadap keputusan menabung di KSPPS BMT PETA. Oleh karena itu H6 diterima dan didukung oleh data yang terdapat dalam

penelitian ini. Ketika anggota BMT PETA memiliki keyakinan agama yang kuat, minat mereka untuk menabung dapat menjadi mediator yang baik antara religiusitas mereka dan keputusan mereka untuk menabung, karena minat yang tumbuh dapat memotivasi mereka untuk membuat keputusan menabung di BMT PETA..

Berdasarkan data statistik pada item X1.5.2 “Saya berusaha jujur dalam keadaan apapun”. Peneliti dapat menyimpulkan bahwa pada item ini merupakan sebuah sikap yang dilakukan oleh konsumen untuk selalu berusaha jujur dalam keadaan apapun. Begitupula pada item Z.4.2 “Saya tertarik untuk menggunakan produk tabungan barokah umum (Tabaruk) setelah mendapat informasi dari teman/kerabat. Dengan persentase sebesar 53,3%, dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa minat dapat bertindak sebagai mediasi antara religiusitas dan keputusan untuk menabung.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Abda'U (2021) yang menemukan bahwa mahasiswa jurusan perbankan syariah di UIN Malang angkatan 2017–2018 juga memutuskan untuk menabung karena mereka berminat untuk menabung, yang dapat menjadi faktor mediasi dalam religiusitas. Selain itu, temuan penelitian Salsabila tahun 2021 menunjukkan bahwa religiusitas memegang peranan penting dalam memengaruhi keputusan menabung di bank syariah dan minat merupakan variabel intervening.

Selanjutnya sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Parastika et, al (2021), mengungkapkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel religiusitas terhadap keputusan menabung di Bank Syariah dengan minat sebagai variabel intervening. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seseorang yang

semakin taat dan bersemangat dalam menabung di keuangan Islam, maka semakin kuat pula keputusannya untuk menabung di BMT PETA..

7. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Menabung di Mediasi Oleh Minat

Berdasarkan hasil pengujian yang terdapat pada Tabel 4.13 dan Gambar 4.5 serta Gambar 4.6, dapat dijelaskan bahwa hasil pengujian H7 yaitu minat sebagai variabel mediasi mampu mempengaruhi kualitas layanan terhadap keputusan menabung di KSPPS BMT PETA. Sehingga hipotesis ini diterima dan didukung oleh data yang terdapat dalam penelitian ini. Se jauh mana minat anggota untuk menabung dapat secara efektif memoderasi dampak kualitas layanan BMT PETA terhadap keputusan menabung tergantung pada seberapa besar kualitas layanan organisasi tersebut menginspirasi orang untuk memutuskan menabung di BMT PETA.

Berdasarkan data statistik pada item X2.3.1 “Karyawan BMT PETA memproses dengan cepat dan tepat setiap transaksi yang saya lakukan”. Peneliti dapat menyimpulkan bahwa pada item ini kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen selalu cepat dan tepat waktu. Begitu pula pada item Z.3.1 “Saya memilih produk tabungan di BMT PETA karena dengan menabung akan bermanfaat bagi saya”. Dengan persentase 51,7% hal ini dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan menabung di mediasi oleh minat.

Hasil penelitian ini diperkuat oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Arinta dan Cahya (2020) yang menemukan bahwa bunga berperan sebagai variabel intervening dan religiusitas serta kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap

keputusan nasabah untuk menabung di bank syariah. Begitu pula dengan penelitian yang dilakukan oleh Layli (2022) yang menemukan bahwa keputusan nasabah terhadap produk tabungan Tabah di BMT NU Cabang Tlanakan dipengaruhi oleh kualitas layanan, namun bunga terbukti memediasi pengaruh tersebut.

Selanjutnya, sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Zahra et,al (2024) mengungkapkan bahwa minat mampu memediasi kualitas layanan terhadap keputusan menabung di lembaga keuangan syariah. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa minat nasabah dalam menggunakan barang dan jasa pada lembaga syariah akan meningkat seiring dengan peningkatan kualitas layanan BMT PETA.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh religiusitas dan kualitas layanan terhadap keputusan menabung melalui minat sebagai variabel mediasi, maka pengajuan hipotesis dalam penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Religiusitas memiliki pengaruh terhadap keputusan menabung anggota simpanan tabaruk pada KSPPS BMT PETA Cabang Malang. Menyimpulkan bahwa, jika religiusitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menabung pada KSPPS BMT PETA. Oleh karena itu, religiusitas merupakan salah satu faktor yang dapat memberikan pengaruh terhadap keputusan menabung pada KSPPS BMT PETA.
2. Kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan menabung anggota simpanan tabaruk pada KSPPS BMT PETA Cabang Malang. Dapat disimpulkan bahwa, kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menabung pada KSPPS BMT PETA. Oleh karena itu, kualitas layanan dapat dikatakan sebagai salah satu faktor keputusan seseorang dalam pengambilan keputusan konsumen untuk menabung pada KSPPS BMT PETA.
3. Religiusitas berpengaruh terhadap minat. Dijelaskan bahwa religiusitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menabung pada KSPPS BMT PETA. Oleh karena itu, semakin tinggi religiusitas seseorang maka akan semakin tinggi pula minat seseorang dalam mengambil keputusan menabung pada KSPPS BMT PETA.

4. Kualitas layanan berpengaruh terhadap minat. Dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung pada KSPPS BMT PETA. Oleh karena itu, kualitas layanan yang dilakukan baik & bagus, maka minat konsumen untuk menabung di KSPPS BMT PETA semakin tinggi.
5. Minat berpengaruh terhadap keputusan menabung. Dapat dijelaskan bahwa minat berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung. Oleh karena itu, semakin tinggi minat menabung yang dimiliki konsumen maka akan dapat meningkatkan intensitas keputusan menabung pada KSPPS BMT PETA.
6. Minat mampu memediasi pengaruh religiusitas terhadap keputusan menabung. Menjelaskan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat dan minat berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung pada KSPPS BMT PETA. Oleh karena itu, semakin tinggi religiusitas konsumen maka akan semakin tinggi pula minat konsumen untuk menabung di KSPPS BMT PETA, maka akan semakin kuat pula keputusan menabung konsumen untuk menabung di KSPPS BMT PETA.
7. Minat mampu memediasi pengaruh Kualitas layanan terhadap keputusan menabung. Dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat dan minat berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung pada KSPPS BMT PETA. Oleh karena itu, minat konsumen yang tumbuh karena kualitas layanan yang bagus maka mampu mendorong konsumen untuk mengambil keputusan menabung di KSPPS BMT PETA.

B. Saran

1. Bagi Lembaga

Diharapkan lembaga KSPPS BMT PETA Cabang Malang untuk terus meningkatkan kinerja perusahaan dengan kemampuan dalam memberikan pelayanan dan fasilitas yang terbaik kepada anggota.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan dapat mengembangkan dari hasil penelitian ini, dengan menambahkan variabel ataupun memperluas jumlah sampel yang digunakan agar dapat menyempurnakan penelitian ini. Begitu pula diharapkan untuk peneliti selanjutnya supaya hasil penelitian ini dijadikan sebagai bahan pertimbangan referensi yang sejenis.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdau, A. (2021). (CEK) Pengaruh Pengetahuan, Promosi, Dan Fasilitas terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah dengan Minat Menabung sebagai Variabel Intervening. *Skripsi. Malang: Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim.*
- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis.* Yogyakarta: CV Andi.
- Abdillah, W., & Jogiyanto. (2015). *Partial Least Square (PLS).* Yogyakarta: CV. Andi.
- Aco, N. A., & Natasya. (2022). Pengaruh Religiusitas, Promosi, Dan Pelayanan Dalam Pengambilan Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Haji Pada PT. Bank Muamalat Cabang Mamuju. *Forecasting: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen, 1(2), 1–10.*
- Ahmad Misbakhul Munir. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk, Religiusitas, Dan Promosi Terhadap Keputusan Menabung Dengan Minat Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Probolinggi).* UIN Khas Jember.
- Aisyah, S., & Riyadi, A. (2020). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kelurahan Siranindi Di Bank Muamalat Indonesia Palu Sulawesi Tengah. *Al-Kharaj: Journal Of Islamic And Business, 02(2), 16–33.*
- Akhmad Mujahidin. (2014). *Ekonomi Islam 2.* Pekanbaru: al-Mujtahadah Press.
- Al-islam, H., & Marah Manunggal, S. A. (2023). The Influence of Social Environment, Religiosity, and Customer Knowledge on Saving Decisions with Wadi'ah Contracts at Bank Muamalat Indonesia Tulungagung Sub-Branch. *Islamic Banking: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah, 8(2), 327–344.* <https://doi.org/10.36908/isbank.v8i2.600>
- Alwahidin, & Afni, N. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Religiusitas terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia. *Journal of Economics and Accounting, 3(1), 57–71.* <https://doi.org/10.47065/arbitrase.v3i1.445>
- Anas, A., & Abidin, Z. (2024). *Pengaruh Literasi Keuangan, Kualitas Layanan Dan Pada Perbankan Syariah Di Provinsi Sulawesi Selatan.* 3(1), 1–14.
- Andhita Dessy Wulansaari. (2017). *Aplikasi Statistika Parametrik dalam Penelitian.* Yogyakarta: Pustaka Felicha.

- Anindya, D. A. (2023). An Influence Of Interest Rate, Financial Literacy And Quality Service On Customer Decision To Saving At PT Bank Sumut Branch Pematang Raya Simalungun. *Jurnal Ekonomi*, 12(01), 1582–1589.
- Antonio, M. S. (2002). *Bank Syari'ah: dari teori ke praktik*. Gema Insani Press.
- Aprian, R., Susena, K. C., & Irwanto, T. (2021). The Influence of Mobile Banking and Service Quality Toward Customers ' Saving Decision in Bank BRI Branch of Manna Pengaruh Mobile Banking dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank BRI Cabang Manna. *Jurnal of Indonesia Management*, 174–179.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arinta, N. C. (2020). *Pengaruh Bagi Hasil, Kualitas Layanan Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Menabung Dengan Minat Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Bank BRISyariah KC semarang)*. IAIN Salatiga.
- Aristyanto, E., & Budisentos, T. W. (2022). Pengaruh Tingkat Pendapatan, Promosi, Kualitas Pelayanan, Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Bank Syariah Indonesia Kcp Pandaan. *WORLDVIEW (Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Sosial Sains)*, 1(1), 81–94. <https://doi.org/10.38156/worldview.v1i1.118>
- Aulia, M. P. (2022). *The Influence of Religiosity , Trust , Knowledge and Indonesia Sub-Branch Office Bengkalis*. 2, 105–114.
- Aziz, N., & Hendrasto, V. S. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada Bank Syariah Cabang Ulak Karang Kota Padang. *Jurnal Pundi*, 3(3), 227. <https://doi.org/10.31575/jp.v3i3.183>
- Bawono, A. (2006). *Multivariate Analysis dengan SPSS*. Salatiga: STAIN Salatiga Press.
- Bungin, B. (2006). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana.
- Burhan, M. U. (2012). *Perilaku Rumah Tangga Muslim Dalam Menabung, Investasi, Dan Menyusun Portofolio Kekayaan*. Universitas Brawijaya Press.
- Carolina, N. I. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Menabung Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kota Malang*. UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Dede Arseyani pratamasyari. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Tabungan Emas di Pegadaian dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 4(2), 159–173.

<https://doi.org/10.24239/jipsya.v4i2.149.159-173>

- Dedhy Pradana, & Syarifah Hidayah, R. (2017). Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek BRAND IMAGE terhadap keputusan pembelian motor. *Ekonomi Dan Manajemen*, 14(1).
- Eka Nurul Layli. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Produk Tabungan Tabah Dengan Minat Nasabah Sebagai Variabel Intervening*. Institut Agama Islam Negeri Madura.
- Fadeli, M. N. (2022). *Pengaruh Promosi dan Religiusitas terhadap Minat Masyarakat Menabung di BMT NU Cabang Glenmore*.
- Faha, Y. M., Masruchin, M., & Latifah, F. N. (2022). The Influence of Religiosity and Customer Perception on Interest in Savings. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IJSE)*, 5(1), 153–166. <https://doi.org/10.31538/ijse.v5i1.1803>
- Fahmi, I. (2014). *Manajemen: Teori, Kasus, dan Solusi*. Bandung:CV Alfabeta.
- Falih Anwar, N. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada Bank BSI (Bank Syariah Indonesia). *BANCO: Jurnal Manajemen Dan Perbankan Syariah*, 5(1), 49–65. <https://doi.org/10.35905/banco.v5i1.5312>
- Fauzi, A., & Murniawaty, I. (2020). Pengaruh Religiusitas dan Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah. *EEAJ Economic Education Analysis Journal*, 9(2), 473–486. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v9i2.39541>
- Fauzi, R. U. A., Ahmad, A., Niam, Z. B., Idris, I., & Ningrum, I. I. P. (2022). The Effect of Religiosity, Profit Los And Sharing on Consumer Trust and Intention to Financing in Islamic Bank. *Li Falah: Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 6(2), 21. <https://doi.org/10.31332/lifalah.v6i2.3211>
- Fielnanda, R., & Wahyuningsih, S. (2021). Pengaruh Tingkat Religiusitas, Tingkat Pendidikan Dan Tingkat Pendapatan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Masyarakat Kelurahan Simpang IV Sipin. *Jurnal Margin*, 1(1), 58–70.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS*. Badan Penerbitan UDIP Semarang.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS Edisi 8*. Badan penerbit UNDIP.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 (10th ed.)*.

Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Pearson.
- Hakim, F. W. (2020). Pengaruh pengetahuan dan religiusitas terhadap minat nasabah menggunakan produk bank syariah (studi kasus Bank Syariah Mandiri kantor cabang Bandar Lampung tahun 2019). *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UIN Jakarta*, 6(11), 51–52.
- Hardisman. (2021). *Analisis Partial Least Square Structural Equation Modelling (PLS-SEM)*. Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani.
- Haryanto, A. T., & Wulandari, F. (2022). Social Influence, Religiosity, and Salesperson Service on Saving Intention in Islamic Banks: The Mediating Role of Perceived Ease of Use of Technology. *Shirkah: Journal of Economics and Business*, 7(2), 124–138. <https://doi.org/10.22515/shirkah.v7i2.506>
- Hasanah, F. (2019). Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang Pada Bank Syariah. *BALANCE Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 4(1), 485. <https://doi.org/10.32502/jab.v4i1.1815>
- Hasibuan, I. A. (2020). The Effect Of Religiousity On Saving Intention At Sharia Bank In Medan City. *Journal Basic Science and Technology Journal Homepage*, 9(2), 71–78. www.iocscience.org/ejournal/index.php/JBST
- Heni Purawningsih. (2020). Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Empiris pada Nasabah Bank Syariah di Gunungkidul). *Skripsi*, 9.
- Hidayati, F. N., & Rahmawan, G. (2021). Determinant Factor of Saving Decision in Syaria Financial Institution. *International Journal of Educational Research & Social Sciences*, 2(1), 150–157. <https://doi.org/10.51601/ijersc.v2i1.28>
- Huda, M. M. (2017). *Pengaruh Pendidikan, Pekerjaan Dan Pendapatan Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Desa Kupan)*. Jurusan Perbankan Syariah. IAIN Salatiga.
- Husein Umar. (2011). *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Ilfita, K., & Canggih, C. (2021). the Influence of Sharia Financial Literacy, Religiosity, and

Perception of Saving Students' Interest in Sharia Banks. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IJSE)*, 3(2), 113–134. <https://doi.org/10.31538/ijse.v3i2.1010>

Juliansyah, N. (2011). *Metode penelitian*. Jakarta: Kencana Prenada Group.

Kasmir. (2005). *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana.

Kasy Tarisa. (2022). *Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di BMT Prima Mandiri Desa Bukit Gajah Kecamatan Ukui Kabupaten Pelalawan*. Universitas Islam RIAU.

Khofifah. (2022). *No Title*. <https://kominfo.jatimprov.go.id/berita/jatim-borong-tiga-penghargaan-di-anugerah-adinata-syariah-2022>

Kusmuriyanto, R. (2008). *Fenomena Ekonomi Di Sekitar Kita*. Surakarta: PT Tiga Serangkai Pustaka Mandiri.

Lilis Suganda. (2018). *Pengaruh pengetahuan nasabah, religiusitas nasabah dan reputasi bank terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Sumsel Babel Syariah Palembang*. UIN Raden Fatah Palembang.

Maghfiroh, S. (2018). *Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Santri Pesantren Mahasiswa Darush Shalihat*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta.

Mardiana, E., Thamrin, H., & Nuraini, P. (2021). Analisis Religiusitas Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Kota Pekanbaru. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 4(2), 512–520. [https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4\(2\).8309](https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4(2).8309)

Muhamad. (2008). *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif (Dilengkapi dengan Contoh-Contoh Aplikasi Proposal Penelitian dan Laporrannya)*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Muhammad Muflif. (2006). *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Islam*. Jakarta: PT RajaGrafindo.

Murniati, W., Juliasari, D., & Hanifah, N. (2020). Determinants of Interest in Saving for Students in Islamic Banking. *Assets : Jurnal Ilmiah Ilmu Akuntansi, Keuangan Dan Pajak*, 4(2), 89–100. <https://doi.org/10.30741/assets.v4i2.548>

Muslich Anshori, S. I. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jawa Timur: Airlangga University Press.

- Mustafa Edwin Nasution. (2010). *Pengenalan eksklusif ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana.
- Musyaffa, H., & Iqbal, M. (2022). Pengaruh Religiusitas, Kualitas Layanan, dan Promosi Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Perbanas Journal of Islamic Economics and Business*, 2(2), 167. <https://doi.org/10.56174/pjieb.v2i2.61>
- Muzammil, Y. (2021). *Pengaruh Pengatahuan dan Religiusitas Terhadap Minat Menggunakan Porduk Tabungan Haji Di BRI Syariah KC Madiun Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Pucanganom)*.
- Nadya Maulina Robyani, Ritonga, A. H., & Mubyarto, N. (2023). Pengaruh Religiusitas, Pelayanan, dan Promosi terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah. *Journal of Comprehensive Islamic Studies*, 1(2), 391–426. <https://doi.org/10.56436/jocis.v1i2.91>
- Natasa Lailatul Pat Lina. (2020). *Pengaruh kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Religiusitas terhadap Keputusan Nasabah Menabung di PT Bank Muamalat Indonesia KCU Kediri*. IAIN Tulungagung.
- Novi Oktaviani. (2018). *Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Dan Lokasi Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Masyarakat di Blotongan Kota Salatiga)*. Institut Agama Islam Negeri Salatiga.
- Nugroho, A. P., Hidayat, A., & Kusuma, H. (2017). The influence of religiosity and self-efficacy on the saving behavior of the slamic banks. *Banks and Bank Systems*, 12(3), 35–47. [https://doi.org/10.21511/bbs.12\(3\).2017.03](https://doi.org/10.21511/bbs.12(3).2017.03)
- Nugroho J. Setiadi. (2003). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Oktaviani, N. (2018). Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Dan Lokasi Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening. *Salatiga: IAIN Salatiga. SKRIPSI*, 29. <http://e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id/id/eprint/4789>
- Pabbajah, M., Widyanti, R. N., & Widyatmoko, W. F. (2019). the Factors of Service, Religiosity and Knowledge in the Decision of Customers To Save Funds in Sharia Banks in Yogyakarta City. *International Journal of Business, Humanities, Education and Social Sciences (IJBHES)*, 1(2), 13–26. <https://doi.org/10.46923/ijbhes.v1i2.37>
- Parastika, P., Hartini, T., & Amri, U. (2021). Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah dengan Minat Sebagai Variabel

- Intervening. *Jurnal Intelektualita: Keislaman, Sosial Dan Sains*, 10(1), 177–187. <https://doi.org/10.19109/intelektualita.v10i1.8609>
- Pramudani, M. P., & Fithria, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Religiusitas, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Mahasiswa Menabung di Bank Syariah. *Syi'ar Iqtishadi: Journal of Islamic Economics, Finance and Banking*, 5(2), 207. <https://doi.org/10.35448/jiec.v5i2.11614>
- Qomariah, N. (2021). The Role of Promotion and Service Quality in Increasing Consumer Satisfaction and Loyalty in Pawnshops. *Journal of Economics, Finance And Management Studies*, 04(10), 1948–1960. <https://doi.org/10.47191/jefms/v4-i10-17>
- Rabbani, L. F. (2020). *Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Bank Syariah (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri Pusat)*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Rachmatullah, & Puradi, D. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap keputusan menabung di Bank Syariah. *Skripsi*, 1–146.
- Rahmanto, K. (2016). Pengaruh Tingkat Religiusitas, Kualitas Pelayanan, dan Promosi terhadap Minat Masyarakat Desa Sragen Kab. Semarang untuk Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1–91.
- Rahmawati, D. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Anggota dengan Religious Behavior Sebagai Variabel Moderator*. 175–176.
- Resty, N. N. H., & Hidayat, A. (2021). Factors Affecting Millennial Customers' Savings Intention in Islamic Banks. *European Journal of Business and Management Research*, 6(4), 116–122. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2021.6.4.949>
- Retnosari. (2022). *Pengaruh Religiusitas, Word Of Mouth dan Product Knowledge Terhadap Keputusan Menabung Nasabah dengan Minat Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus di Bank Syariah Indonesia KC Semarang)*.
- Rikky Ramadhan. (2019). *Pengaruh Tingkat Religiusitas Dan Pengetahuan Produk Tabungan Santri Pondok Pesantren Al-Barokah Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah*. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Ristiyani Prasetijo dan Jhon J.O.I Ihalauw. (2005). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Saiful. (2023). *Wawancara Sejarah KSPPS BMT PETA*.

- Salsabila, N. R. (2021). *Pengaruh Pengetahuan Bank Syariah Dan Tingkat Religiusitas Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah Dengan Minat Menabung Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Angkatan 2018)*. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Sayyidah, A. F., Mardhotillah, R. N., Sabila, N. A., & Rejeki, S. (2022). Peran Religiusitas Islam dalam Meningkatkan Kesejahteraan Psikologis. *Al-Qalb : Jurnal Psikologi Islam*, 13(2), 103–115. <https://doi.org/10.15548/alqalb.v13i2.4274>
- Sofyan, A Syathir, W. (2021). Pengaruh Pengetahuan Religiusitas Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah Indonesia KCP Sidrap. *Ekonomi Islam*, 1(3), 28.
- Sudiyono, A. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan R & D*. In 13. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015b). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2012). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPEE.
- Suprapti, I. A. P., Chaidir, T., & Arini, G. A. (2021). Pengaruh Dimensi Religiusitas Dan Faktor Sosio-Demografis Terhadap Keputusan Menabung Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Univeristas Mataram Pada Bank Syariah. *Elastisitas - Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 3(1), 44–60. <https://doi.org/10.29303/e-jep.v3i1.36>
- Suprpto, F. M. (2021). The effect of service quality on saving decisions with Islamic branding as a moderating variable. *Journal of Islamic Economics, Management, and Business (JIEMB)*, 3(2), 179–194. <https://doi.org/10.21580/jiemb.2021.3.2.11503>
- Suprpto, R., Susanti, N. I., & Ferikha, Z. (2022). Pengaruh Faktor Sosial, Budaya Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Anggota Menabung Di Bmt Ugt Sidogiri Capem Sempu. *JPSDa: Jurnal Perbankan Syariah Darussalam*, 2(1), 28–39. <https://doi.org/10.30739/jpsda.v2i1.1280>
- Suprihati, S., Sumadi, S., & Tho'in, M. (2021). Pengaruh Religiusitas, Budaya, Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Koperasi Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 443. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1627>

- Suryani. (2015). *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi pada Penelitian Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Sutrisno, A. (2016). *Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan, promosi dan religiusitas terhadap minat mahasiswa menabung di perbankan syariah*. <http://e-repository.perpus.uinsalatiga.ac.id/788/>
- Syahrial, M. (2018). Kualitas Pelayanan Dalam Islam. *Jurnal IndraTech*, 8(4), 81–94.
- Syahrir et al. (2020). *Aplikasi Metode SEM-PLS Dalam Pengelolaan Sumberdaya Pesisir Dan Lautan*. Bogor: PT Penerbit IPB Press.
- Tatik Suryani. (2008). *Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Vivin Maharani Ekowati. (2017). *Pengaruh Kepemimpinan Transformasional Terhadap Organizational Citizenship Behavior Karyawan Dimediasi Oleh Kepuasan Kerja Dan Komitmen Organisasional (Studi Pada PT. Bank Syariah Di Malang Raya)*. Universitas Brawijaya.
- Yuliawati, L. D. (2022). Pengaruh Religiusitas, Literasi Keuangan Syariah Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Bank Syariah Indonesia (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta dan Fakultas Ekonomi dan . In *Ekonomi Dan Bisnis Islam*.
- Yunika Murdayanti, Igka Ulupui, Ety Gurendrawati, Unggul Purwoheddi, S. (2020). An Assessment Of Saving Behavior In The Religious Education Institution. *Journal Of Southwest Jiaotong University*, 55(April), 490–497.
- Yusuf, R., & Rangkuti, M. S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Bagi Hasil & Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Bank Aceh Syariah Kota Langsa. *Jurnal Pendidikan, Sains, Dan Humaniora*, 11(1), 68–77.
- Zahra, A. E., Fursiana, M., Musfiroh, S., & Kaukab, M. E. (2024). *Faktor determinan keputusan menabung dengan minat sebagai variabel intervening*. 08, 29–49.
- Zakaria, L. D., Afifudin, & Mawardi, M. C. (2020). Pengaruh Religiusitas, Fasilitas Layanan, Literasi Keuangan dan Bagi Hasil Terhadap Minat Mahasiswa Untuk Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 09(11), 25–26.

LAMPIRAN

-

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
PASCASARJANA**

Jalan Ir. Soekarno No.34 Dadaprejo Kota Batu 65323, Telepon (0341) 531133
Website: <https://pasca.uin-malang.ac.id/>, Email: pps@uin-malang.ac.id

Nomor : B-1306/Ps/TL.00/04/2024

01 April 2024

Lampiran : -

Perihal : **Permohonan Izin Penelitian**

Yth. Bapak / Ibu

Ketua KSPPS BMT PETA Cabang Malang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian tugas akhir studi/penulisan tesis, kami mohon dengan hormat kepada Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian serta pengumpulan data dan informasi terkait objek penelitian tesis yang dilakukan oleh mahasiswa kami berikut ini:

Nama : Siti Masriyah
 NIM : 220504210009
 Program Studi : Magister Ekonomi Syariah
 Dosen Pembimbing : 1. Prof. Dr. Achmad Sani Supriyanto, SE., M.Si
 2. Dr. Vivin Maharani Ekowati, M.Si
 Judul Penelitian : Pengaruh Religiusitas dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Menabung Anggota Simpanan Tabaruk Pada KSPPS BMT PETA Cabang Malang Dengan Minat Sebagai Variabel Mediasi

Demikian surat permohonan izin penelitian ini kami sampaikan, atas perhatian dan izin yang diberikan, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Direktur,



Wahidmurni



Dokumen ini telah ditanda tangani secara elektronik.

Token : pHyxqW

LAMPIRAN 2**KUESIONER PENELITIAN**

Kepada Yth: Saudara/I insan Simpanan Tabaruk KSPPS BMT PETA Cabang Malang

Assalamualaikum warahmatullahi, Wabarkatuh

Seiring Doa, semoga kita semua dalam keadaan sehat dan dalam Rahmat Allah. Aamiin

Perkenalkan saya Siti Masriyah mahasiswi pascasarjana UIN MAULAUNA MALIK IBRAHIM MALANG yang sedang menulis tugas akhir tesis dengan judul “Pengaruh Religiusitas dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Menabung Anggota Simpanan Tabaruk pada KSPPS BMT PETA Cabang Malang dengan Minat sebagai Variabel Mediasi”, dalam rangka untuk melengkapi data yang dibutuhkan maka untuk itu izinkanlah sekiranya saya meminta keluangan waktu Saudara/I untuk mengisi Kuesioner yang saya berikan. Atas kebaikan dan kerjasamanya saya ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum, Warahmatullahi, Wabarakatuh.

Hormat Saya,

Siti Masriyah
NIM. 220504210009

A. Petunjuk Pengisian

Kuesioner ini terdiri atas data dari responden, dan dilanjutkan dengan berapa butir pertanyaan, Saudara/I cukup memilih salah satu jawaban dengan menggunakan tanda atau simbol (√)

B. Pilihlah kuesioner di bawah ini diisi dengan lengkap sesuai dengan ketentuan jawaban di bawah, kerahasiaan dari jawaban anda dijamin sepenuhnya:

- a. Sangat Setuju (SS)
- b. Setuju (S)
- c. Netral
- d. Tidak Setuju (TS)
- e. Sangat Tidak Setuju (STS)

C. Data Responden

Nama :(*Boleh tidak diisi)

Usia/umur :

Jenis kelamin : Laki-laki Perempuan

Pekerjaan : Pelajar/Mahasiswa Wiraswasta

PNS/Guru/Polri Lainnya

Pegawai Swasta

Pendidikan Terakhir : SMP S1

SMA S2

DAFTAR PERNYATAAN KUESIONER

Variabel X1 (Religiusitas)						
No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya menyakini bahwa tiada tuhan selain Allah SWT					
2.	Saya mempunyai keyakinan bahwa islam adalah sumber dari segala hukum					
3.	Saya membaca Al-Qur'an setiap hari, jika tidak sedang berhalangan					
4.	Saya menghadiri pengajian atau ceramah baik secara langsung ataupun melalui media social					
5.	Allah akan mengabulkan doa saya, jika saya bersungguh-sungguh					
6.	Saya mematuhi dan menjalankan aturan agama islam dalam kehidupan sehari-hari					
7.	Saya ikut andil dalam kegiatan di tempat ibadah					
8.	Saya mengetahui hukum-hukum islam khususnya terkait dalam perbankan syariah					
9.	Saya senantiasa menyisihkan uang untuk bersedekah					
10.	Saya berusaha jujur dalam keadaan apapun					
Variabel X2 (Kualitas Layanan)						
11.	Karyawan BMT PETA bertanggung jawab dan dapat dipercaya					
12.	Karyawan BMT PETA memberikan layanan yang sama kepada setiap anggota					
13.	Karyawan BMT PETA memberikan kenyamanan untuk setiap anggota					
14.	Karyawan BMT PETA memberikan kemudahan akses untuk setiap anggota					
15.	Karyawan BMT PETA memberikan perhatian dalam menanggapi permintaan anggota dan kenyamanan bagi anggota					

16.	Karyawan BMT PETA memproses dengan cepat dan tepat setiap transaksi yang saya lakukan					
17.	Karyawan BMT PETA cekatan dan cepat dalam melayani keluhan anggota					
18.	Karyawan BMT PETA mempunyai sifat jujur dan amanah					
19.	Karyawan BMT PETA memberikan layanan yang profesional yaitu cepat, tepat, akurat serta adil					
20.	Karyawan BMT PETA berupaya berusaha memahami kebutuhan anggota dengan baik					
21.	Karyawan BMT PETA membantu setiap anggota yang mengalami kendala					
Variabel Y (Keputusan Menabung)						
22.	Saya menabung di BMT PETA setelah mengetahui informasi tentang detail produk jasa yang ditawarkan					
23.	Saya menaruh perhatian terhadap produk tabungan di BMT PETA					
24.	Saya menabung di BMT PETA karena produknya bagus dan terjamin keamanannya					
25.	Saya merasa puas terhadap produk-produk yang ada di BMT PETA					
26.	Saya menabung di BMT PETA karena dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan keuangan.					
27.	Saya berkeinginan menabung di BMT PETA karena menurut saya tabungan dapat bermanfaat bagi saya					
28.	Saya menabung di BMT PETA karena mendapatkan rekomendasi dari orang lain					
29.	Saya selalu mendiskusikan kebaikan-kebaikan tentang BMT PETA dan mengajak orang lain untuk menabung di BMT PETA					
Variabel Z (Minat)						
30.	Saya memiliki keinginan menabung di BMT PETA karena keinginan saya untuk memakai produk tabungan					

14	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	35
15	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	45
16	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	48
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
18	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	45
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
20	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
21	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	47
22	5	3	5	3	3	5	5	3	3	3	38
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
24	5	4	5	5	5	5	5	4	4	3	45
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
26	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	42
27	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	45
28	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	48
29	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	46
30	5	4	5	3	5	5	5	4	4	4	44
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
32	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	46
33	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	47
34	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	37
35	3	3	5	3	3	5	5	3	3	4	37
36	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	43
37	4	5	3	5	5	5	4	5	5	5	46
38	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	46
39	5	5	3	5	5	5	5	4	5	4	46
40	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	47
41	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	47
42	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	45
43	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	44
44	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	44
45	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	46
46	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	47
47	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	42
48	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	47
49	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	48
50	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	46
51	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
52	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	46

53	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	48
54	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	42
55	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
57	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	43
58	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	33
59	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	45
60	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	43
61	5	4	3	5	4	4	4	4	4	4	41
62	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	48
63	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	42
64	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	45
65	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	48
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
67	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	46
68	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
69	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
70	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	38
71	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	47
72	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	46
73	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
74	5	3	5	3	4	4	5	4	4	4	41
75	5	5	3	5	5	5	5	4	5	5	47
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
77	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
78	5	3	5	3	3	3	5	3	3	3	36
79	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
80	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
82	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	44
83	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
84	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	38
85	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	38
86	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
87	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
88	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
89	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
90	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	42
91	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	43

92	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
94	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	36
95	4	3	4	3	3	3	4	4	4	5	37
96	4	3	4	3	3	4	5	4	4	4	38
97	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
98	5	4	4	4	5	4	4	4	4	3	41
99	5	4	3	4	4	4	5	4	5	5	43
100	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
101	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	40
102	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	45
103	4	5	4	3	3	4	5	4	5	3	40
104	3	4	5	3	3	4	4	3	3	3	35
105	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	43
106	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	43
107	5	4	4	4	3	3	4	4	4	5	40
108	5	5	4	4	4	4	4	3	3	4	40
109	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	42
110	5	4	4	4	5	4	4	5	4	3	42
111	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	45
112	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	45
113	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	43
114	4	4	4	3	3	5	4	5	5	4	41
115	5	4	4	4	5	5	4	5	5	3	44
116	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	41
117	5	4	5	5	3	4	5	5	4	4	44
118	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	44
119	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	45
120	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	45
121	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	43
122	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	46
123	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	45
124	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	38
125	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	40
126	4	4	5	3	4	4	4	4	4	5	41
127	5	5	4	5	5	5	4	5	5	3	46
128	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	42
129	4	4	4	4	3	4	4	5	4	5	41
130	5	4	4	5	5	5	5	4	4	3	44

131	5	5	4	5	4	4	4	4	4	3	42
132	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	47
133	5	4	4	4	3	3	5	4	4	3	39
134	5	3	4	3	4	4	4	5	4	4	40
135	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	47
136	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	46
137	5	3	4	4	4	4	4	4	3	3	38
138	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	47
139	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	46
140	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
141	4	5	5	3	4	4	4	5	4	4	42
142	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	40
143	5	4	4	4	3	3	4	4	4	3	38
144	5	3	4	3	3	3	4	4	3	4	36
145	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	39
146	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	38
147	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	39
148	4	4	4	3	4	5	4	4	4	5	41
149	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	45
150	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
151	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
152	4	5	4	4	4	3	4	5	5	4	42
153	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	47
154	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	46
155	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	47
156	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	43
157	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	40
158	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	46
159	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	38
160	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
161	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
162	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
163	4	4	4	5	5	5	4	4	5	3	43
164	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	41
165	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	37
166	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
167	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	45
168	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	47
169	4	5	4	4	5	5	4	5	4	3	43

24	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	53
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
26	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	46
27	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	48
28	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	51
29	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	50
30	5	5	5	5	4	3	5	5	3	5	5	50
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
32	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	50
33	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	51
34	4	4	4	4	3	3	4	5	4	4	4	43
35	3	3	5	5	3	3	5	5	3	5	5	45
36	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	49
37	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	50
38	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	50
39	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	53
40	3	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	51
41	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	50
42	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	48
43	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	47
44	3	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	48
45	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	50
46	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	51
47	4	4	4	4	4	5	5	3	4	5	5	47
48	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	51
49	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	52
50	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	52
51	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	53
52	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	50
53	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	53
54	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	48
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
56	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	45
57	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	48
58	4	3	3	4	3	4	3	5	3	3	4	39
59	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	49
60	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	52
61	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	47
62	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	53

63	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	47
64	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	53
65	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	54
66	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	45
67	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	52
68	4	4	3	4	5	3	5	5	3	5	5	46
69	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	51
70	4	3	4	5	4	4	4	3	3	4	3	41
71	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	54
72	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	48
73	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
74	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	49
75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	45
77	5	5	5	5	3	4	5	5	5	4	5	51
78	5	3	3	3	3	3	5	5	3	5	4	42
79	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	51
80	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	45
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
82	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	48
83	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	46
84	4	4	5	4	3	4	4	4	3	4	5	44
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
86	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
87	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	46
88	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
89	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	45
90	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	48
91	5	4	4	4	4	3	5	4	4	5	5	47
92	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	2	44
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
94	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	42
95	4	3	3	3	4	3	4	5	3	3	4	39
96	4	3	4	4	4	4	5	5	3	3	3	42
97	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	46
98	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	47
99	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	50
100	5	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	45
101	3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	46

141	4	4	5	4	4	3	4	4	3	4	5	44
142	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	45
143	5	3	3	4	4	4	5	3	4	5	5	45
144	5	3	5	4	3	3	4	4	3	3	4	41
145	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	43
146	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	41
147	5	3	5	4	4	3	4	3	3	4	4	42
148	4	4	5	5	4	5	4	3	3	4	5	46
149	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	48
150	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	48
151	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	52
152	4	4	3	3	5	4	4	4	4	4	5	44
153	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	51
154	5	5	5	5	4	4	5	3	4	5	5	50
155	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	47
156	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	48
157	4	4	4	4	4	3	5	4	4	3	4	43
158	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	50
159	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	46
160	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	44
161	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	53
162	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	45
163	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	51
164	4	4	4	5	4	3	5	4	4	5	5	47
165	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	41
166	5	5	4	4	5	4	4	3	4	4	5	47
167	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	51
168	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	48
169	4	5	5	5	4	4	5	5	4	3	4	48
170	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	46
171	4	3	5	5	5	5	5	5	4	4	4	49
172	3	4	5	4	4	5	4	5	3	4	4	45
173	4	5	5	5	4	5	4	5	4	3	5	49
174	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	3	46
175	5	3	5	5	4	5	4	5	5	4	3	48
176	3	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	46
177	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	51
178	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	50
179	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	47

180	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	51
-----	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Keputusan Menabung

Minat

No.	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Total Y	No.	Z.1	Z.2	Z.3	Z.4	Z.5	Z.6	Z.7	Z.8	Total Z
1	4	4	5	4	4	5	4	5	35	1	4	4	5	4	4	5	4	5	35
2	5	5	5	4	4	4	5	5	37	2	5	4	5	4	4	4	5	5	36
3	4	4	5	4	4	4	3	4	32	3	4	4	5	4	4	4	3	4	32
4	5	5	4	4	5	5	5	5	38	4	4	4	4	4	5	5	5	5	36
5	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	4	4	4	4	4	4	4	4	32
6	5	5	5	5	5	5	5	5	40	6	5	5	5	5	5	5	5	5	40
7	4	5	5	5	5	4	4	4	36	7	4	5	5	5	5	4	4	4	36
8	4	4	3	3	4	3	4	3	28	8	4	3	3	3	4	3	4	3	27
9	5	5	5	5	5	5	5	5	40	9	5	5	5	5	5	5	5	5	40
10	5	5	5	5	4	4	4	5	37	10	5	5	5	5	4	4	2	5	35
11	5	4	5	5	5	5	5	5	39	11	5	4	5	5	5	5	5	5	39
12	5	4	4	5	4	5	4	4	35	12	4	4	4	5	4	4	4	4	33
13	4	5	4	5	4	4	4	4	34	13	4	4	4	5	4	4	4	4	33
14	4	4	3	3	4	4	3	3	28	14	3	4	3	3	4	4	2	3	26
15	5	5	4	4	4	4	5	5	36	15	5	5	4	4	4	4	5	5	36
16	4	4	5	5	4	4	5	4	35	16	5	4	5	5	4	4	5	4	36
17	4	4	4	4	4	4	4	5	33	17	4	4	4	4	4	4	4	5	33
18	4	5	4	4	5	5	4	4	35	18	4	5	4	4	5	5	2	4	33
19	4	5	5	5	5	5	5	5	39	19	5	5	5	5	5	5	5	5	40
20	4	3	5	5	4	4	5	5	35	20	5	3	5	5	4	4	5	5	36
21	5	5	5	5	5	5	5	4	39	21	4	5	5	5	5	5	5	4	38
22	4	3	3	3	5	5	3	5	31	22	3	3	3	3	5	5	3	5	30
23	4	4	4	4	4	4	4	4	32	23	4	4	4	4	4	4	4	4	32
24	4	4	5	5	5	5	4	4	36	24	4	4	5	5	5	5	2	4	34
25	5	5	5	5	5	5	5	5	40	25	5	5	5	5	5	5	5	5	40
26	4	4	4	4	4	4	4	4	32	26	4	4	4	4	4	4	4	4	32
27	5	4	4	5	4	4	4	5	35	27	4	4	4	5	4	4	4	5	34
28	4	4	5	4	5	4	5	4	35	28	5	4	5	4	5	4	5	4	36
29	5	4	5	5	5	5	5	5	39	29	5	4	5	5	5	5	2	5	36
30	4	4	3	5	5	5	4	3	33	30	4	4	3	5	5	5	4	3	33

31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40	31	5	5	5	5	5	5	5	5	40
32	4	5	5	5	5	5	5	4	38	32	5	5	5	5	5	5	5	5	4	39
33	4	5	5	4	5	5	5	5	38	33	5	5	5	4	5	5	5	5	5	39
34	4	3	4	4	4	4	3	3	29	34	4	3	4	4	4	4	3	3	29	
35	4	5	3	3	5	5	3	3	31	35	3	3	3	3	5	5	2	3	27	
36	4	4	4	4	4	4	4	4	32	36	4	4	4	4	4	4	4	4	32	
37	4	4	5	5	5	5	5	4	37	37	5	5	5	5	5	5	5	4	39	
38	4	5	5	5	5	4	4	4	36	38	4	5	5	5	5	4	4	4	36	
39	5	5	5	5	5	4	5	4	38	39	4	5	5	5	5	4	5	4	37	
40	5	4	5	5	5	5	4	4	37	40	4	5	5	5	5	5	4	4	37	
41	5	5	5	4	5	4	4	4	36	41	5	5	5	4	5	4	4	4	36	
42	5	5	5	5	4	4	5	4	37	42	5	5	5	5	4	4	5	4	37	
43	4	4	5	4	5	4	4	4	34	43	5	5	5	4	5	4	4	4	36	
44	5	4	4	4	5	4	4	4	34	44	5	4	4	4	5	4	2	4	32	
45	4	4	4	4	4	4	5	4	33	45	5	4	4	4	4	4	5	4	34	
46	5	5	5	5	5	5	5	4	39	46	5	5	5	5	5	5	5	4	39	
47	4	4	4	4	4	4	4	5	33	47	5	4	4	4	4	4	4	5	34	
48	5	5	4	5	5	4	5	4	37	48	5	5	4	5	5	4	5	4	37	
49	5	5	5	5	5	4	5	4	38	49	4	5	5	5	5	4	5	4	37	
50	4	4	5	5	5	5	4	5	37	50	4	4	5	5	5	5	4	5	37	
51	4	5	5	4	5	5	5	5	38	51	5	5	5	4	5	5	5	5	39	
52	5	5	5	5	5	5	4	5	39	52	4	5	5	5	5	5	2	5	36	
53	4	4	5	4	5	5	5	5	37	53	5	4	5	4	5	5	5	5	38	
54	4	4	4	4	4	4	4	4	32	54	4	4	4	4	4	4	4	4	32	
55	4	4	4	4	4	4	4	4	32	55	4	4	4	4	4	4	4	4	32	
56	4	4	4	4	4	5	4	4	33	56	4	4	4	4	4	5	4	4	33	
57	4	4	4	4	4	5	5	4	34	57	4	4	4	4	4	5	3	4	32	
58	4	3	3	3	3	4	3	4	27	58	4	3	3	3	3	4	3	4	27	
59	4	5	5	5	5	5	4	4	37	59	4	5	5	5	5	5	4	4	37	
60	5	4	4	4	4	5	5	4	35	60	5	4	4	4	4	5	5	4	35	
61	4	4	5	4	4	5	4	4	34	61	4	4	5	4	4	5	4	4	34	
62	5	5	5	5	5	5	3	5	38	62	5	5	5	5	5	5	3	5	38	
63	4	4	4	4	4	4	5	4	33	63	4	4	4	4	4	4	2	4	30	
64	4	4	5	5	5	5	4	5	37	64	4	4	5	5	5	5	4	5	37	
65	5	5	5	5	5	5	5	5	40	65	5	5	5	5	5	5	5	5	40	
66	5	4	4	4	4	4	4	4	33	66	5	4	4	4	4	4	2	4	31	
67	5	4	5	5	5	5	4	5	38	67	4	4	5	5	5	5	4	5	37	
68	5	5	3	4	3	4	5	3	32	68	5	5	3	4	3	4	5	3	32	
69	4	5	5	5	5	4	4	5	37	69	4	5	5	5	5	4	4	5	37	

70	5	4	3	3	4	5	4	4	32	70	4	4	3	3	4	5	4	4	31
71	4	5	4	5	5	5	5	5	38	71	5	5	4	5	5	5	5	5	39
72	4	4	4	4	4	4	5	4	33	72	5	4	4	4	4	4	5	4	34
73	5	5	5	5	5	5	5	5	40	73	5	5	5	5	5	5	5	5	40
74	4	3	5	4	5	4	4	5	34	74	5	3	5	4	5	4	4	5	35
75	5	5	5	5	5	5	5	5	40	75	5	5	5	5	5	5	5	5	40
76	4	4	4	4	4	4	4	4	32	76	4	4	4	4	4	4	2	4	30
77	5	5	5	5	5	5	3	4	37	77	5	5	5	5	5	5	3	4	37
78	3	3	3	3	3	3	3	3	24	78	3	3	3	3	3	3	3	3	24
79	5	5	5	5	5	5	5	5	40	79	5	5	5	5	5	5	5	5	40
80	4	4	4	4	4	4	4	4	32	80	4	4	4	4	4	4	4	4	32
81	4	4	4	4	4	4	4	4	32	81	4	4	4	4	4	4	4	4	32
82	5	5	4	4	4	5	4	4	35	82	4	5	4	4	4	5	4	4	34
83	4	4	4	4	4	4	4	4	32	83	4	4	4	4	4	4	2	4	30
84	4	4	3	4	4	4	3	4	30	84	4	4	3	4	4	4	3	4	30
85	4	5	4	4	4	4	4	4	33	85	4	4	4	4	4	4	4	4	32
86	5	5	5	5	5	5	5	5	40	86	5	5	5	5	5	5	5	5	40
87	4	4	4	4	4	4	4	4	32	87	4	4	4	4	4	4	4	4	32
88	5	5	5	5	5	5	5	5	40	88	5	5	5	5	5	5	5	5	40
89	4	4	4	4	4	4	4	4	32	89	4	4	4	4	4	4	4	4	32
90	4	4	4	4	4	5	4	4	33	90	4	4	4	5	4	4	4	5	34
91	5	4	4	4	4	4	4	3	32	91	3	4	4	4	4	4	4	3	30
92	4	4	5	4	4	4	4	4	33	92	4	4	5	4	4	4	4	4	33
93	4	4	4	4	4	4	4	4	32	93	4	4	4	4	4	4	4	4	32
94	4	4	4	4	4	4	3	4	31	94	4	4	4	4	4	4	2	4	30
95	5	3	3	3	3	3	4	3	27	95	3	3	3	3	3	3	4	3	25
96	3	3	3	3	4	4	4	4	28	96	4	3	3	3	4	4	4	4	29
97	4	4	4	4	4	4	4	4	32	97	4	4	4	4	4	4	4	4	32
98	3	4	4	5	4	4	4	4	32	98	4	4	4	5	4	4	4	4	33
99	4	4	4	4	4	4	5	4	33	99	4	4	4	4	4	4	5	4	33
100	4	4	4	4	4	3	4	4	31	100	4	4	4	4	4	3	4	4	31
101	4	5	4	4	4	4	4	4	33	101	4	5	4	4	4	4	4	4	33
102	4	5	4	4	4	4	4	5	34	102	5	5	4	4	4	4	4	5	35
103	4	3	3	3	4	4	5	3	29	103	4	3	3	3	4	4	5	3	29
104	4	5	3	3	4	3	3	3	28	104	4	3	3	3	4	3	3	3	26
105	5	4	4	4	5	5	4	3	34	105	4	4	4	4	5	5	4	3	33
106	4	4	4	4	5	5	5	4	35	106	4	4	4	4	5	5	5	4	35
107	5	5	4	3	3	4	4	5	33	107	5	4	4	3	3	4	4	5	32
108	4	3	4	4	4	5	3	4	31	108	4	3	4	4	4	5	3	4	31

109	3	5	4	4	5	5	4	3	33	109	4	4	4	4	5	5	4	3	33
110	4	4	4	5	4	5	4	5	35	110	5	4	4	5	4	5	4	5	36
111	4	4	4	5	4	5	4	4	34	111	4	4	4	5	4	5	4	4	34
112	4	4	4	4	5	5	4	5	35	112	5	4	4	4	5	5	4	5	36
113	4	5	4	5	4	4	4	4	34	113	4	4	4	5	4	4	4	4	33
114	4	4	3	3	5	4	5	3	31	114	4	4	3	3	5	4	5	3	31
115	4	3	4	5	5	4	4	4	33	115	5	3	4	5	5	4	4	4	34
116	4	3	3	4	4	4	5	4	31	116	4	3	3	4	4	4	5	4	31
117	5	5	5	3	4	5	4	4	35	117	5	4	5	3	4	5	4	4	34
118	5	5	4	4	4	4	5	5	36	118	4	5	4	4	4	4	5	5	35
119	5	5	5	4	4	3	5	5	36	119	5	5	5	4	4	3	5	5	36
120	4	4	5	5	5	5	5	5	38	120	4	4	5	5	5	5	5	5	38
121	5	5	4	4	4	4	3	4	33	121	5	4	4	4	4	4	3	4	32
122	4	3	5	4	5	5	4	5	35	122	4	3	5	4	5	5	4	5	35
123	5	4	4	5	5	3	3	4	33	123	4	4	4	5	5	3	3	4	32
124	5	4	3	3	4	5	3	3	30	124	5	4	3	3	4	5	3	3	30
125	3	4	4	5	4	4	4	4	32	125	4	4	4	5	4	4	4	4	33
126	4	4	3	4	4	5	4	4	32	126	4	4	3	4	4	5	4	4	32
127	4	3	5	5	5	4	3	4	33	127	4	3	5	5	5	4	3	4	33
128	5	5	4	5	4	5	4	5	37	128	4	5	4	5	4	5	4	5	36
129	4	4	4	3	4	4	4	4	31	129	4	4	4	3	4	4	4	4	31
130	5	4	5	5	5	4	4	3	35	130	4	4	5	5	5	4	4	3	34
131	4	5	5	4	4	4	4	4	34	131	4	5	5	4	4	4	4	4	34
132	5	4	4	4	4	5	4	4	34	132	4	4	4	4	4	5	4	4	33
133	4	4	4	3	3	3	3	4	28	133	4	4	4	3	3	3	3	4	28
134	3	3	3	4	4	4	4	4	29	134	4	3	3	4	4	4	4	4	30
135	5	5	5	5	5	5	5	5	40	135	5	5	5	5	5	5	5	5	40
136	4	3	4	5	5	4	4	4	33	136	5	3	4	5	5	4	4	4	34
137	4	3	4	4	4	4	3	3	29	137	4	3	4	4	4	4	3	3	29
138	5	5	4	5	5	5	4	5	38	138	5	5	4	5	5	5	4	5	38
139	4	4	5	5	5	5	4	5	37	139	4	4	5	5	5	5	4	5	37
140	4	5	5	5	5	5	5	5	39	140	4	5	5	5	5	5	5	5	39
141	4	3	3	4	4	4	4	3	29	141	4	3	3	4	4	4	4	3	29
142	3	4	4	4	4	4	4	4	31	142	4	4	4	4	4	4	4	4	32
143	4	4	4	3	3	4	4	4	30	143	3	4	4	3	3	4	4	4	29
144	4	5	3	3	3	4	3	3	28	144	4	3	3	3	3	4	3	3	26
145	4	4	4	3	3	4	4	4	30	145	3	4	4	3	3	4	4	4	29
146	3	4	4	4	3	4	4	3	29	146	4	4	4	4	3	4	4	3	30
147	4	4	3	3	4	4	4	3	29	147	4	4	3	3	4	4	4	3	29

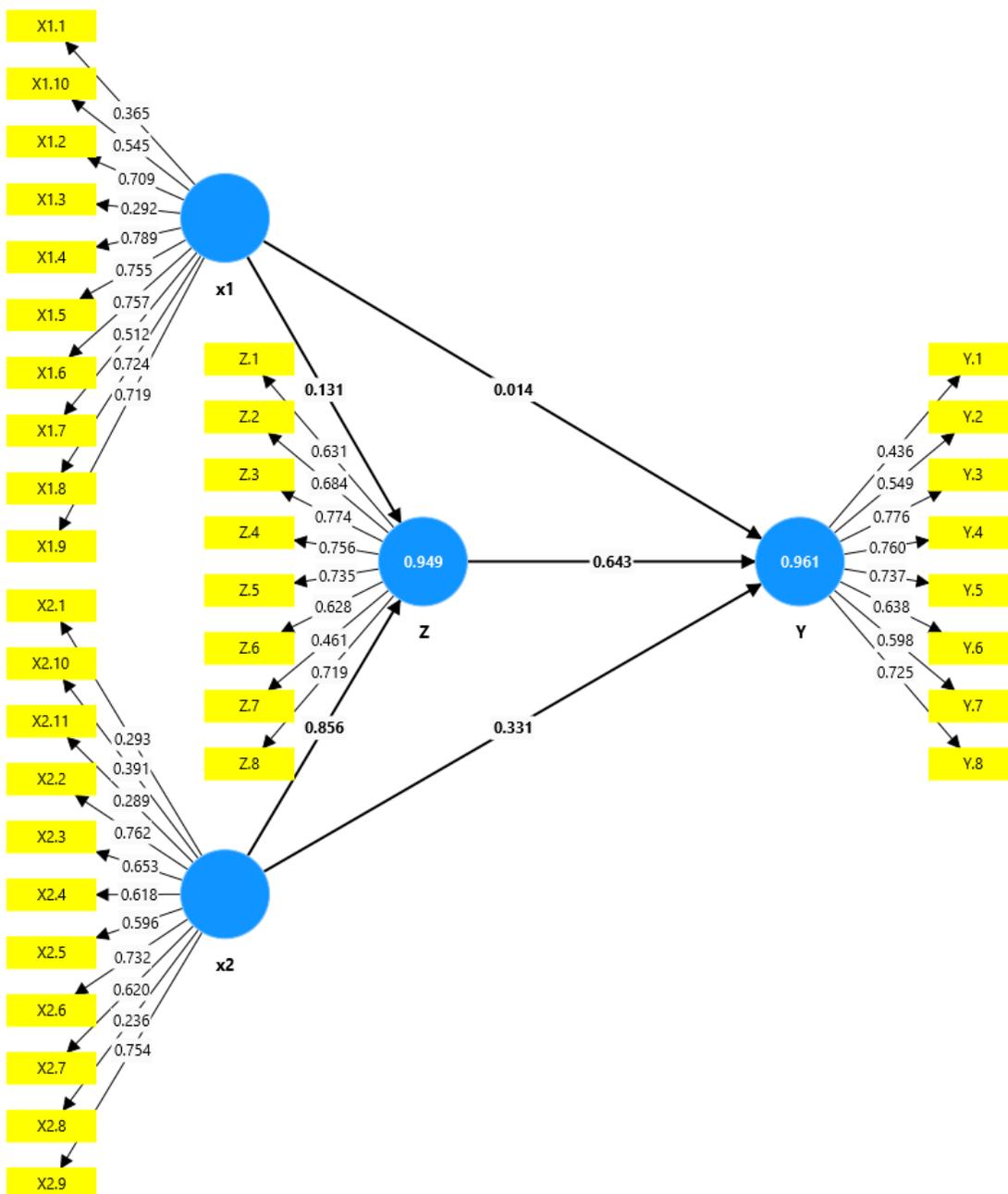
148	4	4	3	4	5	5	4	5	34	148	5	4	3	4	5	5	4	5	35
149	5	5	4	4	4	5	5	4	36	149	4	5	4	4	4	5	5	4	35
150	4	4	4	4	4	4	4	4	32	150	4	4	4	4	4	4	4	4	32
151	5	5	4	5	5	5	5	5	39	151	5	5	4	5	5	5	5	5	39
152	5	5	4	4	3	3	5	4	33	152	4	5	4	4	3	3	5	4	32
153	5	4	5	5	5	5	5	5	39	153	4	4	5	5	5	5	5	5	38
154	5	5	4	5	4	5	4	4	36	154	5	5	4	5	4	5	4	4	36
155	4	4	5	5	5	4	4	4	35	155	4	4	5	5	5	4	4	4	35
156	5	5	4	4	4	5	4	5	36	156	5	5	4	4	4	5	4	5	36
157	4	4	4	4	4	4	4	3	31	157	4	4	4	4	4	4	4	3	31
158	4	5	5	4	5	5	5	4	37	158	5	5	5	4	5	5	5	4	38
159	4	4	4	4	4	4	4	4	32	159	3	4	4	4	4	4	4	4	31
160	4	4	4	4	4	4	4	4	32	160	4	4	4	4	4	4	4	4	32
161	5	5	5	5	5	5	5	5	40	161	5	5	5	5	5	5	5	5	40
162	4	4	4	4	4	5	4	4	33	162	4	4	4	4	4	5	4	4	33
163	4	4	5	5	5	4	5	5	37	163	4	4	5	5	5	4	5	5	37
164	5	3	4	4	4	5	4	3	32	164	4	3	4	4	4	5	4	3	31
165	5	4	4	3	4	4	3	3	30	165	5	4	4	3	4	4	3	3	30
166	5	4	4	5	4	4	5	4	35	166	4	4	4	4	4	4	5	4	33
167	4	5	5	5	4	5	4	5	37	167	4	5	5	5	4	5	4	5	37
168	4	4	5	4	4	4	5	4	34	168	4	4	5	4	4	4	5	4	34
169	5	4	4	5	5	5	4	4	36	169	5	4	4	5	5	5	4	4	36
170	5	4	4	4	4	4	4	4	33	170	4	4	4	4	4	4	4	4	32
171	5	3	4	3	5	5	5	5	35	171	4	3	4	3	5	5	5	5	34
172	5	5	3	4	5	4	4	5	35	172	5	5	3	4	5	4	4	5	35
173	4	5	4	5	5	5	4	5	37	173	5	5	4	5	5	5	4	5	38
174	4	5	5	4	4	5	4	5	36	174	4	4	5	4	4	5	5	4	35
175	4	4	5	3	5	5	4	5	35	175	4	4	5	3	5	5	4	5	35
176	4	4	4	4	4	4	4	4	32	176	4	4	4	4	4	4	4	4	32
177	3	4	5	5	5	5	5	5	37	177	5	4	5	5	5	5	5	5	39
178	5	4	4	5	4	4	5	4	35	178	4	4	4	5	4	4	5	4	34
179	4	4	5	5	4	5	4	4	35	179	5	4	4	5	4	5	3	4	34
180	5	5	5	5	5	5	5	5	40	180	5	5	5	4	5	5	4	4	37

LAMPIRAN 4

Hasil Olah Data SmartPLS Sebelum Running Data Ulang

Variabel	Item	Loading Factor	Keterangan
Religiusitas	X1.1	0.365	Tidak Valid
	X1.2	0.709	Valid
	X1.3	0.292	Tidak Valid
	X1.4	0.789	Valid
	X1.5	0.755	Valid
	X1.6	0.757	Valid
	X1.7	0.512	Valid
	X1.8	0.724	Valid
	X1.9	0.719	Valid
	X1.10	0.545	Valid
Kualitas Layanan	X2.1	0.293	Tidak Valid
	X2.2	0.762	Valid
	X2.3	0.653	Valid
	X2.4	0.618	Valid
	X2.5	0.596	Valid
	X2.6	0.732	Valid
	X2.7	0.620	Valid
	X2.8	0.236	Tidak Valid
	X2.9	0.754	Valid
	X2.10	0.391	Tidak Valid
	X2.11	0.289	Tidak Valid
Keputusan Menabung	Y.1	0.436	Tidak Valid
	Y.2	0.549	Valid
	Y.3	0.776	Valid
	Y.4	0.760	Valid
	Y.5	0.737	Valid
	Y.6	0.638	Valid
	Y.7	0.598	Valid
	Y.8	0.725	Valid
Minat	Z.1	0.631	Valid
	Z.2	0.684	Valid
	Z.3	0.774	Valid
	Z.4	0.756	Valid
	Z.5	0.735	Valid
	Z.6	0.628	Valid

	Z.7	0.461	Tidak Valid
	Z.8	0.719	Valid



Hasil Olah Data R-Square Sebelum Running Ulang Data

	R-square	R-square adjusted
Y	0.961	0.960
Z	0.949	0.949

Hasil Olah Data Cronbach's alpha, Composite reliability & AVE Sebelum Running Ulang Data

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
Y	0.811	0.833	0.858	0.438
Z	0.830	0.843	0.871	0.463
x1	0.829	0.869	0.866	0.409
x2	0.775	0.832	0.827	0.328

Hasil Olah Data Uji Mediasi Sebelum Running Ulang Data

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
x1 -> Z -> Y	0.084	0.087	0.032	2.588	0.005
x2 -> Z -> Y	0.550	0.544	0.080	6.852	0.000

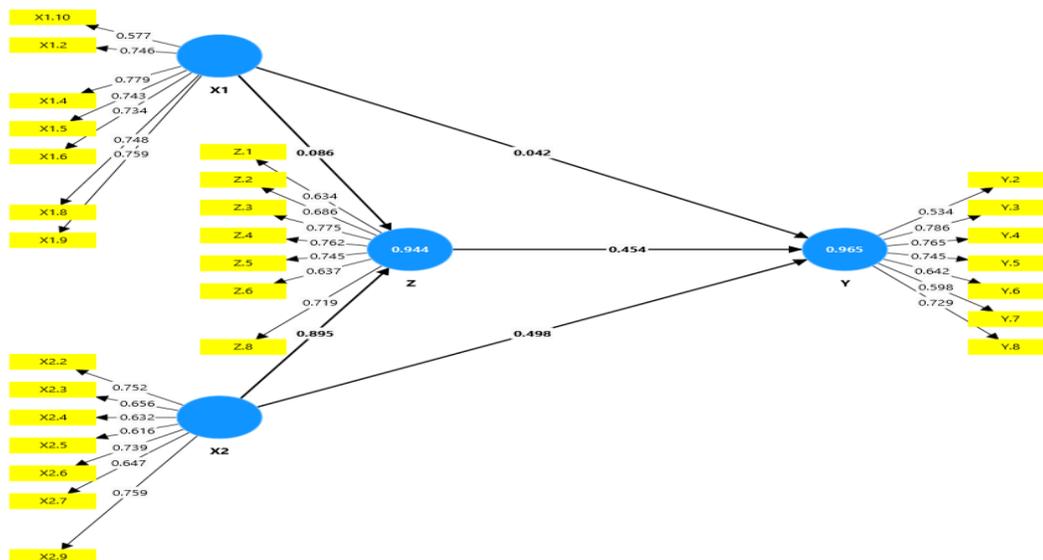
Hasil Olah Data Uji Langsung Sebelum Running Ulang Data

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Z -> Y	0.643	0.640	0.089	7.219	0.000
x1 -> Y	0.098	0.103	0.054	1.813	0.036
x1 -> Z	0.131	0.136	0.046	2.836	0.003
x2 -> Y	0.881	0.876	0.051	17.235	0.000
x2 -> Z	0.856	0.850	0.044	19.280	0.000

Lampiran 5**Hasil Olah Data SmartPLS Sesudah Running Data Ulang**

Variabel	Item	<i>Loading Factor</i>	Keterangan
Religiusitas	X1.2	0.746	Valid
	X1.4	0.779	Valid
	X1.5	0.743	Valid
	X1.6	0.734	Valid

Kualitas Layanan	X1.8	0.748	Valid
	X1.9	0.759	Valid
	X1.10	0.577	Valid
	X2.2	0.752	Valid
	X2.3	0.656	Valid
	X2.4	0.632	Valid
	X2.5	0.616	Valid
	X2.6	0.739	Valid
	X2.7	0.647	Valid
	X2.9	0.759	Valid
Keputusan Menabung	Y.2	0.534	Valid
	Y.3	0.786	Valid
	Y.4	0.765	Valid
	Y.5	0.745	Valid
	Y.6	0.642	Valid
	Y.7	0.598	Valid
	Y.8	0.729	Valid
	Minat	Z.1	0.634
Z.2		0.686	Valid
Z.3		0.775	Valid
Z.4		0.762	Valid
Z.5		0.745	Valid
Z.6		0.637	Valid
Z.8		0.719	Valid



Hasil Olah Data R-Square Sesudah Running Ulang Data

	R-square	R-square adjusted
Y	0.989	0.988
Z	0.949	0.948

Hasil Olah Data Cronbach's alpha, Composite reliability & AVE Sesudah Running Ulang Data

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
X1	0.820	0.837	0.880	0.649
X2	0.762	0.768	0.863	0.679
Y	0.800	0.805	0.870	0.626
Z	0.796	0.804	0.868	0.622

Hasil Olah Data Uji Mediasi Sesudah Running Ulang Data

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
X1 -> Z -> Y	0.204	0.226	0.078	2.627	0.005
X2 -> Z -> Y	0.597	0.597	0.113	5.293	0.000

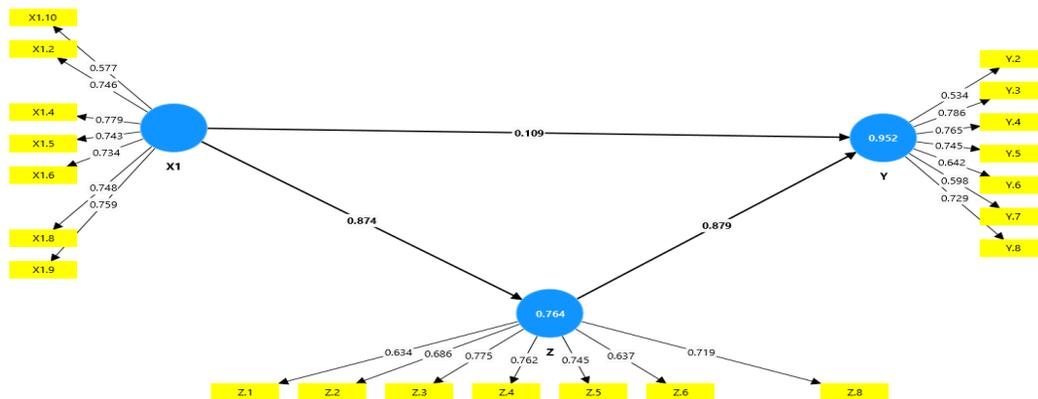
Hasil Olah Data Uji Langsung Sesudah Running Ulang Data

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
X1 -> Y	0.227	0.249	0.080	2.820	0.003
X1 -> Z	0.254	0.275	0.088	2.891	0.002
X2 -> Y	0.773	0.751	0.077	10.024	0.000
X2 -> Z	0.744	0.724	0.085	8.793	0.000
Z -> Y	0.802	0.823	0.113	7.116	0.000

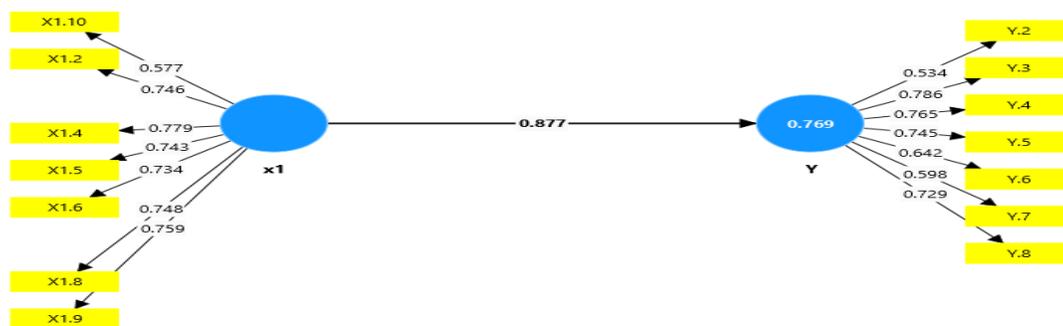
Lampiran 6

Hasil Uji Perbandingan

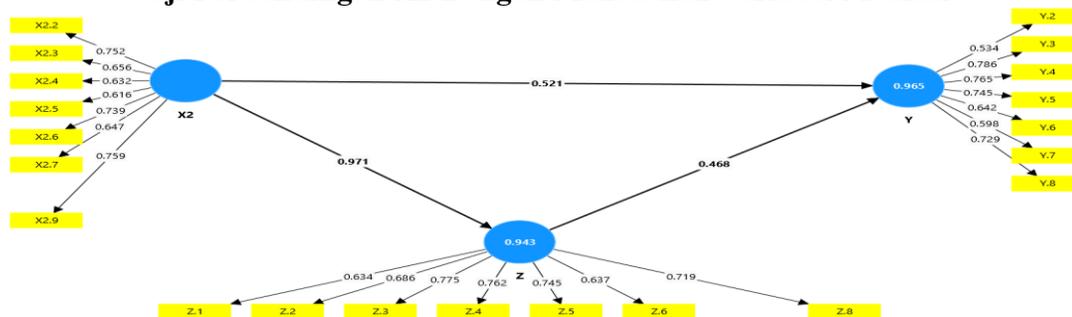
Uji Perbandingan X1 Dengan Melibatkan Variabel Mediasi



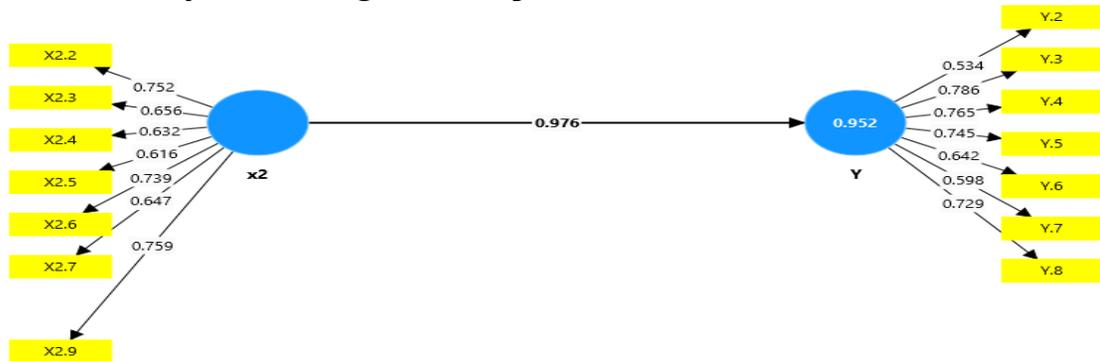
Uji Perbandingan X1 Tanpa Melibatkan Variabel Mediasi



Uji Perbandingan X2 Dengan Melibatkan Variabel Mediasi



Uji Perbandingan X2 Tanpa Melibatkan Variabel Mediasi



Lampiran 7

Dokumentasi Kegiatan Pengambilan Sampel ke Anggota Tabungan Tabarak KSPPS BMT PETA Cabang Malang



Foto: Penyerahan Surat Izin Penelitian & Wawancara Kepada Manager KSPPS BMT PETA Cabang Malang.



Foto: Pembagian kuesioner kepada anggota tabungan tabaruk KSPPS BMT PETA



Foto: Pembagian Kuesioner kepada anggota tabungan tabaruk KSPPS BMT PETA

LAMPIRAN 8

Biodata Peneliti

DATA PRIBADI

Nama	: Siti Masriyah	
Tempat, Tanggal Lahir	: Pamekasan, 12 Februari 2001	
Agama	: Islam	
Kewarganegaraan	: Indonesia	
Alamat	: Dsn. Baruh, Desa. Dempo Timur, Kec. Pasean, Kab. Pamekasan	
No. Hp	: 085104008206	
Email	: masriyahsiti00@gmail.com	

RIWAYAT PENDIDIKAN

2005-2007	: RA. Al-Hasanah
2007-2012	: SDN Dempo Timur 1
2012-2015	: MTs Raudlatul Hasanah
2015-2018	: SMA Islam Dempo Timur
2018-2022	: Universitas Trunojoyo Madura
2022-Sekarang	: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang